

LEI N° 2.216/2013

EMENTA: Dispõe sobre a veiculação de anúncios e sobre o ordenamento da publicidade no espaço urbano no âmbito do Município de Santa Cruz do Capibaribe.

A MESA DIRETORA DA CÂMARA MUNICIPAL DE VEREADORES DE SANTA CRUZ DO CAPIBARIBE, ESTADO DE PERNAMBUCO, no uso das suas atribuições legais, faz saber que o Poder Legislativo aprovou a seguinte Lei, gerada a partir do Projeto de Lei 082/2013 – LEGISLATIVO:

CAPÍTULO I

Das Disposições Preliminares

Art. 1. Esta Lei estabelece normas sobre a veiculação de anúncios e sobre o ordenamento da publicidade no espaço urbano no âmbito de Santa Cruz do Capibaribe.

Art. 2. O Município de Santa Cruz do Capibaribe, nos termos da sua Lei Orgânica e do Plano Diretor de Desenvolvimento da Cidade de Santa Cruz do Capibaribe, tem a responsabilidade de preservar, proteger e recuperar a paisagem urbana, assegurando a função estética da cidade e o bem estar da população.

§ 1º Para fins de aplicação desta lei, considera-se paisagem urbana o espaço aéreo e a superfície externa de qualquer elemento natural ou construído, tais como, construções, edifícios, anteparos, superfícies aparentes de equipamentos de infra-estrutura, de segurança e de veículos automotores, anúncios de qualquer natureza, elementos de sinalização urbana, equipamentos de informação e comodidade pública, a partir dos logradouros públicos visíveis por qualquer munícipe.

Art. 3. Constituem objetivos da ordenação da paisagem do Município de Santa Cruz do Capibaribe o atendimento ao interesse público em consonância com os direitos fundamentais e as necessidades de conforto ambiental, com a melhoria da qualidade de vida urbana visando preservar as características da cidade e, assegurando:

- I - o bem-estar estético, cultural e ambiental da população;
- II - a segurança das edificações e da população;
- III - a valorização do ambiente natural e construído;
- IV - a segurança, a fluidez e o conforto nos deslocamentos de veículos e pedestres;
- V - a percepção e a compreensão dos elementos referenciais da paisagem;
- VI - a preservação da memória cultural;
- VII - a preservação e a visualização das características peculiares dos logradouros e das fachadas;
- VIII - a preservação e a visualização dos elementos naturais tomados em seu conjunto e em suas peculiaridades ambientais nativas;
- IX - o fácil acesso e utilização das funções e serviços de interesse coletivo nas vias e logradouros;
- X - o fácil e rápido acesso aos serviços de emergência, tais como bombeiros, ambulâncias e polícia;
- XI - o equilíbrio de interesses dos diversos agentes atuantes na cidade para a promoção da melhoria da paisagem.

Art. 4º Constituem diretrizes a serem observadas na colocação dos elementos que compõem a paisagem urbana:

- I - o estabelecimento de novos padrões de comunicação institucional, informativa ou indicativa;
- II - o livre acesso de pessoas e bens à infra-estrutura urbana;
- III - a priorização da sinalização de interesse público com vistas a não confundir motoristas na condução de veículos e garantir a livre e segura locomoção de pedestres;
- IV - o combate à poluição visual bem como à degradação ambiental;
- V - a proteção, preservação e recuperação dos patrimônios cultural, histórico, artístico, paisagístico, de consagração popular, bem como do meio ambiente natural ou construído da cidade;
- VI - a compatibilização das modalidades de anúncios com os locais onde possam ser veiculados;
- VII - a implantação de sistema de fiscalização efetivo, ágil, moderno, planejado e permanente.

CAPÍTULO II

Dos Anúncios

Art. 5º Anúncio é qualquer manifestação que, por meio de palavras, imagens, efeitos luminosos ou sonoros, divulga idéias, marcas, produtos ou serviços, identificando ou promovendo estabelecimentos, instituições, pessoas ou coisas, assim como oferta de benefícios, sendo classificado como:

I - ANÚNCIO INDICATIVO - aquele que indica e/ou identifica o próprio local, estabelecimento, propriedade ou serviços;

II - ANÚNCIO PROMOCIONAL - aquele destinado à veiculação de publicidade, instalado fora do local onde se exerce a atividade;

III - ANÚNCIO INSTITUCIONAL - aquele afixado pelo Poder Público que possui características específicas com finalidades institucionais, com ou sem patrocínio, cultural, educativa sem finalidade eleitoral;

IV - ANÚNCIO ORIENTADOR - aquele afixado pelo Poder Público que transmite mensagens de orientação, tais como de tráfego ou de alerta;

V - ANÚNCIO MISTO - aquele que transmite em um mesmo veículo de divulgação mais de um tipo de mensagem indicado neste Artigo.

