



ESTADO DE SANTA CATARINA

Câmara de Vereadores de Itajaí



PROJETO DE LEI COMPLEMENTAR Nº 6/2018

DISPÕE SOBRE A ORDENAÇÃO DOS ELEMENTOS QUE COMPÕEM A PAISAGEM CONSTRUÍDA E NATURAL DO MUNICÍPIO DE ITAJAÍ (SC) E DÁ OUTRAS PROVIDÊNCIAS.

CAPÍTULO I DA APLICAÇÃO, OBJETIVOS, DIRETRIZES, ESTRATÉGIAS E DEFINIÇÕES.

Art. 1º. Esta Lei Complementar dispõe sobre a ordenação dos elementos que compõem a paisagem construída e natural, visíveis a partir de logradouros públicos, trilhas e caminhos no território do Município de Itajaí (SC).

Art. 2º. Para fins de aplicação desta Lei Complementar, considera-se paisagem urbana o espaço aéreo e a superfície externa natural ou construída pelo homem, no meio ambiente, nas edificações e logradouros da cidade, exteriorizados no traçado urbano, nas áreas verdes, nas fachadas arquitetônicas, nos elementos de sinalização urbana, nos elementos de infraestrutura urbana e nos serviços de comodidade urbana.

Art. 3º. Constituem objetivos, diretrizes e estratégias da ordenação da paisagem do Município de Itajaí (SC) o atendimento ao interesse público em consonância com os direitos fundamentais da pessoa humana e as necessidades de conforto ambiental, com a melhoria da qualidade de vida urbana e da paisagem, assegurando, dentre outros, os seguintes:

- I - o bem-estar estético, cultural e ambiental da população;
- II - a segurança das edificações e da população;
- III - a segurança, a fluidez e o conforto nos deslocamentos de veículos e pedestres;
- IV - a preservação do patrimônio cultural, histórico, artístico, arquitetônico e paisagístico;
- V - a visualização dos elementos naturais tomados em seu conjunto e em suas peculiaridades ambientais nativas;
- VI - a valorização dos espaços públicos, das vias panorâmicas e das bordas, espelhos d'água;
- VII - o fácil e rápido acesso aos serviços de emergência, tais como bombeiros, ambulâncias e polícia, bem como à infraestrutura urbana e serviços de interesse coletivo nas vias e logradouros;
- VIII - a compatibilização, ordenação, padronização e limitação dos anúncios exibidos na paisagem urbana.

Art. 4º. Para os efeitos de aplicação desta lei, ficam estabelecidas as seguintes definições:

- I - Anúncio: qualquer veículo de comunicação visual presente na paisagem visível do logradouro público, composto de área



ESTADO DE SANTA CATARINA

Câmara de Vereadores de Itajaí



de exposição e estrutura, podendo ser:

a) anúncio indicativo: aquele que visa apenas identificar, no próprio local da atividade, os estabelecimentos e/ou profissionais que dele fazem uso;

b) anúncio publicitário: aquele destinado à veiculação de publicidade, instalado fora do local onde se exerce a atividade;

c) anúncio especial: aquele que possui características específicas, com finalidade cultural, eleitoral, educativa ou imobiliária, nos termos do disposto no art. 21 desta lei;

II - Área de exposição do anúncio: a área que compõe cada face da mensagem do anúncio, devendo, caso haja dificuldade de determinação da superfície de exposição, ser considerada a área do menor quadrilátero regular que contenha o anúncio;

III - Área livre de imóvel edificado: a área descoberta existente entre a edificação e qualquer divisa do imóvel que a contém;

IV - Área total do anúncio: a soma das áreas de todas as superfícies de exposição do anúncio, expressa em metros quadrados;

V - Bem de uso comum: aquele destinado à utilização do povo, tais como as áreas verdes e institucionais, as vias e logradouros públicos, e outros;

VI - Bem de valor cultural: aquele de interesse paisagístico, cultural, turístico, arquitetônico, ambiental ou de consagração popular, público ou privado, composto pelas áreas, edificações, monumentos, parques e bens tombados pela União, Estado, Município, ou definido pelo Plano Diretor;

VII - Espaço de utilização pública: a parcela do espaço urbano passível de uso e fruição pela população;

VIII - Mobiliário urbano: é o conjunto de elementos que podem ocupar o espaço público, implantados, direta ou indiretamente, pela Administração Municipal, com as seguintes funções urbanísticas:

a) circulação e transportes;

b) ornamentação da paisagem e ambientação urbana;

c) descanso e lazer;

d) serviços de utilidade pública;

e) comunicação e publicidade;

f) atividade comercial;

g) infraestrutura;

h) limpeza urbana;

i) proteção de espécies vegetais;

j) prática de atividades esportivas e exercícios físicos.

IX - Fachada: qualquer das faces externas de uma edificação principal ou complementar, tais como torres, caixas d'água, chaminés ou similares;

X - Imóvel: o lote, público ou privado, edificado ou não, assim definido:

a) imóvel edificado: aquele ocupado total ou parcialmente com edificação permanente;

b) imóvel não edificado: aquele não ocupado ou ocupado com edificação transitória, em que não se exerçam atividades nos termos da legislação de uso e ocupação do solo;

XI - Lote: a parcela de terreno resultante de loteamento, desmembramento ou desdobro, contida em uma quadra com, pelo menos, uma divisa lindeira à via de circulação oficial;

XII - Testada ou alinhamento: a linha divisória entre o imóvel de propriedade particular ou pública e o logradouro público;

XIII - Pinturas e/ou revestimentos de fachadas em áreas de interesse paisagístico: pinturas e/ou revestimentos de edificações e muros que possam criar forte impacto, interferir ou competir com a paisagem em áreas como de valor histórico, bordas d'água, Áreas de Preservação Ambiental e outras relacionadas em legislação específica;

XIV - Obras de arte pública: obras realizadas por artista em espaço público, entendendo elas como escultura, teatro, instalações, performances, grafite, painéis murais, passíveis de patrocínio com a contrapartida de espaço publicitário, mediante autorização do órgão municipal competente;

XV - Paisagem sonora: todos os sons naturais ou produzidos artificialmente dentro do território;



ESTADO DE SANTA CATARINA

Câmara de Vereadores de Itajaí



- XVI – Afastamento entre equipamentos: medida linear em projeção horizontal, entre o eixo dos equipamentos de anúncio publicitário;
- XVII – Altura do equipamento: distância entre o solo e a aresta superior deste;
- XVIII – Cobertura da edificação: área situada acima do teto do último pavimento;
- XIX – Edificação: construção de estruturas físicas acima ou abaixo da superfície de um terreno que possibilita a instalação e o exercício de atividades humanas;
- XX – Evento de curta duração: aquele com duração máxima de 10 (dez) dias;
- XXI – Fachada principal: face externa da edificação, voltada para logradouro público;
- XXII – Logradouro público: espaço livre, reconhecido pela municipalidade, destinado ao trânsito livre, tráfego, comunicação ou lazer público;
- XXIII – Marquise: elemento da edificação, construído em balanço em relação à fachada, destinado à cobertura e proteção de transeuntes;
- XXIV – Mensagem publicitária: é o uso organizado de sinais visuais ou sonoros que servem à comunicação, sendo transmitida através de anúncio, como forma de propagação de idéias, marcas, produtos, mercadorias ou serviços;
- XXV – Paisagem urbana: é a configuração da contínua e dinâmica interação entre os elementos naturais, os elementos edificados ou criados pelo próprio homem, numa constante relação de escala, forma, função e movimento;
- XXVI – Quadro: meio físico utilizado para colocação do anúncio publicitário;
- XXVII – Recuo da edificação: distância de afastamento, medida em projeção horizontal, entre as partes mais avançadas da edificação e as divisas do respectivo terreno ou lote;
- XXVIII – Recuo obrigatório: é o afastamento estabelecido na legislação municipal para as edificações de determinada zona ou via;
- XXIX – Visibilidade: possibilidade de visualização de uma mensagem exposta em espaço externo da edificação;
- XXX – Vão: distância, medida em projeção vertical, entre a pista de rolamento e a aresta inferior do equipamento de anúncio;
- XXXI – Equipamentos de divulgação de anúncio: são os meios físicos de comunicação visual ou audiovisual, utilizados para transmitir anúncios ao público;
- XXXII – Acréscimo/aplique (lateral ou frontal): saliências integrantes do layout de equipamento de anúncio, utilizadas como complemento da ideia e que não se apresentam constituindo superfícies contínuas ao quadro do equipamento;
- XXXIII – Galeria: espaço de livre acesso público, destinado à circulação de pedestres, em área externa ou interna das edificações;
- XXXIV – Marca registrada: título, nome ou logomarca registrado no Instituto Nacional de Propriedade Industrial – INPI.

