

Lei n.º 3.337, de 28 de junho de 1999.

**REGULAMENTA A PUBLICIDADE AO AR LIVRE NO
MUNICÍPIO DE SÃO JOSÉ E DÁ OUTRAS
PROVIDÊNCIAS.**

A CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO JOSÉ FAZ SABER QUE APROVOU A SEGUINTE LEI:

CAPÍTULO I

Da divulgação de mensagens

Art. 1º – A divulgação de mensagens publicitárias, por qualquer meio em logradouros e em locais expostos ao público, somente será realizada de conformidade com as normas estabelecidas nesta Lei.

Art. 2º - A divulgação de mensagens publicitárias só poderá ser requerida e executada por pessoa jurídica com comprovada especialização na área, detentora de autorização da Fundação Municipal do Meio Ambiente e Agricultura Pedra Branca.

Art. 3º - Fica Instituído o cadastro de publicidade na Fundação Municipal do Meio Ambiente e Agricultura Pedra Branca, para registro e controle dos anúncios publicitários.

Parágrafo Único – Todas as pessoas jurídicas referidas no art. 2º que industrializem, fabriquem e/ou comercializem veículos de divulgação e/ou seus espaços, deverão estar registradas no cadastro de publicidade desta Fundação.

CAPÍTULO II

Das definições e Topologia

Art. 4º - São considerados anúncios quaisquer indicações executadas sobre veículos de divulgação presentes na paisagem urbana, visíveis dos logradouros públicos, cuja finalidade seja a de promover estabelecimentos comerciais, industriais ou profissionais, empresas, produtos de quaisquer espécie, pessoas ou coisas, classificando-se em :

I – INDICATIVO – Orienta, indica e/ou identifica estabelecimentos, propriedades, produtos e serviços;

II – PROMOCIONAL – Promove estabelecimentos, empresas, produtos marcas, pessoas, ou coisas;

III - INSTITUCIONAL – Transmite informações ao público de organismos culturais, entidades representativas da sociedade civil, entidades beneficentes e similares, sem finalidade comercial;

IV – ORIENTADOR – Transmite mensagens de orientação tais como nomes de logradouros, tráfego ou de alerta;

V – MISTO- Transmite mais de um dos tipos definidos nos incisos anteriores.

§ 1º - Considera-se paisagem urbana a configuração 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.

§ 2º - São considerados veículos de divulgação, ou simplesmente veículos, quaisquer equipamentos de comunicação visual, ou audiovisual, utilizados para transmitir anúncios ao público, classificando-se em:

I – OUTDOOR – Confeccionado em material apropriado, de tamanho 3x9 (três por nove metros), destinado à fixação de cartazes de papel, substituíveis quinzenalmente;

II – PAINEL – Confeccionado em material apropriado, destinado à pintura fixa de anúncios, com área máxima de 30 m²;

III – PAINEL LUMINOSO OU ILUMINADO – Confeccionado em material apropriado, destinado a veiculação de anúncios fixos, com área de no máximo 30 m², fixados em coluna própria;

IV – LETREIRO – Luminoso ou iluminado, colocado em fachadas, coberturas de edifícios e/ou em elementos do mobiliário urbano, ou ainda, fixado sobre estrutura própria junto ao estabelecimento ao qual se refere, contendo, além do nome, marca, logotipo, atividade, serviço prestado, endereço e telefone;

V – POSTE TOPONÍMICO – Luminoso ou não, colocado em esquina de logradouro público, fixado em coluna própria, destinado a anúncios orientadores;

VI – FAIXAS – Executada em material não rígido, destinada a divulgação de mensagens de ocasião e de caráter temporário;

VII – ESPECIAIS – Consideram-se especiais aqueles que possam causar problemas à segurança da população ou que apresentem pelo menos uma das características descritas a seguir:

- a) ter área de exposição superior a 30 m²;
- b) possuir dispositivos mecânicos ou eletrônicos;
- c) ser afixado em marquise, em posição perpendicular ou oblíqua a testada do lote ou de edificação;
- d) engenhos luminosos ou iluminados que possuam tensão superior a 220 watts;
- e) instalado na cobertura de edifícios e/ou que alterem a fachada da edificação e
- f) que não estejam enquadrados em nenhuma classificação descrita na presente Lei.

VIII – PROSPECTOS E FOLHETOS DE PROPAGANDA;

IX – BALÕES E BOLAS;

X – MUROS E FACHADAS DE EDIFICAÇÕES;

XI – VITRINES;

XII – CARROCERIA DE VEÍCULOS AUTOMOTORES.

CAPÍTULO III Das Autorizações

Art. 5º - Nenhum veículo ou anúncio poderá ser instalado ou exposto ao público sem prévia autorização do município.