Art. 6º Todo veículo de divulgação deverá observar as seguintes normas gerais:

I - oferecer condições de segurança ao público, em especial:

a) ser mantido em bom estado de conservação, no que tange à estabilidade, resistência dos materiais e aspecto visual;

b) receber tratamento final adequado em todas as suas superfícies, inclusive na sua estrutura, ainda que não utilizada para anunciar;

II - atender às normas técnicas pertinentes à segurança e estabilidade de seus elementos;

III - atender às exigências da Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT), pertinentes às distâncias das redes de distribuição de energia elétrica, ou a parecer técnico emitido pela empresa responsável pela distribuição de energia elétrica;

Art. 7º - Não será permitida a veiculação de anúncio de qualquer tipo, quando:

I - redigido em linguagem incorreta ou incompreensível;

II - contenha dizeres, referências ou insinuações ofensivas à pessoas, grupos, classes, etnia, gênero, orientação sexual, estabelecimento, instituições, religiões ou crenças;

III - favoreça ou estimule qualquer forma de discriminação social, racial, étnica, de orientação sexual, política e religiosa;

IV - contenha alusão a doenças ou deficiências da qual resulte constrangimento ao cidadão, salvo quando contidos em anúncios institucionais;

V - contenha elementos que possam induzir, favorecer ou estimular a prática de atividades consideradas ilegais;

VI - contenha elementos que estimulem a degradação ao meio ambiente natural e construído, aos patrimônios histórico, cultural, artístico e paisagístico;

VII - possa prejudicar a visibilidade de anúncios orientadores, devido às dimensões do veículo de divulgação, às cores ou luminosidade do anúncio ou outra característica.

Art. 8º É proibida a instalação de anúncios em:

I - leitos dos rios e cursos d'água e reservatórios;

II - vias, parques, praças e outros logradouros públicos, salvo os anúncios institucionais, com ou sem patrocínio, os anúncios orientadores, os instalados em Espaços Promocionais Públicos Criados - EPPC, bem como as placas e unidades identificadoras definidas nos termos do decreto regulamentar;

III - postes de iluminação pública ou de rede de telefonia, inclusive cabinas e telefones públicos, exceção feita ao mobiliário urbano nas áreas permitidas pelo Município;

IV - torres ou postes de transmissão de energia elétrica;

V - torres d'água e similares;

VI - faixas ou placas acopladas à sinalização de trânsito;

VII - obras públicas de arte, tais como pontes, passarelas, ainda que de domínio estadual e federal;

VIII - árvores de qualquer porte;

IX - imóveis especiais de preservação (IEP's), imóveis de proteção de área verde (IPAV's) e em imóveis tombados nos termos da lei específica;

X - estátuas, esculturas, monumentos, grades, parapeitos e bancos em logradouros ou similares;

XI - passeio público, salvo na hipótese de instalação em mobiliários urbanos definidos nesta lei, que não venham prejudicar ou reduzir a mobilidade urbana das pessoas;

XII - interior de cemitérios, hospitais públicos municipais, escolas públicas municipais, igrejas, locais destinados a cultos religiosos, em meios-fios, calçadas, canteiros centrais, áreas remanescentes de lotes, refúgios e passarelas, salvo em se tratando de anúncios orientadores ou em mobiliário urbano nos termos da lei;

XIII - áreas "non aedificandi" às margens de rios, canais e açudes;

XIV - locais nos quais, pela sua forma, dimensão e localização, vierem a dificultar a acessibilidade de pessoas com deficiências ou mobilidade reduzida;

XV - nos equipamentos de alarme de incêndio e combate ao fogo

§ 1º Nas Zonas Especiais de Patrimônio Histórico, definidas em lei, bem como nas hipóteses dos incisos I e VII, não será permitida a divulgação de anúncios orientadores e anúncios institucionais, com ou sem patrocínio, exceto durante a realização de eventos comemorativos do ciclo carnavalesco, festas juninas e festejos natalinos ou

eventos culturais de interesse público, previamente autorizados pelo órgão competente do Município.