Art. 5º. Para os fins desta lei, não são considerados anúncios:

- 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 aprovado das edificações;
- II - os logotipos ou logomarcas de postos de abastecimento e serviços, quando veiculados nos equipamentos próprios do mobiliário obrigatório, como bombas, densímetros e similares;
- III - as denominações de prédios e condomínios;
- IV - os que contenham referências que indiquem lotação, capacidade e os que recomendem cautela ou indiquem perigo, desde que sem qualquer legenda, dístico ou desenho de valor publicitário;
- V - os que contenham mensagens obrigatórias por legislação federal, estadual ou municipal;
- VI - os que contenham mensagens indicativas de cooperação com o Poder Público Municipal, Estadual ou Federal;
- VII - os que contenham mensagens indicativas de órgãos da Administração Direta;
- VIII - os que contenham indicação de monitoramento de empresas de segurança com área máxima de 0,5m² (cinquenta decímetros quadrados);



ESTADO DE SANTA CATARINA

Câmara de Vereadores de Itajaí



- IX - aqueles instalados em áreas de proteção ambiental que contenham mensagens institucionais com patrocínio;
- X - os que contenham as bandeiras dos cartões de crédito aceitos nos estabelecimentos comerciais, desde que não ultrapassem a área total de 1,0m² (um metro quadrado);
- XI - os "banners" ou pôsteres indicativos dos eventos culturais que serão exibidos na própria edificação, para museu ou teatro e edifícios públicos, mediante autorização do órgão municipal competente;
- XII - a denominação de hotéis ou a sua logomarca, quando inseridas ao longo da fachada das edificações onde é exercida a atividade, devendo o projeto ser aprovado pelo órgão municipal competente;
- XIII - a identificação das empresas nos veículos automotores utilizados para a realização de seus serviços;
- XIV - as placas obrigatórias, instaladas em canteiro de obra, exibidas e regulamentadas pelas entidades governamentais e pelos conselhos e órgãos de classe, desde que contenham apenas a mensagem exigida pelas respectivas regulamentações;
- XV - os anúncios em vitrines e mostruários, excetuando-se aqueles aplicados diretamente no vidro.

CAPÍTULO II DAS NORMAS GERAIS

Art. 6º. Todo anúncio deverá observar, dentre outras, as seguintes normas:

- I - oferecer condições de segurança ao público;
- II - ser mantido em bom estado de conservação, no que tange a estabilidade, resistência dos materiais e aspecto visual;
- III - receber tratamento final adequado em todas as suas superfícies, inclusive na sua estrutura;
- IV - atender às normas técnicas pertinentes à segurança e estabilidade de seus elementos;
- V - não obstruir a visibilidade de sinalização de trânsito ou outro sinal de comunicação institucional, destinado à orientação do público, bem como a numeração imobiliária e a denominação dos logradouros;
- VI - não provocar excesso de reflexo, de brilho ou de intensidade de luz que possa ocasionar ofuscamento, prejudicar a visão dos motoristas, interferir na operação ou sinalização de trânsito, quando com dispositivo luminoso ou com película de alta reflexividade, conforme especificações desta Lei;
- VII - não obstruir a visualização de bens protegidos em razão de seu valor histórico, cultural, paisagístico ou artístico.

Art. 7º. É proibida a instalação de anúncios em:

- I - leitos dos rios, margem de cursos d'água, praias, dunas, promontórios, restingas, reservatórios, lagos, lagoas e represas, e demais elementos protegidos por lei;
- II - belvederes, mirantes, áreas de preservação permanente (APP), áreas de preservação ambiental (APA) e Unidades de Conservação;
- III - parques, praças e outros logradouros públicos, salvo os anúncios de cooperação entre o Poder Público e a iniciativa privada, mediante aprovação do órgão municipal competente, bem como as placas e unidades identificadoras definidas no parágrafo 6º. do art. 23 desta lei;
- IV - postes de iluminação pública e/ou de rede de telefonia;
- V - torres ou postes de transmissão de energia elétrica;
- VI - nos dutos de gás e de abastecimento de água, hidrantes, torres d'água e outros similares;
- VII - faixas ou placas acopladas à sinalização de trânsito;
- VIII - obras públicas de arte de engenharia, tais como pontes, elevados, passarelas, viadutos e túneis, ainda que de domínio estadual e federal;
- IX - distância inferior a 100,00m (cem metros) de obras públicas de arte de engenharia civil;
- X - nos muros, tapumes, grades, cercas ou portões de lotes públicos ou privados, edificados ou não;



ESTADO DE SANTA CATARINA

Câmara de Vereadores de Itajaí



- XI - nas árvores e palmeiras de qualquer porte, e nas trilhas e caminhos;
- XII - nos imóveis situados em zonas exclusivamente residenciais, assim definidas pelo Plano Diretor, salvo os anúncios indicativos nos imóveis regulares e que já possuíam a devida licença de funcionamento;
- XIII - em áreas públicas, exceto nas condições estabelecidas nesta lei;
- XIV - nas partes externas de hospital, pronto socorro e posto de atendimento médico, exceto os identificadores ou nas condições estabelecidas nesta lei;
- XV - no pavimento das vias, nos meios-fios e interior de rótulas, salvo os instrumentos de orientação do trânsito;
- XVI - colado ou pintado nas colunas, paredes e demais partes externas da edificação, excetuando-se as situações previstas nesta lei;
- XVII - nas partes internas e externas de cemitérios, exceto os anúncios orientadores e identificadores;
- XVIII - em cavaletes ou similares, nos logradouros públicos e passeios.

Art. 8º. É proibido colocar anúncio na paisagem que:

- I - obstrua a visibilidade de bens tombados;
- II - obstrua a visibilidade da fachada principal da edificação onde estiver instalado;
- III - apresente conjunto de formas e cores que se confundam com as convencionadas internacionalmente para as diferentes categorias de sinalização de trânsito terrestre, aeronáutico e marítimo;
- IV - apresente conjunto de formas e cores que se confundam com as consagradas pelas normas de segurança para a prevenção e o combate a incêndios;
- V - utilize incorretamente o vernáculo, exceto na veiculação de marcas registradas;
- VI - favoreça ou estimule qualquer espécie de ofensa ou discriminação racial, sexual, de gênero, social ou religiosa;
- VII - contenha elementos que possam induzir a atividades criminosas ou ilegais, ao uso de drogas e de produtos nocivos indicados pelo CONAR, à violência, ou que possam favorecer, enaltecer ou estimular tais práticas;
- VIII - seja considerado atentatório, em linguagem ou alegoria, à moral e aos bons costumes;
- IX - veiculem mensagens que promovam produtos proibidos ou que estimulem qualquer tipo de poluição ou degradação do ambiente natural;
- X - contrarie a legislação estadual ou federal, especialmente a legislação eleitoral, penal, o Código de Defesa do Consumidor e o Código de Trânsito Brasileiro;
- XI - não possua acabamento final adequado em todas as suas superfícies ou que não esteja bem conservado, no que tange à estabilidade, resistência dos materiais e aspecto visual, ou que não ofereça condições de segurança ao público.

Art. 9º. A aprovação de anúncio nas edificações protegidas por lei, tombamento ou por decisão judicial, e nas Áreas de Preservação Cultural, assim como, nos bens de valor cultural, fica condicionada à prévia autorização do órgão municipal competente.

Parágrafo Único. Para efeito do presente artigo, permanecem vigentes e inalteradas as normas específicas já existentes afetas às Áreas de Preservação Cultural - APC.

CAPÍTULO III

DA ORDENAÇÃO DA PAISAGEM CONSTRUÍDA E NATURAL

Art. 10. Para os efeitos da ordenação da paisagem construída e natural, consideram-se todos os anúncios visíveis do logradouro público, em movimento ou não, instalados em:

- I - imóvel de propriedade particular, edificado ou não;



ESTADO DE SANTA CATARINA

Câmara de Vereadores de Itajaí



- II - imóvel de domínio público, edificado ou não;
- III - bens de uso comum do povo;
- IV - obras de construção civil em lotes públicos ou privados;
- V - faixas de domínio, pertencentes a redes de infraestrutura, e faixas de servidão de redes de transporte, de redes de transmissão de energia elétrica, de oleodutos, gasodutos e similares;
- VI - veículos automotores e motocicletas;
- VII - bicicletas e similares;
- VIII - "trailers" ou carretas, engatados ou desengatados, de veículos automotores;
- IX - mobiliário urbano;
- X - aeronaves em geral e sistemas aéreos de qualquer tipo;
- XI - embarcações.