Art. 6º - Todo veículo para ser instalado deverá estar devidamente licenciado, sendo necessário para este fim:

- a) requerimento, subscrito de acordo com os artigos 2º e 3º desta Lei, acompanhado de croqui de localização, número de quadros pretendidos, rua e distanciamento do mais próximo existente;
- b) recolhimento de taxa de licença à publicidade.

Parágrafo Único – Nos requerimentos referentes aos veículos especiais, previstos no inciso VII, do § 2º, do art. 4º desta Lei, deverão estar apenso, ainda:

- a) projeto completo do anúncio, com todos os dados necessários à sua compreensão;
- b) termo de responsabilidade técnica quanto a segurança da instalação e fixação, assinado pela empresa fabricante e instaladora.

Art. 7º - Toda licença será concedida em caráter precário e por tempo indeterminado.

§ 1º - Se ao final de cada semestre de licenciamento não houver qualquer manifestação da Fundação Municipal do Meio Ambiente e Agricultura Pedra Branca, a licença estará automaticamente renovada, após o recolhimento da taxa respectiva.

§ 2º - Quando o veículo for removido de local por determinação da autoridade competente, dentro do prazo de validade da licença, não será exigido o pagamento de nova taxa de licenciamento para publicidade.

Art. 8º - A exibição de anúncios em peças do mobiliário urbano, tais como cabinas diversas, cestos de lixo, abrigos e pontos de embarque de passageiros, bancos de jardim, bebedouros públicos, postos de informações, sanitários públicos, guaritas e outros que se enquadrem nessas categorias, dependerá de permissão da autoridade competente, obedecido o critério de licitação pública.

Art. 9º - A administração municipal poderá autorizar, mediante licitação pública, a utilização de espaços próprios para fins de instalação de veículos de propaganda.

Parágrafo Único – Vinte por cento dos veículos instalados nas condições referidas neste artigo, serão destinados a publicidade que detenham, fins exclusivamente sociais.

CAPÍTULO IV

Dos Veículos e suas Características de Instalação e Proibições

SEÇÃO I

Dos Letreiros e Indicativos

Art. 10 – Os veículos não poderão, em qualquer hipótese, obstruir vãos de iluminação e ventilação, saídas de emergência, ou alterar as linhas arquitetônicas das fachadas dos prédios, nem colocar em risco a segurança de seus oponentes.

Art. 11 – No interior das galerias, aplicar-se-ão, no que couber, as disposições desta Lei vedada, a fixação de veículos no teto.

Art. 12 – A exibição de anúncios em toldos será restrita ao nome, telefone, logotipo e atividade principal da empresa, vindo as referências ocupar no máximo 50% da área.

SEÇÃO II

Dos Outdoors, Back Lights, Painéis e Similares

Art. 13 – Os anúncios e veículos enquadrados nesta seção, devem obedecer as seguintes disposições:

- a) não apresentar quadros superpostos;
- b) não avançar sobre o passeio;
- c) no máximo 30m², não podendo seu comprimento ultrapassar a 10 metros;
- d) ser identificado através de uma placa de no máximo 0,15 X 0,30 cm, colocada na extremidade superior do veículo, que conterá o telefone e o nome da empresa publicitária;
- e) se situado em imóvel particular não edificado deverá obedecer os recuos da edificação contígua e em terrenos onde não existam edificações vizinhas o recuo será de 2 metros do passeio nas vias de trânsito rápido e a partir do passeio nas demais;
- f) obrigatoriedade, por parte da empresa proprietária do veículo, da manutenção e da limpeza dos respectivos e ao seu redor, numa faixa mínima equivalente ao recuo para o terreno, ou uma faixa mínima de 3 metros se não houver recuo previsto.

Art. 14 – No caso específico de “Outdoor” serão observadas as seguintes disposições:

§ 1º - Serão instalados no máximo em grupamentos de 03 (três) por face, mantendo-se uma distância de, no mínimo, quarenta centímetros.

§ 2º - A distância de cada grupamento, de no máximo 3 (três), será de no mínimo de 100m (cem metros) de outro grupamento ou de back light ou ainda de painel que tenha mais de 15m² (quinze metros quadrados).

§ 3º - A aresta inferior não poderá ultrapassar a altura de 07m (sete metros), contados a partir do meio-fio fronteiro ao veículo.

Art. 15 – Os back lights deverão ser instalados a uma distância mínima de 300m (trezentos metros) entre si e a 100m (cem metros) de outdoor ou painel com mais de 15m² (quinze metros quadrados).

Art. 16 – Os painéis deverão ser instalados a uma distância mínima de 100m (cem metros quadrados) de outdoor ou back light.