§ 2º Nos canteiros centrais, de vias ou logradouros públicos somente serão permitidos anúncios institucionais, com ou sem patrocínio, anúncios orientadores e anúncios na forma dos art. 48 a 50 desta Lei, desde que as calçadas permaneçam livres para a mobilidade urbana.

§ 3º Excepciona a proibição contida neste artigo, quando se tratar de leitos de rios e cursos d'água e reservatórios: placas acopladas à sinalização de trânsito, câmara de seguranças, passarelas, desde que na tipologia de anúncios orientadores ou institucionais com ou sem patrocínio.

Art. 9º Para os fins desta lei, não necessitam de licenciamento prévio:

I - os nomes, símbolos, entalhes, relevos ou logotipos, incorporados à fachada por meio de aberturas ou gravados nas paredes, sem aplicação ou afixação, integrantes de projeto arquitetônico aprovado das edificações;

II - os logotipos ou logomarcas de postos de abastecimento e serviços, quando veiculados nos equipamentos próprios do mobiliário obrigatório, como bombas, decímetros e similares;

III - as denominações de prédios e condomínios;

IV - os avisos que contenham referências que indiquem lotação ou capacidade e os que recomendem cautela ou indiquem perigo, desde que sem qualquer legenda, dístico ou desenho de valor publicitário;

V - as mensagens obrigatórias por legislação federal, estadual ou municipal;

VI - as mensagens institucionais, com ou sem patrocínio, instaladas em áreas de proteção ambiental;

VII - os "banners" ou pôsteres indicativos dos eventos culturais que serão exibidos na própria edificação do teatro, desde que não ultrapassem 10% (dez por cento) da área total de todas as fachadas;

VIII - a identificação das empresas nos veículos automotores utilizados para a realização de seus serviços;

IX - elementos decorativos utilizados em eventos públicos e culturais.

CAPÍTULO III

Dos Veículos de Divulgação

Seção I

Das espécies de veículos de divulgação

Art. 10. São considerados veículos de divulgação, para os efeitos desta lei, quaisquer equipamentos instalados em logradouros públicos ou deles visíveis, utilizados para transmitir mensagens visuais sobre estabelecimentos, produtos, idéias, marcas, pessoas

ou coisas, bem como outras informações de interesse da comunidade, classificando-se em:

I - painel

II - faixa;

III - balão ou similar;

IV - mobiliário urbano;

V - veículo automotor;

VII - outros modelos que se enquadrem na definição do “caput” deste artigo.

Parágrafo único. Os veículos automotores poderão se utilizados como veículos de divulgação, obedecidas às disposições contidas na legislação federal, estadual e municipal sobre a matéria.

Art. 11. No caso de se encontrar o anúncio indicativo afixado em espaço interno de qualquer edificação, será considerado visível quando localizado até 1,0m (um metro) de qualquer abertura ou vedado transparente que se comunique diretamente com o exterior.

Art. 12. Não será permitido nenhum veículo de divulgação para anúncios indicativos instalados perpendicularmente ou inclinado em relação ao logradouro, para o qual ele está voltado, excetuando-se o anúncio indicativo instalado justaposto à fachada do imóvel.

Parágrafo único. A proibição constante no “caput” não se aplica quando para divulgação de anúncios promocionais.

Secção II

Do Anúncio Indicativo

Art. 13. Será permitido somente um único anúncio indicativo por imóvel, observadas as disposições contidas em Decreto regulamentador.

Art. 14. Quando o imóvel for de esquina ou tiver mais de uma frente para logradouro público é permitido um anúncio por testada, atendidas as exigências estabelecidas no artigo anterior.

Art. 15. O anúncio indicativo de estabelecimento comercial poderá conter mensagem promocional acerca de produtos e serviços pelos mesmos comercializados.

Parágrafo único. Não serão permitidos nos imóveis edificados a colocação de “banners”, faixas ou qualquer outro elemento, dentro ou fora do lote, visando chamar a atenção da população para ofertas, produtos ou informações que não aquelas estabelecidas nesta lei.

Art. 16. Quando instalados em imóveis edificados com afastamento nulo, ou seja, imóvel no paramento; instalados em imóveis edificados com afastamento não nulos, justapostos à fachada e quando instalados em imóveis edificados com afastamento não nulos, na área de recuo, deverão observar os parâmetros definidos em Decreto Regulamentador.