§ 1º. Para fins do disposto neste artigo, considera-se visível o anúncio instalado em espaço externo ou interno da edificação, dos veículos automotores, das embarcações e das aeronaves, excetuados aqueles utilizados para transporte de carga e para realização de seus serviços, bem como para transporte coletivo urbano.

§ 2º. No caso de se encontrar afixado em espaço interno de qualquer edificação, o anúncio será considerado visível quando localizado até 0,30m (trinta centímetros) de qualquer abertura ou vedo transparente que se comunique diretamente com o exterior.

Seção I

Do Anúncio Indicativo em Imóvel Edificado, Público ou Privado.

Art. 11. Ressalvado o disposto no art. 14 desta lei, serão permitidas as seguintes relações de medidas, quantidades e padrões para letreiros ou totens junto à edificação:

- I - a área total do anúncio não poderá ultrapassar 50% (cinquenta por cento) da medida linear horizontal da fachada da edificação onde estiver instalado, observadas as demais condições;
- II - no anúncio indicativo composto apenas de letras, logomarcas ou símbolos grampeados, colados, chumbados ou pintados na parede, a área total do anúncio será aquela resultante do somatório dos polígonos formados pelas linhas imediatamente externas que contornam cada elemento inserido na fachada;
- III - o anúncio indicativo instalado em suportes em forma de totens ou estruturas tubulares deverá estar totalmente contido dentro do lote e não poderá apresentar área total superior a 10m² (dez metros quadrados), tampouco possuir altura superior a 5m (cinco metros).

§ 1º. Não serão permitidas outras modalidades de anúncios indicativos que descaracterizem as fachadas dos imóveis, mediante a instalação de painéis, faixas, pinturas ou qualquer outro dispositivo.

§ 2º. Não serão permitidos anúncios indicativos instalados sobre as marquises, telhados, coberturas, saliências ou recobrimento de fachadas.

§ 3º. Se a edificação estiver localizada no alinhamento, cada anúncio só poderá avançar 0,15m (quinze centímetros) sobre a calçada ou passeio público e ser instalado a uma altura mínima de 2,20m (dois metros e vinte centímetros).

§ 4º. Nas edificações existentes no alinhamento, regulares e dotadas de licença de funcionamento, o anúncio indicativo deverá seguir a legislação estabelecida para as Áreas de Proteção Cultural.



ESTADO DE SANTA CATARINA

Câmara de Vereadores de Itajaí



§ 5º. Os anúncios indicativos na modalidade de letreiros deverão ter a sua projeção ortogonal totalmente contida dentro dos limites externos da fachada onde se encontram instalados e não prejudicar a área de exposição de outro anúncio.

§ 6º. Será admitido anúncio indicativo no frontão de toldo retrátil, desde que a altura das letras não ultrapasse 0,20m (vinte centímetros), atendido o disposto no "caput" deste artigo.

§ 7º. Não serão permitidas pinturas, apliques ou quaisquer outros elementos com fins promocionais ou publicitários, que sejam vistos dos logradouros públicos, além daqueles definidos nesta lei.

§ 8º. Na hipótese do imóvel, público ou privado, abrigar mais de uma atividade, o anúncio referido no "caput" deste artigo poderá ser subdividido em outros, desde que sua área total não ultrapasse os limites estabelecidos nos itens I, II e III do caput deste artigo.

§ 9º. Quando o imóvel for de esquina ou tiver mais de uma frente para logradouro público oficial, será permitido um anúncio ou um totem por testada, atendidas as exigências estabelecidas neste artigo.

§ 10. Cada imóvel poderá utilizar somente um tipo de anúncio indicativo, não podendo utilizar ao mesmo tempo totem e letreiro.

Art. 12. Nos imóveis edificados, públicos ou privados, somente serão permitidos anúncios indicativos de marcas que estejam relacionadas com as atividades neles exercidas e que estejam em conformidade com as disposições estabelecidas na lei de uso e ocupação do solo em vigor e possuam as devidas licenças de funcionamento.

Parágrafo Único. Não serão permitidos, nos imóveis edificados, públicos ou privados, 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. 13. Serão permitidos anúncios e peças publicitárias em obras de arte inseridas no espaço público, tanto de caráter efêmero como permanente, com critérios a serem definidos pelo órgão municipal competente.

Parágrafo Único. O anúncio disposto neste artigo fica restrito às dimensões máximas de 0,30m (trinta centímetros) de altura por 0,50m (cinquenta centímetros) de largura.

Art. 14. Não será permitido anúncio indicativo em imóveis não edificados, de propriedade pública ou privada.

Parágrafo Único. Caso seja exercida alguma atividade na área não edificada, que possua a devida licença de funcionamento, poderá ser instalado anúncio indicativo, observado o disposto no art. 11 desta lei.

Seção II

Do Anuncio Publicitário em Imóvel Público ou Privado

Art. 15. A licença para a instalação e exibição de anúncios publicitários, em imóveis públicos ou privados, edificados ou não, só poderá ser requerida e executada por pessoa jurídica que exerça, como atividade principal, o agenciamento de espaços para publicidade exterior, e desde que esteja devidamente cadastrada na Prefeitura Municipal de Itajaí (SC).



ESTADO DE SANTA CATARINA

Câmara de Vereadores de Itajaí



Art. 16. Fica instituído o Cadastro de Publicidade da Prefeitura Municipal de Itajaí (SC), para o registro das empresas e controle da regularidade dos equipamentos de divulgação de anúncios publicitários.

Parágrafo Único. Todas as pessoas jurídicas referidas no artigo 15, que prestem serviços de divulgação de publicidade no Município de Itajaí (SC), deverão estar regularmente registradas no Cadastro de Publicidade.

Art. 17 Para os efeitos desta lei, os anúncios publicitários são definidos e padronizados da seguinte forma:

I – Outdoor: equipamento composto por quadro de chapas metálicas, nas dimensões específicas de 6,0m (seis metros) de largura por 3,00m (três metros) de altura ou de 9,0m (nove metros) de largura por 3,0m (três metros) de altura, destinado à afixação de cartazes de papel ou lona vinílica impressa, devendo atender às seguintes exigências:

- possuir estrutura de fixação 100% (cem por cento) metálica, sustentada por um tubo de aço com diâmetro máximo de 500mm (quinhentos milímetros) fixado em base de concreto;
- dispor de altura máxima de 6,00m (seis metros) de vão livre, a contar da pista de rolamento frontal junto ao imóvel no qual for instalado o equipamento;
- poderá conter até duas faces simples, paralelas ou anguladas em, no máximo, de 45º (quarenta e cinco graus);
- conjunto de, no máximo, 02 (dois) quadros da mesma empresa, por face, com 0,50m (cinquenta centímetros) de espaçamento entre os quadros, podendo ser utilizado para veiculação de anúncios no formato simples ou duplo, com ou sem junção;
- é vedada a instalação de quadros superpostos (um acima de outro) e iluminação;
- é permitida a fixação de apliques, desde que não ultrapasse a 20% (vinte por cento) da área de exposição do anúncio;

II – Front Light: equipamento iluminado frontalmente, destinado à veiculação de anúncios fixos ou não, com área de exposição de anúncio não superior a 35m² (trinta e cinco metros quadrados), por face, devendo atender às seguintes exigências:

- possuir estrutura 100% (cem por cento) metálica, sustentada por tubo cilíndrico em aço carbono fixado em base de concreto armado;
- o quadro deve ser horizontal e fixado em coluna própria, podendo conter até duas faces, paralelas ou anguladas, e em sentidos opostos em relação ao logradouro público;
- é permitida iluminação artificial, que deverá obrigatoriamente ser frontal e direcional ao quadro expositor;
- é permitida a fixação de apliques, que não poderá ser superior a 20% (vinte por cento) da área de exposição da publicidade;
- são destinados exclusivamente à fixação de lona vinílica impressa;
- as mensagens publicitárias poderão ser estáticas ou com movimento (triedro);

III – Painel Eletrônico: equipamento luminoso com imagem digital, destinado à veiculação de anúncios dinâmicos ou estáticos, com dimensões não superiores a 54m² (cinquenta e quatro metros quadrados) por face, devendo atender às seguintes exigências:

- possuir estrutura 100% (cem por cento) metálica, sustentada por um tubo cilíndrico em aço carbono e fixado em base de concreto armado;
- deverá ser fixado em coluna própria;
- é vedada a fixação de apliques;
- a intensidade da luminosidade ou brilho do painel (quantidade de lumens) não poderá ultrapassar durante o dia 95% (noventa e cinco por cento) na estação verão, 80% (oitenta por cento) nas outras estações e reduzida a 12% (doze por cento) no período noturno em todas as estações; percentual esse que poderá ser comprovado através de um luxímetro (aparelho utilizado para medir o nível de luminosidade ou brilho produzido pelo equipamento no local);