Art. 17 – É vetada a instalação de veículos e a exibição de anúncios por meio de outdoors, painéis, back lights e similares e,

I – Em áreas sujeitas a regime específico:

- a) de proteção cultural e paisagística;
- b) de proteção de recursos naturais;
- c) de orla marítima .

II – No Centro Histórico, compreendendo do seu contorno;

III – Em canteiros e vias;

IV – Em locais que prejudiquem a paisagem urbana da área;

V – A menos de cem metros de viadutos e túneis;

VI – Sobre cobertura de edificações residenciais, exceto em imóveis em construção, condicionando-se a concessão do habite-se à retirada do veículo;

VII – Em bens de uso comum da comunidade como: praças, jardins, túneis, etc.;

VIII – Nos casos previstos na legislação urbanística;

IX – Acima de cem metros de sua base;

X – Em locais que venham obstruir a vista para o mar.

SEÇÃO III

Das Pinturas em Muros e Fachadas de Edificações

Art. 18 – No anúncio em muros, em se tratando de estabelecimento de ensino particular, será permitido o uso de 100 (cem) por cento da área para anúncio identificador.

Art. 19 – Não será permitida a veiculação de anúncios em muros, nos seguintes casos:

- a) em muros de edifícios de uso misto, ou seja, comercial e residencial;
- b) em muros situados em áreas tombadas a nível Municipal Estadual ou Federal.

Art. 20 – Os anúncios em fachadas deverão, observar:

I – Em lojas e prédios industriais, a correspondência ao anúncio da atividade desenvolvida;

II – Em prédios de escritório, poderá ser executado anúncio estranho a atividade ali desenvolvida, desde que corresponda a uma única entidade;

III – A área total da edificação, ocupada por um ou mais anúncios, será no máximo 50% (cinquenta por cento).

Art. 21 – Não será permitida a exibição, de anúncios sobre fachada, nos seguintes casos:

- a) superior a 40 m² (quarenta metros quadrados);
- b) em acervo arquitetônico tombado pelo IPHAN;
- c) em áreas de proteção cultural e paisagística.

SEÇÃO IV Dos Postes Toponímicos

Art. 22 – A exploração de anúncios em postes toponímicos obedecerá aos seguintes requisitos gerais:

- I – Padronização estipulada pelo Município;
- II – Colocação em local previamente definido pelo órgão competente.

Art. 23 – É vedada a colocação de postes toponímicos nos seguintes casos:

- I – Em logradouros não reconhecidos oficialmente;
- II – Mais de um do mesmo lado da esquina do logradouro;
- III – Em rótulas, trevos e canteiros de logradouros e vias expressas.

Art. 24 – Havendo cancelamento da licença ou sua não prorrogação, é responsabilidade da empresa exploradora a retirada, num prazo de 15 (quinze) dias, dos postes sob responsabilidade, bem como a reposição dos passeios, o material empregado no local.

Parágrafo Único – Em caso de não cumprimento do disposto neste artigo, decorrido o prazo estipulado para retirada, o órgão competente procedera a execução dos serviços necessários com a cobrança judicial, incluídos nas ações os valores das multas previstas.

Art. 25 – Os postes toponímicos luminosos ou iluminados, ligados a rede de iluminação pública, deverão observar as exigências das Centrais Elétricas de Santa Catarina S/A – CELESC.

SEÇÃO V Das Faixas

Art. 26 – O uso de faixas será autorizado para anúncios predominantemente institucionais, em locais previamente determinado e em caráter transitório.

§ 1º - Os responsáveis pelas faixas poderão coloca-las no máximo 15 (quinze) dias antes do evento anunciado e retirá-la até 72 (setenta e duas) horas depois do período autorizado.

§ 2º - Durante o período de exposição a faixa deverá ser mantida em perfeitas condições de afixação e conservação.

Art. 27 – É proibido a fixação de faixas em árvores.

Art. 28 – Os danos à pessoas ou propriedades decorrentes da inadequada colocação das faixas, serão de inteira responsabilidade do autorizado.

CAPÍTULO V Das Propriedades Gerais

Art. 29 – Não será autorizada a exibição de anúncios ou veículos nos seguintes casos:

I – Quando é atentatória, em linguagem ou alegoria, a moral pública, aos bons costumes ou quando se referir, desairosamente à pessoa, instituição, ou ainda, quando utilizar incorretamente o vernáculo;

II – Quando constituída de inscrições na pavimentação das ruas, meios-fios, calçadas e interiores de rótulas, salvo em se tratando de orientação do trânsito;

III – Quando em grades, postes de rede elétrica e colunas;

IV – Ao redor de árvores ou nelas fixadas;

V – Quando em pontes, nas proximidades de viadutos, passarelas e respectivos acessos, no interior de túneis e no cruzamento de rodovias;

VI – Quando em locais que prejudiquem a ventilação e visibilidade;

VII – No interior de cemitérios, exceto os anúncios orientadores;

VIII – Em cavaletes nos logradouros públicos e passeios;

IX – Quando veicularem mensagens de produtos proibidos ou que estimulem qualquer tipo de poluição ou degradação ao ambiente natural;

X – Quando favorecer ou estimular qualquer espécie de ofensa ou discriminação racial ou religiosa;

XI – Quando prejudiquem a perfeita visibilidade dos sinais de trânsito e outras sinalizações destinadas a orientação do público.