Art. 17. Caso seja exercida atividade na área não-edificada, que possua a devida licença de funcionamento poderá ser instalado anúncio indicativo, observado o disposto desta Lei.

Parágrafo único. Para efeitos desta lei considera-se não edificado o imóvel particular em estado de ruína ou abandono, reconhecido por órgão próprio do Município, desde que não estejam enquadrados na hipótese do inciso IX do art. 8º desta Lei.

Seção III

DO ANÚNCIO PROMOCIONAL

Subseção I

Dos veículos de divulgação para anúncios promocionais

Art. 18. Somente poderão ser instalados veículos de divulgação para anúncios promocionais em:

- I - imóvel não edificado de propriedade particular;
- II - imóveis edificados e especificados nas hipóteses do artigo 24;
- III - em obras de construção civil;
- IV - nos veículos automotores de carga e ônibus coletivos;
- V - no mobiliário urbano e nos EPPC.
- VI - Imóveis dominial públicos, do Estado ou União Federal.

Parágrafo único. Decreto regulamentador, estabelecerá os critérios e os limites de veículos de anúncio visual de grande porte da tipologia outdoor e da tipologia luminosos a serem instalados nas Regiões Político Administrativa do Município.

Subseção II

Do painel

Art. 19. Considera-se Painel para os efeitos desta lei, o veículo de divulgação visual de superfície regular ou não, composto de material rígido ou instalado de forma rígida, com ou sem movimento, luminoso, iluminado ou sem iluminação, que contenha qualquer tipo de mensagem.

Art. 20. Os painéis estão classificados em:

- I - placa;
- II - painel de grande porte (“Outdoor”, “Toplight” e similares);
- III - outros modelos que se enquadrem na definição do artigo 21.

Parágrafo único. Além de atender às exigências definidas nesta Lei, os painéis classificados no inciso III dependerão de análise especial por órgão competente do Município.

Art. 21. Considera-se outdoor ou painel de grande porte para os efeitos desta lei, o veículo de divulgação constituído de quadro próprio, onde são colocados informes publicitários, formando anúncios através de estrutura de sustentação própria e podendo ser impresso em papel, adesivado, pintado, lonado ou envelopado.

§ 1º O veículo de divulgação considerado no “caput” deste artigo deverá ter área máxima de anúncio de 27,0 m² (vinte e sete metros quadrados), para a tipologia de “outdoor”, de 33,25 m² (trinta e três virgula vinte e cinco metros quadrados) para tipologia “outdoor” envelopado e de 36,00m² (trinta e seis metros quadrados) quando se tratar de “frontlight” e similares.

§ 2º Quando se tratar de outdoor envelopado e para divulgação do anúncio houver necessidade de aplique, não poderá esse aplique exceder a 5% (cinco por cento) da área total do outdoor.

Art. 22. O painel é permitido no Município de Santa Cruz do Capibaribe, obedecendo às restrições gerais estabelecidas nos art. 6º, 7º e 8º desta Lei e às seguintes:

I - quando iluminado, o ponto luminoso deverá ser disposto de tal forma que não venha a produzir ofuscamento nos usuários das edificações próximas ou dos motoristas e passageiros dos veículos de transporte que passem nas imediações, bem como dos pedestres que transitam no local;

II - quando luminoso, a rede de energia do veículo deverá ser totalmente embutida e isolada e os pontos luminosos não oferecerem possibilidades de ofuscamento aos observadores.

III - quando for considerado como de porte complexo pelo Município, os painéis deverão apresentar estrutura própria independente de qualquer edificação e facilidade de acesso para manutenção e reparos.

IV - deverá estar instalado no lote e paralelo ao logradouro para onde estiver visível, exceto quando divulgando anúncios promocionais.

Art. 23. Quando instalados em imóveis não edificados e edificados de uso não habitacional com testada igual ou superior a 36m (trinta e seis metros) ou no curso de edificações de obras novas os painéis deverão ainda:

I - Localizar-se dentro do lote;

II - Apresentar-se com sua superfície de anúncio voltada para o logradouro;

III - Localizar-se no mesmo lote voltado para o mesmo logradouro, não podendo ultrapassar três engenhos e mantendo-se o afastamento mínimo de 50 cm (cinquenta centímetros) entre eles.