ESTADO DE SANTA CATARINA

Câmara de Vereadores de Itajaí



e) somente permitida a instalação de duas faces anguladas, desde que em sentidos opostos em relação ao logradouro;

IV – Empena: equipamento com apenas uma face, instalado na fachada externa lateral sem abertura da edificação, com até 85m² (oitenta e cinco metros quadrados) de área total, por fachada, destinado à veiculação de anúncios publicitários com imagem impressa ou digital, estáticos ou em movimento, devendo atender as seguintes exigências:

- a) a área de exposição não poderá ultrapassar 70% (setenta por cento) da área total da fachada;
- b) deverá ter sua projeção ortogonal totalmente contida dentro dos limites externos da fachada;
- c) não poderá ser oblíquo ou perpendicular à fachada onde for instalado;
- d) é permitida iluminação artificial, que deverá obrigatoriamente ser frontal e direcional ao quadro expositor;
- e) é vedada a fixação de apliques;
- f) no caso da empena possuir imagem digital, a intensidade da luminosidade ou brilho do painel (quantidade de lumens) não poderá ultrapassar durante o dia 95% (noventa e cinco por cento) na estação verão, 80% (oitenta por cento) nas outras estações e reduzida a 12% (doze por cento) no período noturno em todas as estações; percentual esse que poderá ser comprovado através de um luxímetro (aparelho utilizado para medir o nível de luminosidade ou brilho produzido pelo equipamento no local);

V – Top Sight: equipamento confeccionado em estrutura 100% (cem por cento) metálica, destinado à veiculação de anúncios publicitários com imagem impressa, com dimensões de 3,50m (três metros e cinquenta centímetros) de largura por 5,00m (cinco metros) de altura, disposto obrigatoriamente em formato vertical, podendo ter iluminação externa (iluminado) artificial, frontal e direcional ao quadro expositor, sustentado por um tubo cilíndrico em aço carbono fixado em base de concreto armado, podendo conter até duas faces simples, paralelas e em sentidos opostos em relação ao logradouro, com vão livre máximo de 6,00m (seis metros), sendo vedada a fixação de apliques;

VI – Painéis Rodoviários: equipamentos destinados à veiculação de anúncios fixos em Rodovias, com área de exposição adequada a sua localização, devendo atender às seguintes exigências:

- a) possuir estrutura 100% (cem por cento) metálica, sustentada por um ou mais tubos cilíndricos em aço carbono ou postes de concreto, fixados em bases de concreto armado;
- b) o quadro deve ser horizontal e fixado em coluna própria, podendo conter até duas faces simples, paralelas ou anguladas em, no máximo, 90° (noventa graus), em sentidos opostos em relação ao logradouro público;
- c) é permitida iluminação artificial, que deverá obrigatoriamente ser frontal e direcional ao quadro expositor;
- d) é permitida a fixação de apliques, desde que não ultrapasse a 15% (quinze por cento) da área de exposição da publicidade;
- e) são destinados exclusivamente à fixação de lona vinílica impressa;
- f) as mensagens publicitárias poderão ser estáticas ou com movimento, desde que autorizadas pelo órgão rodoviário competente;

VII – Balões e Bolas: equipamentos confeccionados em material flexível, destinados à divulgação de mensagens publicitárias estáticas, específicas para eventos comemorativos, de ocasião e com prazo máximo de 10 (dez) dias de exibição, devendo atender às seguintes exigências:

- a) sua utilização se restringe a eventos ocasionais como inaugurações, exposições, lançamentos e similares;
- b) deverão ser presos ao solo por cabo e, se forem iluminados, deverão utilizar material isolante;
- c) é vedado o uso de gás inflamável;
- d) poderão ser instalados apenas no imóvel onde ocorrerá o evento, respeitando, ainda, os distanciamentos previstos no art. 19, assim como as demais restrições e proibições gerais previstas nesta lei;
- e) o órgão municipal competente deverá definir o local de instalação e a altura máxima, de forma a assegurar as condições de segurança do entorno;



ESTADO DE SANTA CATARINA

Câmara de Vereadores de Itajaí



VIII - Bicicletas: equipamentos instalados em bicicletas e similares, destinados à veiculação de anúncios publicitários estáticos, com área de exposição de até 1,00m² (um metro quadrado), podendo ser exibido em uma bicicleta ou conjunto de, no máximo, três bicicletas ou similares, e que não poderão permanecer parados no logradouro;

IX - Aeronaves: são aparelhos manobráveis em voo, que possam sustentar-se e circular no espaço aéreo, mediante reações aerodinâmicas, tais como aviões, helicópteros, ultraleves, paramotores, paraquedas, aeromodelos, dirigíveis e similares, especialmente destinados à veiculação de anúncios publicitários diretamente em sua estrutura ou por meio de estrutura acessória, devendo atender as seguintes exigências:

- a) estar devidamente legalizado segundo a legislação federal aeronáutica e cumprir as normas expedidas pelo respectivo órgão regulatório federal;
- b) não voar sobre concentração de pessoas ou conjunto de pessoas reunidas ao ar livre;
- c) não lançar objetos como brindes ou amostras de produtos;
- d) não emitir ruídos que perturbem o bem estar da comunidade, acima dos limites estabelecidos pela legislação municipal;

X - Prospectos, folhetos de propaganda, abanos e similares: são anúncios confeccionados em material reciclável, destinado à mensagem publicitária, com duração provisória, somente podendo ser distribuídos nos locais e datas estabelecidas na autorização, e deverão conter, obrigatoriamente, a seguinte mensagem, com tamanho de fonte legível: "Povo Civilizado. Não jogue este impresso em via pública.";

XI - Veículos de Transporte Público Municipal de Passageiros: A exibição de anúncios publicitários nos veículos do transporte coletivo convencional e executivo de passageiros será permitida:

- a. Externamente, na parte traseira do veículo, não podendo exceder a 4/5 (quatro quintos) de sua área, ocupando o espaço superior de modo que permaneça sem publicidade 1/5 (um quinto) do espaço inferior;
- b. Internamente, em peças tipo "pega-mão", fixadas no corrimão junto aos balaústres, de forma que não venham a atuar como barreira física na movimentação dos passageiros, e desde que não contrariem outras normas de segurança definidas pela autoridade competente;
- c. A contratação de empresa de mídia exterior para explorar tais anúncios publicitários será realizada pelos concessionários do transporte coletivo urbano;
- d. Todos os tipos de equipamentos de anúncios publicitários em ônibus devem ser conservados e mantidos dentro da melhor forma técnica e estética, sem material danificado, solto e/ou desbotado, sob pena de serem aplicadas as sanções previstas nesta lei.

Parágrafo Único. É vedada a veiculação de anúncio publicitário que não atenda às definições, padrões e formatos previstos neste artigo.

Art. 18. Os anúncios publicitários devem obedecer às seguintes disposições:

- a) não apresentar quadros superpostos;
- b) não avançar sobre o passeio;
- c) não ultrapassar as medidas e áreas estabelecidas no art. 17;
- d) ser identificados através de uma placa de, no mínimo, 0,50m (cinquenta centímetros) de largura por 0,25m (vinte e cinco centímetros) de altura, afixada no equipamento, contendo o nome da empresa publicitária e o número do alvará;
- e) o equipamento situado em imóvel particular, edificado ou não, deverá obedecer aos recuos da edificação contígua ou no mínimo 1,00m (um metro) do passeio nas vias de trânsito rápido e a partir do passeio nas demais vias;
- f) é obrigatório, por parte da empresa proprietária do equipamento, a manutenção e a limpeza do mesmo e ao seu redor, numa faixa mínima equivalente ao recuo para o terreno, ou uma faixa mínima de 3,0m (três metros) se não houver recuo



ESTADO DE SANTA CATARINA

Câmara de Vereadores de Itajaí



previsto.

Art. 19. Todos os anúncios publicitários deverão adotar distanciamento, entre si, proporcional à área de exposição de cada anúncio, conforme segue:

- a) até 18m² de anúncio – 50m no mesmo sentido da via;
- b) de 18,01m² a 35,00m² – 70m no mesmo sentido da via;
- c) de 35,01m² a 56,00m² – 100m no mesmo sentido da via; e
- d) de 56,01m² a 85,00m² – 120m no mesmo sentido da via.