Art. 30 – A exibição de anúncios com finalidade educativa e cultural, bem como os de propaganda política de partidos e candidatos regularmente inscritos no Tribunal Regional Eleitoral – TRE, será permitida, respeitadas as normas próprias que regulamentam a matéria.

Parágrafo Único – Todos os anúncios referentes a propaganda eleitoral deverão ser retiradas pelos responsáveis até 15 quinze dias após a realização do evento.

Art. 31 – Todos os veículos que contenham anúncios que não sejam exclusivamente orientador ou institucional, deverá constar, de forma legível, o nome e telefone da empresa proprietária do veículo, bem como seu número de registro no cadastro da Fundação Municipal do Meio Ambiente e Agricultura Pedra Branca e a plaqueta de licenciamento.

CAPÍTULO VI Das Infrações e Penalidades

Art. 32 – Consideram-se infrações passíveis de punição:

I – Exibir veículos e anúncios:

- a) sem a devida autorização;
- b) em desacordo com a características aprovadas;
- c) fora dos prazos constantes de autorização.

II – Não atender a determinação da autoridade competente quanto a retirada ou remoção dos veículos;

III – Deixar de manter o veículo em perfeito estado de conservação;

IV – Praticar qualquer infração prevista nesta Lei.

§ 1º - Para os efeitos deste artigo consideram-se infratores:

- a) os proprietários dos veículos, detentores da autorização;
- b) na falta deste, o anunciante.

§ 2º - Os procedimentos relativos as penalidades por infração obedecerão ao previsto na legislação em vigor.

§ 3º - No caso de reincidência a penalidade será aplicada em dobro, sem prejuízo da cassação da licença e da remoção do veículo.

Art. 33 – Os anúncios e veículos que forem encontrados em desacordo com as disposições desta Lei, será retirados e apreendidos sem prejuízo de penalidade ao responsável, ficando estes sob guarda do poder público até que ocorra o resgate atendendo-se, para tanto, o recolhimento das taxas prevista em Lei.

CAPÍTULO VII Das Disposições Finais e Transitórias

Art. 34 – Os responsáveis por projetos e colocação de veículos, responderão pelo cumprimento das normas estabelecidas nesta Lei, bem como por sua segurança.

Art. 35 – A municipalidade não assumirá qualquer responsabilidade em razão de veículos mal executados, cabendo ela aos responsáveis pelos mesmos.

Art. 36 – Anúncios veiculados sobre outros componentes do mobiliário urbano serão normatizados de acordo com o edital de licitação correspondente.

Art. 37 – Os pedidos de autorização de veículos que não atendam as disposições desta Lei serão sumariamente indeferidos.

Art. 38 – As taxas de licença para exploração de atividades em logradouro público, propriedades particulares e próprios municipais, será calculada de acordo com o Código Tributário e de Rendas do Município de São José.

Parágrafo Único – O percentual de 30% (trinta por cento), no mínimo, do montante proveniente do expresso no caput deste artigo, será destinado ao oferecimento de condições à manutenção, fiscalização e cumprimento do previsto na presente Lei.

Art. 39 – Por ocasião de eventos populares e/ou institucionais, reserva-se ao Município o direito de indicar locais para livre exposição de anúncios, dentro das normas e critérios estabelecidos.

Art. 40 – Para todos os veículos existentes por ocasião da entrada em vigor da presente Lei, será obrigatória a devida licença de regularização.

Art. 41 – Os responsáveis por veículos e anúncios já existentes e que estiverem em desacordo com as disposições legais, terão o prazo de 4 (quatro) meses para promoverem a sua adequação.

Parágrafo Único – No caso de necessidade de eliminação de algum veículo para adequação a Lei, será obedecido o critério de antigüidade do pedido e/ou das respectivas licenças.

Art. 42 – Compete à Secretaria da Fundação Municipal do Meio Ambiente e Agricultura Pedra Branca de São José:

I – Zelar pela aplicação dos dispositivos desta Lei, tomando as providências administrativas e judiciais necessárias.

II – Resolver os casos omissos na presente Lei.

Art. 43 – Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação, revogadas as disposições em contrário.

Câmara Municipal de São José, 30 de junho de 1999.