IV - não ultrapassar nenhum ponto do anuncio, inclusive partes do seu suporte, a altura máxima de 8,0m (oito metros) da cota de implantação para a hipótese de outdoor e de 36m² (trinta e seis metros quadrados) de área total em se tratando de “frontlight” com altura máxima de 13m (treze metros), desde que adotada tecnologia de iluminação que impeça o ofuscamento e prejuízo da visibilidade dos imóveis confinantes e confrontantes;

§ 1º Para as hipóteses previstas anteriormente, será exigida a distância de 100m (cem metros) entre os anúncios ou conjunto de anúncios promocionais, medida em relação a cada face do logradouro.

Art. 24. Quando instalado em imóveis edificados, com testada igual ou superior a 12 m (doze metros) e de uso habitacional, o painel deverá, ainda:

I - localizar-se dentro do lote.

II - apresentar superfície de anúncio, voltada para o logradouro a uma distância mínima de 1,50m (um metro e cinquenta centímetros) para as divisas laterais.

III - Ser localizado de forma a estar voltado para o logradouro sendo admitido apenas um painel de tipologia complexa com uma única coluna de sustentação,

IV - Quando localizados em imóveis com testada igual ou superior a 20m (vinte metros) será permitida a instalação de apenas um equipamento da tipologia outdoor com até duas colunas de sustentação, observada a distância mínima de 5m (cinco metros) para a edificação.

V - não ultrapassar nenhum ponto do anúncio, inclusive partes do seu suporte, altura máxima de 8,00m (oito metros) contados à partir da cota de piso para a tipologia outdoor e 13,00m (treze metros) para a tipologia “frontlight” e similares.

VI - Quando edificados em imóveis definidos no caput do presente artigo, e que não ultrapassem 2 (dois) pavimentos, o equipamento não poderá prejudicar a visibilidade, aeração e acessibilidade do referido imóvel e de seus confinantes.

§ 1º Para as hipóteses previstas anteriormente, será exigida a distância de 100m (cem metros) entre os anúncios promocionais, medida em relação a cada face do logradouro.

Art. 25. Os anúncios promocionais instalados em veículos automotores de carga, mobiliários urbanos e nos EPPC, serão objeto de regulamentação.

Subseção III

Da Faixa

Art. 26. Considera-se faixa, para os efeitos desta Lei, o veículo de divulgação composto de material flexível, destinado à pintura de anúncios.

Art. 27. É permitida a instalação de faixa, na cidade de Santa Cruz do Capibaribe, obedecidas às restrições dos Art. 6º, 7º e 8º desta Lei e às seguintes:

I - possuir a dimensão máxima de 08 (oito) metros lineares e largura de 90 cm (noventa centímetros);

II - serem instalados em locais indicados pelo Município e com prazo máximo de 30 (trinta dias) para exposição.

Subseção IV

Dos Balões

Art. 28. Considera-se balão para os efeitos desta Lei, os equipamentos dotados de capacidade de flutuação no ar, utilizados na difusão de anúncios.

Parágrafo único. Além dos parâmetros estabelecidos nos Art. 6º, 7º, e 8º, os balões obedecerão aos seguintes:

- I - não utilizarão gás inflamável;
- II - serão atracados de forma a ter sua projeção contida nos limites do imóvel;
- III - obedecerá ao prazo máximo de 30 (trinta) dias para exposição.

Capítulo IV

Do Mobiliário Urbano

Do Anúncio Publicitário no Mobiliário Urbano

Art. 29. Considera-se mobiliário urbano para os efeitos desta Lei os equipamentos instalados nos logradouros públicos com o fim de prestar um serviço público ou de utilidade pública.

§ 1º São considerados como mobiliário urbano os seguintes equipamentos, dentre outros:

- I - abrigo de parada de transporte público de passageiro;
- II - totem indicativo de parada de ônibus;
- III - sanitários públicos;
- IV - painel eletrônico para texto informativo;
- V - placas e unidades identificadoras de vias e logradouros públicos;
- VI - totem de identificação de espaços e edifícios públicos;
- VII - cabine de segurança;
- VIII - quiosque para informações culturais;
- IX - bancas de jornal e revistas;
- X - bicicletário;
- XI - estrutura para disposição de sacos plásticos de lixo e destinada à reciclagem;
- XII - grade de proteção de terra ao pé de árvores;
- XIII - protetores de árvores;
- XIV - Orientador de pedestres, quiosque para venda de produtos e serviços localizados em logradouros públicos;
- XV - lixeiras;
- XVI - relógio (tempo, temperatura e poluição);
- XVII - painéis de mensagens variáveis para uso exclusivo de informações de trânsito;
- XVIII - abrigos para pontos de táxi.