§ 1º. Os distanciamentos definidos no caput deste artigo serão aplicados pela área de exposição do anúncio, levando-se em consideração aquele a ser instalado.

§ 2º. Havendo necessidade de remoção de equipamentos de anúncios publicitários passíveis de regularização, para adequação aos distanciamentos previstos nesta lei, serão obedecidos os seguintes critérios, nesta ordem de prioridade: 1º) alvará mais antigo; 2º) documento público mais antigo que comprove a exibição do anúncio publicitário no local; 3º) contrato de locação registrado em cartório de títulos de documentos ou averbado junto a matrícula do imóvel mais antigo; 4º) outro meio de prova que comprove a anterioridade no local.

§ 3º. Os painéis instalados em imóveis com visualização para a Rodovia Jorge Lacerda, Rodovia Antônio Heill e Rodovia Federal BR-101 deverão ter seu distanciamento mínimo de 150m (cento e cinquenta metros) entre si, independentemente da área de exposição ou do tipo de equipamento publicitário.

Art. 20. Além das restrições gerais estabelecidas nesta lei, é vedada a veiculação de anúncio publicitário nos seguintes locais:

I - em áreas sujeitas a regime específico de proteção, incluindo as zonas de amortecimento demarcadas na forma da lei e no entorno de bens tombados num raio de 50 (cinquenta metros):

- a) área de proteção histórica, cultural, paisagística e de recursos naturais;
- b) área de preservação permanente e unidades de conservação, definidas em legislação específica;

II - ao longo dos calçadões centrais;

III - no entorno de patrimônio histórico tombado;

IV - em canteiros de vias;

V - Igreja Matriz de Itajaí (SC), Praça Central e seu entorno num raio de 50 (cinquenta metros);

VI - em qualquer local que obstrua a vista para o mar, tomada de qualquer ponto do logradouro público ou privado onde estiver instalado.

Seção III

Dos Anúncios Especiais

Art. 21. Para os efeitos desta lei, os anúncios especiais são classificados em:

I - de finalidade cultural: quando for integrante de programa cultural, de plano de embelezamento da cidade, de inserção de arte pública ou alusivo a data de valor histórico, não podendo sua veiculação ser superior a 30 (trinta) dias, conforme decreto específico do Poder Executivo Municipal, que definirá a política específica junto ao órgão competente;



ESTADO DE SANTA CATARINA

Câmara de Vereadores de Itajaí



- II - de finalidade eleitoral: os anúncios referentes à propaganda eleitoral deverão ser retirados no prazo máximo de 15 (quinze) dias, a contar da data da realização das eleições ou plebiscitos, obedecendo à legislação eleitoral vigente;
- III - de finalidade educativa, informativa ou de orientação social e religiosa: com veiculação temporária, conforme política específica junto secretaria competente;
- IV - de finalidade imobiliária: quando for destinado à informação do público para aluguel ou venda de imóvel, não podendo sua área ultrapassar 1,0m² (um metro quadrado) e devendo estar contido no lote.

Seção IV

Do Anúncio Publicitário no Mobiliário Urbano

Art. 22. A veiculação de anúncios publicitários no mobiliário urbano será regulamentada por Decreto.

Art. 23. São considerados como mobiliário urbano de uso e utilidade pública os seguintes elementos, dentre outros:

- I - abrigo de parada de transporte público terrestre e marítimo de passageiro;
- II - totem indicativo de parada de ônibus e de atracação de embarcação;
- III - sanitário público "standard";
- IV - sanitário público com acesso universal;
- V - sanitário público móvel (para feiras livres e eventos);
- VI - painel informativo;
- VII - painel eletrônico para texto informativo;
- VIII - placas e unidades identificadoras de vias, logradouros públicos e trilhas;
- IX - totem de identificação de espaços e edifícios públicos;
- X - cabine de segurança;
- XI - quiosque para informações culturais;
- XII - bancas de jornal e revistas;
- XIII - bicicletário;
- XIV - estrutura para disposição de sacos plásticos de lixo e destinada à reciclagem;
- XV - grade de proteção de terra ao pé de árvores;
- XVI - protetores de árvores;
- XVII - quiosque para venda de lanches e produtos em parques;
- XVIII - lixeiras;
- XIX - relógio (tempo, temperatura e poluição);
- XX - estrutura de suporte para terminal de rede pública de informação e comunicação;
- XXI - suportes para afixação gratuita de pôster para eventos culturais;
- XXII - painéis de mensagens variáveis para uso exclusivo de informações de trânsito;
- XXIII - colunas multiuso;
- XXIV - estações de transferência;
- XXV - abrigos para pontos de táxi;
- XXVI - barracas e equipamentos de praia;
- XXVII - cabines telefônicas
- XXVII - equipamento públicos destinados à prática de exercícios físicos ou atividades desportivas.

§ 1º. Abrigos de parada de transporte público de passageiros são instalações de proteção contra as intempéries, destinados aos usuários do sistema de transporte público terrestre e marítimo, instalados nos pontos de parada, terminais e atracadouros, devendo, em sua concepção, ter definidos os locais para veiculação de publicidade e os painéis informativos



ESTADO DE SANTA CATARINA

Câmara de Vereadores de Itajaí



referentes ao sistema de transporte e sua integração com o metropolitano, com o transporte marítimo ou outro modal que venha a ser implantado.

§ 2º. Totem indicativo de parada de ônibus ou de atracação de embarcação é o elemento vertical de comunicação visual destinado à identificação da parada de ônibus ou de atracação de embarcação de transporte público, quando houver impedimento para instalação de abrigos.

§ 3º. Sanitários "standard" e com acesso universal são instalações higiênicas destinadas ao uso comum, sendo implantados em praças e nos terminais de transporte de uso coletivo, e os chamados sanitários públicos móveis instalados em feiras livres e eventos.

§ 4º. Paineis publicitários informativos são painéis luminosos para informação a transeuntes, consistindo num sistema de sinalização global para a cidade, que identificará mapas de áreas, marcação dos pontos de interesse turístico, histórico e de mensagens de caráter educativo.

§ 5º. Painel eletrônico para texto informativo consiste em painéis luminosos ou totens orientadores do público em geral, em relação aos imóveis, paisagens e bens de valor histórico, cultural, de memória popular, artístico, localizados no entorno e ainda com a mesma função relativamente a casas de espetáculos, teatros e auditórios.

§ 6º. Placas e unidades identificadoras de vias, logradouros públicos e trilhas são aquelas que identificam as vias, logradouros públicos e trilhas, instaladas nas respectivas confluências.

§ 7º. Totens de identificação de lugares históricos, edifícios públicos, informações turísticas, são elementos verticais de comunicação visual, podendo ser de mídia eletrônica, destinados à identificação dos espaços e informações significativas para o usuário da cidade.

§ 8º. Cabine de segurança é o equipamento destinado a abrigar policiais durante 24 horas por dia

§ 9º. Quiosques são equipamentos destinados à comercialização e prestação de serviços diversos, implantados em praças e logradouros públicos, em locais e quantidades a serem estipuladas pelo Poder Público Municipal, sem prejuízo do comércio local regularmente estabelecido e do trânsito de pedestres.

§ 10. As bancas para a comercialização de jornais e revistas, instaladas em espaços públicos, obedecerão a um cronograma de instalação, decorrente da aprovação do desenho do mobiliário em relação ao desenho urbano e da aprovação de sua instalação naquele espaço específico.

§ 11. Bicicletário é o equipamento destinado a abrigar bicicletas do público em geral, adaptável a estações de ônibus, barcos, trens, escolas e instituições.

§ 12. Grade de proteção de terra ao pé de árvores é aquela elaborada em forma de gradil, destinada a permitir a permeabilidade do solo junto às raízes, podendo servir de piso no mesmo nível do pavimento das referidas calçadas.

§ 13. Protetores de árvore são aqueles elaborados em forma de gradil protetor da muda ou arbusto, instalados em vias, logradouros ou outros espaços públicos, tais como praças, jardins e parques, de acordo com projetos paisagísticos elaborados pelo Poder Público Municipal ou pelo concessionário, em material de qualidade não agressivo ao meio ambiente.



ESTADO DE SANTA CATARINA

Câmara de Vereadores de Itajaí



§ 14. As lixeiras, destinadas ao descarte de material inservível de pouco volume, serão instaladas nas calçadas, em pontos e intervalos estratégicos, sem prejuízo do tráfego de pedestres ou de pessoas com deficiência ou mobilidade reduzida.

§ 15. Relógios/termômetros são equipamentos com iluminação interna, destinados à orientação do público em geral quanto ao horário, temperatura e poluição do local, podendo ser instalados nas vias públicas, nos canteiros centrais, praças e nas ilhas de travessia de avenidas.

§ 16. Estrutura de suporte para terminal da rede pública de informação e comunicação são estruturas destinadas a conter equipamentos de informática, compondo terminais integrados ao "hardware" da Rede Pública Interativa de Informação e Comunicação, a serem instalados em locais públicos abrigados, de intenso trânsito de pedestres.

§ 17. Suportes para afixação gratuita de pôsteres são elementos estruturados para receber a aplicação de pequenos pôsteres do tipo "lambe-lambe", que promovem eventos culturais, sem espaço para publicidade.

§ 18. Painéis de mensagens variáveis para uso exclusivo de informações de trânsito são equipamentos eletrônicos destinados a veicular mensagens de caráter exclusivamente informativo e de utilidade no que se refere ao sistema viário e de trânsito da cidade.

§ 19. Colunas multiuso são aquelas destinadas à fixação de publicidade, cujo desenho deve ser compatível com o seu entorno, podendo abrigar funções para suporte de equipamentos de serviços, tais como quiosques de informação e venda de ingressos.

§ 20. Estações de transferência são locais protegidos para passageiros de ônibus em operações de transbordo.

§ 21. Abrigos para pontos de táxi são instalações de proteção contra as intempéries, destinadas à proteção dos usuários do sistema regular de táxis, devendo, em sua concepção, definir os locais para veiculação de publicidade e painéis informativos referentes ao sistema de transporte e sua integração com outras linhas ou sistemas.

§ 22. Cabines telefônicas são estruturas físicas utilizadas como proteção para o uso do telefone público. As cabines telefônicas serão projetadas para dar maior privacidade, isolamento acústico e oferecer abrigo contra intempéries, como chuva, sol, vento ou neve.

Art. 24. 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 ou mobilidade reduzida;

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

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

V - estar localizado em esquinas, viadutos, pontes e belvederes, salvo os equipamentos de informação básica ao pedestre ou de denominação de logradouro público.

§ 1º. A instalação do mobiliário urbano nos passeios públicos deverá necessariamente observar uma faixa de circulação de, no mínimo, metade de sua largura, nunca inferior a 1,50m (um metro e cinquenta centímetros); nos calçadões, a faixa de



ESTADO DE SANTA CATARINA

Câmara de Vereadores de Itajaí



circulação terá 4,50m (quatro metros e cinquenta centímetros) de largura.

§ 2º. Os espaços reservados para o anunciante nestes mobiliários deverão ser avaliados em cada projeto específico, constante do devido processo licitatório, a ser analisado pelo órgão municipal competente.

CAPÍTULO IV DO PROCEDIMENTO ADMINISTRATIVO

Seção I Do Licenciamento e do Cadastro de Anúncios Indicativos

Art. 25. Os anúncios indicativos somente poderão ser instalados após a devida emissão da licença que implicará seu registro imediato no Cadastro de Anúncios.

Art. 26 O licenciamento do anúncio indicativo será promovido por meio eletrônico, conforme regulamentação específica, não sendo necessária a sua renovação, desde que não haja alteração em suas características.

Parágrafo Único. Qualquer alteração na característica, dimensão ou estrutura de sustentação do anúncio implica a exigência de imediata solicitação de nova licença.

Art. 27. A colocação de anúncio de finalidade cultural ficará sujeita à autorização do órgão municipal competente.

Art. 28. Ficam dispensados de licenciamento os anúncios instalados em mobiliários e equipamentos urbanos, inclusive quanto ao seu cadastramento no órgão competente estabelecido no respectivo contrato.

Art. 29. O despacho de indeferimento de pedido da licença de anúncio indicativo será devidamente fundamentado.

Parágrafo Único. O indeferimento do pedido não dá ao requerente o direito à devolução de eventuais taxas ou emolumentos pagos.

Art. 30. O prazo para pedido de reconsideração de despacho ou de recurso é de 30 (trinta) dias corridos, contados a partir da data da ciência do despacho.

Parágrafo Único. Os pedidos de reconsideração de despacho ou de recurso não terão efeito suspensivo.

Seção II Do Cancelamento da Licença do Anúncio Indicativo

Art. 31. A licença do anúncio será automaticamente extinta nos seguintes casos:

- I - por solicitação do interessado, mediante requerimento padronizado;
- II - se forem alteradas as características do anúncio;
- III - quando ocorrer mudança de local de instalação de anúncio;
- IV - se forem modificadas as características do imóvel;
- V - quando ocorrer alteração no Cadastro de Contribuintes Mobiliários;
- VI - por infringência a qualquer das disposições desta lei ou de seu decreto regulamentar, caso não sejam sanadas as



ESTADO DE SANTA CATARINA

Câmara de Vereadores de Itajaí



irregularidades dentro dos prazos previstos;
VII - pelo não atendimento a eventuais exigências dos órgãos competentes;
VIII - pela ocorrência da hipótese prevista no parágrafo único no art. 26 desta lei.

Art. 32. Os responsáveis pelo anúncio indicativo, nos termos do art. 33 desta lei, deverão manter o número da licença de anúncio de forma visível e legível do logradouro público, sob pena de aplicação das sanções estabelecidas nos artigos 56 e seguintes.

Parágrafo Único. Os responsáveis pelo anúncio indicativo deverão manter, no imóvel onde está instalado, à disposição da fiscalização, toda a documentação comprobatória da regularidade junto ao Cadastro de Anúncios.

Seção III

Dos Responsáveis pelo Anúncio Indicativo

Art. 33. Para efeitos desta lei, são solidariamente responsáveis pelo anúncio indicativo o anunciante e o proprietário do imóvel.

§ 1º. A empresa instaladora é também solidariamente responsável pelos aspectos técnicos e de segurança de instalação do anúncio, bem como de sua remoção.

§ 2º. Quanto à segurança e aos aspectos técnicos referentes à parte estrutural e elétrica, também são solidariamente responsáveis os respectivos profissionais.

§ 3º. Quanto à segurança e aos aspectos técnicos referentes à manutenção, também é solidariamente responsável a empresa de manutenção.

§ 4º. Os responsáveis pelo anúncio responderão administrativa, civil e criminalmente pela veracidade das informações prestadas.

Seção IV

Do Licenciamento e Cadastro dos Anúncios Publicitários

Art. 34. Os anúncios publicitários, desde que previstos nesta lei, somente poderão ser instalados ou mantidos após concessão da licença, que implicará seu registro imediato no Cadastro de Anúncios.

§1º. O pedido de concessão de alvará de licença deverá ser formalizado por meio de requerimento escrito dirigido ao órgão municipal competente, instruído obrigatoriamente com:

- I - projeto técnico do equipamento devidamente firmado por engenheiro inscrito no CREA, com croqui e detalhamento de materiais.
- II - endereço completo e fotografia atual do imóvel onde se pretende instalar o equipamento ou renovar licença anterior;
- III - comprovante de propriedade ou posse pacífica do imóvel ou contrato de uso deste pela interessada, caso em que a comprovação da propriedade ou posse pacífica deverá se referir ao locador ou cedente;
- IV - cópia do certificado de cadastro individual da empresa interessada perante a municipalidade;
- V - comprovante de pagamento da taxa de vistoria e licença de equipamento de publicidade;
- VI - cópia do contrato social da empresa requerente;



ESTADO DE SANTA CATARINA

Câmara de Vereadores de Itajaí



VII – cópia do alvará mais antigo e do mais recente concedido.

§2º. O pedido de concessão de alvará de licença é específico e individual para cada anúncio publicitário.

Art. 35. Compete à Prefeitura Municipal de Itajaí (SC), através do órgão municipal competente, expedir o alvará de licença com o número de cadastro do equipamento, que obrigatoriamente deverá ser afixado no mesmo, observado o padrão estabelecido no art. 18, alínea “d”.

Art. 36. A licença dos equipamentos deverá ser renovada sempre que houver qualquer alteração em sua estrutura, dimensões ou qualquer outra alteração do projeto originalmente aprovado, através de requerimento escrito, acompanhado dos mesmos documentos indicados no artigo 34 § 1º.

Parágrafo Único. A simples alteração de anúncio, desde que não implique modificações estruturais no equipamento, independe de nova licença.

Art. 37. A revisão das especificações técnicas dos equipamentos de publicidade já definidos nesta lei ocorrerá sempre que houver a necessidade de se atualizar o padrão exigido pela engenharia, visando à segurança e à modernidade do aspecto físico.

Art. 38. O prazo de validade das licenças de equipamentos de anúncios publicitários é de 01 (um) ano, contado da data da expedição do alvará.