§ 2º A veiculação de propaganda promocional nos totens indicativos e orientadores de pedestre considerados mobiliários urbanos quando instalados em logradouros públicos, deverão obedecer à Legislação Municipal sobre a matéria.

Art. 30. Os elementos do mobiliário urbano não poderão:

I - ocupar ou estar projetado sobre o leito carroçável das vias;

II - obstruir a circulação de pedestres ou configurar perigo ou impedimento à locomoção de pessoas com deficiência e mobilidade reduzida;

III - obstruir o acesso a faixas de travessias de pedestres, escadas ou entradas e saídas de público, sobretudo as de emergência ou para pessoas com deficiência e mobilidade reduzida;

IV - localizar-se em ilhas de travessia, exceto pontos de ônibus e relógios/termômetros digitais;

V - localizar-se em esquinas, viadutos, pontes e belvederes, salvo os equipamentos de orientação de pedestres, de informação básica e de denominação de logradouro público.

Parágrafo único. A instalação do mobiliário urbano nos passeios públicos deverá observar uma faixa de circulação de no mínimo 1,5m (um metro e cinquenta centímetros).

CAPÍTULO V

Dos Procedimentos Administrativos

Seção I

Do Licenciamento

Art. 31. A divulgação de anúncios através de veículos de comunicação visual, salvo as exceções previstas nesta lei, fica sujeita a licenciamento prévio pelo órgão competente do Município, sendo os mesmos, para os efeitos de procedimentos administrativos, classificados em:

I - veículos de porte simples;

II - veículos de porte complexo.

Parágrafo único. São considerados veículos de divulgação de porte complexo as placas e os painéis luminosos e iluminados ou não, e outros que tenham as seguintes características:

I - possuam dimensões e formas que exijam cálculo estrutural, de resistência de materiais e de estabilidade das instalações;

II - utilizem sistemas elétricos, mecânicos, hidráulicos ou eletrônicos que exijam conhecimentos técnicos especializados;

III - ofereçam risco potencial à população.

Art. 32. A licença referida no artigo anterior poderá ser concedida pelo prazo de doze meses, renovável por igual período, desde que atendido pelo interessado as exigências previstas na presente Lei.

Parágrafo único. Quando da instalação do anúncio de porte complexo deverá constar no equipamento o número da licença, prazo de validade e nome do proprietário do veículo de divulgação.

Art. 33. O pedido de licenciamento deverá ser analisado pelo órgão responsável no âmbito do município no prazo de 45 (quarenta e cinco) dias úteis, contados a partir da data do protocolamento.

Art. 34. A instalação, a conservação e a manutenção de veículos de porte complexo serão efetuadas por pessoas físicas ou jurídicas que estejam devidamente inscritas no cadastro mercantil da Secretaria de Finanças.

Art. 35. Para a concessão de licença de veículo de divulgação de porte simples, será necessária a apresentação de:

I - formulário apropriado, devidamente preenchido, no qual o interessado declarará, sob sua exclusiva responsabilidade, os elementos que caracterizem o veículo e o local onde será instalado;

II - representação gráfica do veículo em duas vias, composta de plantas, secções e detalhes em escala adequada;

III - declaração de responsabilidade civil do responsável;

IV - comprovação da propriedade ou posse ou autorização de uso do imóvel no qual será instalado o veículo de divulgação.

Art. 36. Para o pedido de licenciamento de veículo de porte complexo, além do atendimento das exigências previstas no artigo anterior deverá ser apresentado:

I - cópia do contrato social, quando apresentado por pessoa jurídica;

II - Anotação de Responsabilidade Técnica (ART) dos responsáveis perante os órgãos competentes pela instalação e manutenção do veículo de comunicação;

III - licença de construção, quando instalado em imóveis nos quais são realizadas obras de construção civil.