Parágrafo Único. A empresa interessada em renovar o alvará de licença deve recolher a taxa de licença anual, fazendo constar do documento de recolhimento o número do cadastro da empresa contribuinte e o da licença anterior do equipamento ao qual se refira o recolhimento.

Art. 39. Os pedidos de licença de que trata este capítulo serão analisados e receberão despacho decisório no prazo de 20 (vinte) dias úteis, contados da data em que o pedido for protocolado no órgão municipal competente.

§ 1.º O prazo previsto neste artigo poderá ser prorrogado por igual período, quando, por motivo justificado, não se ultimarem as diligências que o processo exigir.

§ 2.º As diligências que couberem ao requerente da licença, desde que comunicadas oficialmente pela autoridade competente, interrompem os prazos para a decisão administrativa, até o efetivo atendimento das exigências legais apontadas e registradas no processo.

§ 3.º O despacho de indeferimento de pedido da licença de anúncio publicitário será devidamente fundamentado.

§ 4.º O indeferimento do pedido não dá ao requerente o direito à devolução de eventuais taxas ou emolumentos pagos.

§ 5.º O prazo para pedido de reconsideração de despacho ou de recurso é de 30 (trinta) dias corridos, contados a partir da data da ciência do despacho.

§ 6.º Os pedidos de reconsideração de despacho ou de recurso não terão efeito suspensivo.

Art. 40. O não atendimento, pelo requerente, ao despacho exarado para cumprimento das exigências, dentro do prazo de



ESTADO DE SANTA CATARINA

Câmara de Vereadores de Itajaí



20 (vinte) dias úteis, contados da data da comunicação, prorrogável por motivo justificado, implicará o indeferimento do pedido de licença.

Art. 41. O alvará será renovado automaticamente pelo prazo de um ano, com o pagamento da taxa anual, na data do vencimento, ressalvado o disposto no artigo 36.

Art. 42. A licença para a instalação de anúncios publicitários será cancelada, anulada ou cassada, nos seguintes casos:

- a) por solicitação do interessado, mediante requerimento;
- b) quando não instalado no prazo de 180 (cento e oitenta) dias, contados da expedição do alvará;
- c) quando for constatada divergência em relação aos dados informados no requerimento escrito do pedido de licença;
- d) não houver pagamento da taxa de licença, na data do vencimento;
- e) por infringência a qualquer disposição desta lei e de seu regulamento, quando não forem sanadas as irregularidades nos prazos estabelecidos pela Prefeitura Municipal de Itajaí (SC).

Art. 43. Nenhum equipamento ou anúncio publicitário poderá ser instalado ou mantido exposto ao público, sem a prévia licença da Prefeitura Municipal de Itajaí (SC).

Art. 44. O indeferimento do pedido de licença não dá ao requerente o direito à devolução de eventuais taxas pagas, bem como o pagamento de eventuais tributos não implica automática outorga de licença para a instalação do equipamento.

Art. 45. Se, ao final de cada ano de licenciamento, não houver qualquer manifestação da Prefeitura Municipal de Itajaí (SC), bastará, para a renovação automática da licença, o recolhimento da taxa de licença, ressalvado o disposto no artigo 36.

Art. 46. Quando o equipamento for removido para outro local por determinação da autoridade competente, dentro do prazo de validade da licença, não será exigido o pagamento de nova taxa de licença.

Art. 47. A Administração Municipal poderá autorizar as empresas, mediante licitação pública, à utilização de espaços próprios municipais, para fins de instalação de anúncios publicitários.

§ 1º. A utilização de que trata este artigo se fará exclusivamente através de termo de permissão, após o devido processo de licitação.

§2º. O edital que instruir a licitação conterá, entre outros elementos, a localização dos espaços, tipos de anúncio que poderão ser instalados, prazos, restrições, as condições gerais que vincularão o ato de permissão de uso, e a destinação de 20% (vinte por cento) dos anúncios instalados para fins sociais, a critério da municipalidade.

Seção V

Das Instâncias Administrativas e Competências

Art. 48. Caberá ao Poder Executivo Municipal regulamentar o processo administrativo e as competências para atender as finalidades e aplicabilidade desta Lei.

CAPÍTULO V

DAS INFRAÇÕES E PENALIDADES



ESTADO DE SANTA CATARINA

Câmara de Vereadores de Itajaí



Art. 49. Para os fins desta lei, consideram-se infrações:

I - exibir anúncio:

- a) sem a necessária licença de anúncio indicativo, de anúncio publicitário ou a autorização do anúncio especial, quando for o caso;
- b) com dimensões diferentes do aprovado;
- c) fora do prazo constante da licença de anúncio indicativo, de anúncio publicitário ou da autorização do anúncio especial; e
- d) sem constar de forma legível e visível do logradouro público, o número da licença de anúncio indicativo ou de anúncio publicitário;

II - manter o anúncio em mau estado de conservação;

III - não atender à intimação do órgão municipal competente, para a regularização ou a remoção do anúncio;

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

V - praticar qualquer outra violação às normas previstas nesta Lei Complementar ou em seu decreto regulamentar.

Parágrafo Único. Para todos os efeitos desta lei, respondem solidariamente pela infração praticada os responsáveis pelo anúncio, a empresa de publicidade, o anunciante e o proprietário do imóvel.

Art. 50. A inobservância das disposições desta Lei Complementar sujeitará os infratores às seguintes penalidades:

I - multa;

II - cancelamento imediato da licença do anúncio indicativo ou da autorização do anúncio especial; e

III - remoção do anúncio.

Art. 51. Na aplicação da primeira multa, sem prejuízo das demais penalidades cabíveis, os responsáveis serão intimados a regularizar o anúncio ou a removê-lo, quando for o caso, observados os seguintes prazos:

I - 5 (cinco) dias, no caso de anúncio indicativo, publicitário ou especial; e

II - 24 (vinte e quatro) horas, no caso de anúncio indicativo ou publicitário que apresente risco iminente.

Art. 52. Na hipótese do infrator não proceder à regularização ou remoção do anúncio instalado irregularmente, a Municipalidade 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.

Parágrafo Único. O Poder Público Municipal poderá ainda interditar e providenciar a remoção imediata do anúncio, ainda que esteja instalado em imóvel privado, em caso de risco iminente de segurança ou da reincidência na prática de infração, cobrando os custos de seus responsáveis, não respondendo por quaisquer danos causados ao anúncio quando de sua remoção e de sua guarda em depósito.

Art. 53 As multas serão aplicadas da seguinte forma:

I - primeira multa no valor de 05 (cinco) UFM ou similar por anúncio irregular;

II - persistindo a infração após a aplicação da primeira multa e a intimação referidas no artigo 51 e nos incisos I e II deste artigo, sem que sejam respeitados os prazos 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 pela Prefeitura.



ESTADO DE SANTA CATARINA

Câmara de Vereadores de Itajaí



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

§ 2º. Nos casos previstos nos artigos 7º e 8º desta Lei Complementar, em que não é permitida a veiculação de anúncios publicitários por meio de banners, lambe-lambe, 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 responsáveis, que passarão a integrar cadastro municipal próprio, que será veiculado pela internet no sítio da Prefeitura, na condição de cidadão não responsável pela cidade.

CAPÍTULO VI DAS DISPOSIÇÕES FINAIS E TRANSITÓRIAS

Art. 54. Todos os anúncios publicitários, inclusive suas estruturas de sustentação, instalados, com ou sem licença expedida a qualquer tempo, dentro dos lotes urbanos de propriedade pública ou privada, deverão ser regularizados ou retirados pelos seus responsáveis em até 06 (seis) meses.

§ 1º. As empresas que possuírem alvará de licenciamento deverão se ajustar no mesmo prazo acima disposto.

§ 2º. Em caso de descumprimento do disposto no "caput" deste artigo, serão impostas as penalidades previstas nos artigos 50 a 53 desta lei:

- I - à empresa registrada que tenha requerido a licença do anúncio;
- II - à empresa instaladora;
- III - aos profissionais responsáveis técnicos;
- IV - à empresa de manutenção.

§ 3º. Os equipamentos de divulgação de anúncios publicitários definidos como outdoor e painéis rodoviários terão o prazo de 24 (vinte e quatro) meses, contados da data da publicação desta Lei, para a substituição de suas estruturas de fixação em madeira para 100% (cem por cento) metálica, conforme alínea "a", inciso I do art. 17 desta Lei.

§ 4º. Os anúncios indicativos, inclusive suas estruturas de sustentação, instalados, com ou sem licença expedida a qualquer tempo, dentro dos lotes urbanos de propriedade pública ou privada, deverão ser regularizados ou retirados pelos seus responsáveis em até 1 (um) ano, contados da publicação desta lei.