Art. 37. Independem de aprovação e licenciamento:

I - os anúncios indicativos tais como: "Precisam-se de empregados", "Vende-se", "Aluga-se", "Costura-se", "Ensina-se", "Aulas particulares" e similares desde que exibidos em local próprio do imóvel e que não ultrapassem a área de 0,5 m² (meio metro quadrado);

II - as placas obrigatórias instaladas em canteiros de obra, exigidas e regulamentadas pelas entidades governamentais e pelos Conselhos e órgãos de classes desde que contenham apenas o exigido pelas respectivas regulamentações;

III - os anúncios em vitrines e mostruários desde que não visíveis do logradouro;

IV - os anúncios em casa de diversões, teatro, cinema e similares desde que se refiram aos programas e atividades neles realizados.

Parágrafo único. O licenciamento de anúncios institucionais, quando requerido por órgãos ou entidades públicas, será gratuito.

Secção II

Da Renovação da Licença do Veículo de Divulgação

Art. 38. A renovação da licença do veículo de divulgação será requerida anualmente acompanhada de documento de declaração do interessado no qual afirme que não houve alteração nas características do veículo, constantes da licença original ou do projeto aprovado e apresentação da ART referente ao pedido de renovação.

§ 1º O pedido de renovação da licença deverá ser formulado com antecedência mínima de 60 (sessenta) dias do término da vigência anual da licença, mediante preenchimento de formulário próprio assinado pelo técnico.

§ 2º A declaração de que trata o caput deste artigo não excluirá o exercício de fiscalização do Município e o cancelamento da licença na hipótese de ocorrência das infrações previstas nesta lei.

Secção III

Do Cancelamento da Licença do Veículo de Divulgação

Art. 39. A licença de veículo de divulgação será automaticamente cancelada nos seguintes casos:

I - por solicitação do interessado;

II - constatação de alteração das características do anúncio referente à dimensão, estrutura, sustentação e forma de veiculação;

III - quando ocorrer mudança de local de instalação de anúncio;

IV - se forem modificadas as características do imóvel;

V - por infringência a qualquer das disposições desta lei, caso não sejam sanadas as irregularidades dentro dos prazos previstos;

VI - pelo não-atendimento a exigências dos órgãos competentes;

VII - na data de seu vencimento, caso não tenha sido deferida a renovação;

VIII - cancelamento do registro do responsável técnico no conselho profissional competente, sem que haja sua substituição no prazo legal.

Secção IV

Das Responsabilidades do Veículo de Divulgação

Art. 40. Para efeitos desta lei, são solidariamente responsáveis pelos veículos de divulgação o proprietário, a empresa instaladora, a empresa de manutenção e os respectivos responsáveis técnicos.

Art. 41. Em havendo alteração do profissional responsável pelo projeto, cálculo e instalação do veículo de divulgação ou o mesmo solicitar exclusão de sua responsabilidade perante o órgão responsável, ou tiver seu registro profissional suspenso ou cancelado, ficará o proprietário do veículo obrigado a providenciar a sua substituição no prazo de setenta e duas horas.

Capítulo VI

Das Infrações e Penalidades

Art. 42. Para os fins desta lei, consideram-se infrações:

I - expor veículo de divulgação:

- a) sem a necessária licença;
- b) com dimensões diferentes das aprovadas;
- c) fora do prazo constante da licença;
- d) sem constar de forma legível e visível do logradouro público o número da licença de anúncio, identificação do proprietário e prazo de validade;

II - manter o veículo de divulgação em mau estado de conservação;

III - não atender a intimação do órgão competente para a regularização ou a remoção do anúncio ou do veículo de divulgação;

IV - veicular qualquer tipo de anúncio em desacordo com o disposto nesta lei e nas demais leis municipais, estaduais e federais pertinentes;

Art. 43. A inobservância das disposições desta lei sujeitará os infratores, isolada ou cumulativamente, às seguintes penalidades:

I - multa;

II - cancelamento imediato da licença do veículo de divulgação;

III - remoção do anúncio ou do veículo de divulgação;

IV - apreensão.

Art. 44. Na aplicação da primeira multa, sem prejuízo das demais penalidades cabíveis, os responsáveis serão intimados a regularizar o veículo de divulgação ou o anúncio ou a removê-lo, quando for o caso, no prazo de 05 (cinco) dias, que será reduzido para 24 (vinte e quatro) horas quando o veículo de divulgação apresentar risco iminente.

Art. 45. Na hipótese do infrator não proceder à regularização ou remoção do anúncio ou do veículo de divulgação instalado irregularmente, o Município adotará as medidas para sua retirada, ainda que esteja instalado em imóvel privado, cobrando os respectivos custos de seus responsáveis, independentemente da aplicação das multas e demais sanções cabíveis.

Art. 46. As multas serão aplicadas da seguinte forma:

I - primeira multa no valor de R\$ 500,00 (quinhentos reais) por anúncio irregular; atualizada de acordo com o índice de correção monetária adotada pelo Município;

II - acréscimo de R\$ 20,00 (vinte reais) para cada metro quadrado que exceder a dimensão máxima permitida para o anúncio de porte complexo;

III - persistindo a infração após a aplicação da primeira multa e da intimação, sem que sejam respeitados os prazos ora estabelecidos, será aplicada multa correspondente ao dobro da primeira, reaplicada a cada 15 (quinze) dias a partir da lavratura da anterior, até a efetiva regularização ou a remoção do anúncio, sem prejuízo do ressarcimento, pelos responsáveis, dos custos relativos à retirada do anúncio irregular pelo Município.

§ 1º No caso do anúncio apresentar risco iminente, a segunda multa, bem como as reaplicações subseqüentes, ocorrerão a cada 24 (vinte e quatro) horas a partir da lavratura da multa anterior até a efetiva remoção do anúncio.

§ 2º Nos casos em que não for permitida a veiculação de anúncios promocionais por meio de “banners”, colagens, faixas, pinturas e outros elementos que promovam profissionais, serviços ou qualquer outra atividade nas vias e equipamentos públicos, as sanções estipuladas neste artigo serão também aplicadas aos respectivos profissionais.

§ 3º As multas aplicadas em decorrência das infrações cometidas, quando não pagas, serão inscritas na dívida ativa do Município.

Capítulo VII

Do Espaço Público Promocional Criado

Art. 47. Para efeito desta Lei considera-se espaço público promocional criado - EPPC:

I - áreas ou locais de domínio, posse ou uso pelo Município;

II - logradouros públicos, equipamentos urbanos, equipamentos comunitários de comodidade ou utilidade pública;

III - elementos integrantes do mobiliário urbano destinados à veiculação de anúncios publicitários visíveis a partir dos logradouros públicos e os espaços para tal finalidade nas unidades de conservação ambiental municipal;

IV - praças e parques definidos no decreto regulamentador desta Lei.

Art. 48. A utilização do Espaço Público Promocional Criado - EPPC por particulares, pessoa física ou jurídica, se dará mediante procedimento de licitação regido pela legislação pertinente.

Art. 49. Será permitida no espaço público promocional criado EPPC, a veiculação de anúncios indicativos e promocionais de porte simples ou complexo, conforme termos definidos do decreto regulamentador.

Art. 50. Decreto regulamentador definirá a forma de utilização pelo particular, prazo, condições e tipos de veículos de divulgação permitidos no espaço público promocional criado.

Capítulo VIII

Das Disposições Finais e Transitórias

Art. 51. Qualquer veículo cujo prazo de licença estiver vencido deverá ser retirado em prazo não superior a 15 (quinze) dias, a contar da vigência desta lei, sob pena de apreensão e multa.

Art. 52. Os anúncios visuais instalados nas coberturas dos edifícios serão objeto de regulamentação pelo poder executivo.

Art. 53. Por ocasião de eventos populares e ou institucionais, o Município poderá indicar locais públicos para livre exposição de anúncios, obedecidas às normas e critérios estabelecidos nesta Lei.

Art. 54. Todos os anúncios já licenciados e ou instalados deverão se adequar ao disposto nesta lei no prazo máximo de 180 (cento e oitenta) dias, contados da data de sua publicação.

Art. 55. Novas tecnologias e meios de veiculação de anúncios, bem como projetos diferenciados não previstos nesta lei serão objeto de análise especial através do órgão responsável pelo controle urbano do município de Santa Cruz do Capibaribe, aplicando-se, no que couber, o disposto nesta Lei.

Art. 56. Revogam-se as disposições em contrário.

Art. 57. A presente Lei entrará em vigor 30 (trinta) dias após a data de sua publicação.

Sala das sessões, 07 de agosto de 2013.

Antônio Gomes Bezerra Júnior
Presidente

José Afrânio Marques de Melo
1º Secretário

Ligivania Vieira da Silva
2º secretário