Art. 55. Todos os anúncios especiais autorizados, assim como os indicativos e publicitários já licenciados, deverão se adequar ao disposto nesta lei nos prazos previstos neste Capítulo.

Parágrafo Único. Em caso de não atendimento aos prazos previstos neste artigo, serão impostas as penalidades previstas nos artigos 50 a 53 desta lei.

Art. 56. Novas tecnologias e meios de veiculação de anúncios, bem como projetos diferenciados não previstos nesta lei, serão enquadrados e terão seus parâmetros estabelecidos pelo órgão municipal competente.

Art. 57. O Poder Executivo promoverá as medidas necessárias para viabilizar a aplicação das normas previstas nesta lei, em sistema informatizado, estabelecendo, mediante portaria, a padronização de requerimentos e demais documentos



ESTADO DE SANTA CATARINA

Câmara de Vereadores de Itajaí



necessários ao seu cumprimento.

Art. 58. Os pedidos de licença de anúncios indicativos, de anúncios publicitários e de autorização de anúncios especiais pendentes de apreciação na data da entrada em vigor desta lei deverão adequar-se às exigências e condições por ela instituídas.

Art. 59. O Poder Executivo poderá celebrar termo de cooperação com a iniciativa privada visando à execução e manutenção de melhorias urbanas, ambientais e paisagísticas, bem como à conservação de áreas municipais, atendido o interesse público.

§ 1º. O Poder Executivo Municipal estabelecerá critérios para determinar a proporção entre o valor financeiro dos serviços e obras contratadas e as dimensões da placa indicativa do termo de cooperação, bem como a forma de inserção dessas placas na paisagem.

§ 2º. Os termos de cooperação terão prazo de validade de, no máximo, 03 (três) anos e deverão ser publicados na íntegra no Jornal Oficial do Município de Itajaí (SC), no prazo máximo de 30 (trinta) dias contados da data de sua assinatura, observadas as normas constantes desta lei e as disposições estabelecidas em decreto.

Art. 60. O Poder Executivo Municipal, através do órgão municipal competente poderá celebrar contratos, convênios e/ou parcerias com empresas privadas, visando à prestação de serviços de apoio operacional para a fiscalização, bem como de remoção de anúncios.

Art. 61. Serão publicados, no Jornal Oficial do Município, no prazo de 90 (noventa) dias a partir da publicação desta lei, todas as licenças dos anúncios indicativos e dos anúncios publicitários, com a respectiva data de emissão, número do Cadastro de Anúncios, nome da empresa responsável e data de validade de cada anúncio.

Parágrafo Único. Serão igualmente veiculados no site da Prefeitura Municipal de Itajaí as publicações relativas às licenças emitidas.

Art. 62. Compete ao Chefe do Poder Executivo Municipal regulamentar a presente lei no prazo de 90 (noventa) dias, contados da data de sua publicação.

Art. 63. As despesas com a execução desta lei correrão por conta das dotações orçamentárias próprias, suplementadas se necessário.

Art. 64. Aplica-se supletivamente ao procedimento administrativo estabelecido nesta lei as regras e os princípios estabelecidos na lei que dispõe sobre o processo administrativo em âmbito federal.

Art. 65. Esta Lei Complementar entrará em vigor na data de sua publicação, aplicando-se também a todos os pedidos de licenciamento de anúncios pendentes de apreciação, revogando-se disposições em contrário.



ESTADO DE SANTA CATARINA

Câmara de Vereadores de Itajaí



JUSTIFICATIVA:

A composição da paisagem urbana vem se alterando ao longo do tempo e se faz necessário que o conjunto das forças produtivas tenha plena consciência da melhor maneira de utilizar dos sistemas de divulgação sem que nosso Município pareça um grande centro desorganizado, a população e turistas que passam diariamente por nossas Ruas e Avenidas não podem ser arguidos com um verdadeiro excesso de informações.

Este projeto de lei tem a finalidade de ordenar os elementos que compõem a paisagem urbana de Itajaí, criando uma imagem menos poluída aos olhos de quem vê, desta mesma forma fica mais fácil a identificação de estabelecimentos comerciais, mais agradável transitar e permite que os edifícios públicos ou privados possam ostentar sua arquitetura original mostrando toda a beleza das fachadas das inúmeras de edificações que temos.

Projetos iguais a este, já testados em grandes Cidades do Mundo, mostra que, passado o momento inicial, a grande maioria dos empresários e população aprovam e melhora o sentimento de segurança e orgulho do cidadão pela Cidade onde vive. Com este projeto pretende-se melhorar a imagem de Itajaí, junto aos Municípios e aos turistas que nos visitam, que levaram a sensação de uma Cidade limpa e organizada, contribuindo assim para o aumento do fluxo turístico.

Por fim, este projeto torna-se um fomentador de geração de renda para toda nossa comunidade a partir do momento que transporta nossa Cidade para um patamar de Cidade moderna, organizada, limpa e que respeita o ambiente urbano. Por derradeiro, apresento sugestão ao Prefeito no que se refere às competências administrativas para melhor execução deste projeto, o que poderá ser encaminhado juntamente com o Decreto de Regulamentação.

Sugestão de competência e atribuições

Das Instâncias Administrativas e Competências

Caberá ao Para a apreciação e decisão da matéria tratada nesta lei, serão observadas as seguintes instâncias administrativas:

- I - Secretário de Urbanismo;
- II - Prefeito.

Compete à Secretaria Municipal de Urbanismo:

- I - supervisionar e articular a atuação da Prefeitura em matéria de paisagem urbana;
- II - expedir atos normativos e definir procedimentos administrativos para fiel execução desta lei e de seu regulamento;
- III - gerenciar o cadastro único dos anúncios da cidade, bem como a veiculação eletrônica no "site" da Prefeitura para o conhecimento e acompanhamento de todos os cidadãos;
- IV - criar uma política de gestão desta lei;
- V - apreciar e emitir parecer sobre casos de aplicação da legislação de anúncios, mobiliário urbano e inserção de elementos na paisagem urbana;
- VI - dirimir dúvidas na interpretação de dispositivos desta lei ou em face de casos omissos;
- VII - elaborar e apreciar projetos de normas modificativas ou inovadoras da legislação vigente, referentes a anúncios, mobiliário urbano e paisagem urbana, com as justificações necessárias, visando sua constante atualização, diante de novas exigências técnicas e peculiares locais;
- VIII - propor diretrizes relativas à política municipal de proteção e promoção da boa qualidade da paisagem urbana;
- IX - propor e expedir atos normativos administrativos sobre a ordenação dos anúncios, paisagem e meio ambiente;



ESTADO DE SANTA CATARINA

Câmara de Vereadores de Itajaí



- X - expedir atos normativos para fiel execução desta lei e de seu regulamento, apreciando e decidindo a matéria pertinente;
- XI - licenciar e cadastrar os anúncios indicativos e os anúncios publicitários, inclusive os que já foram protocolados anteriormente à data da publicação desta lei;
- XII - fiscalizar o cumprimento desta lei e punir os infratores e responsáveis, aplicando as penalidades cabíveis;
- XIII - propor normas e programas específicos para os distintos setores da cidade;
- XIV - disciplinar os elementos presentes nas áreas públicas, considerando as normas de ocupação das áreas privadas e a volumetria das edificações;
- XV - elaborar parâmetros de dimensões, posicionamento, quantidade e interferência mais adequados à sinalização de trânsito, aos elementos construídos e à vegetação, considerando a capacidade de suporte da região;
- XVI - propor normas e diretrizes para implantação dos elementos componentes da paisagem urbana para a veiculação da publicidade;
- XVII - propor mecanismos eficazes de fiscalização sobre as diversas intervenções na paisagem urbana;
- XVIII - emitir parecer sobre as propostas apresentadas;
- XIX - julgar os autos de infração e os pedidos de reconsideração e de recurso contra o indeferimento dos pedidos de licença de anúncios.

Compete à Fundação Cultural de Itajaí, quanto aos elementos da paisagem urbana:

- I - expedir atos normativos quanto à classificação dos anúncios de finalidade cultural e quanto às características e parâmetros para anúncios em bens de valor cultural, conforme definido no inciso VI do art. 4º da Lei Complementar nº...;
- II - emitir parecer, no âmbito de suas atribuições, quanto ao enquadramento das situações não previstas ou passíveis de dúvidas;
- III - autorizar e fixar condições para a instalação dos anúncios indicativos nos bens de valor cultural.”

SALA DAS SESSÕES, EM 19 DE MARÇO DE 2018

RENATA NARCIZO MACHADO
VEREADORA - SD