

## **XXXX, DE 20XX<sup>1</sup>, QUE DISCIPLINA A PUBLICIDADE AO AR LIVRE NO MUNICÍPIO DE JOÃO PESSOA**

**(Autoria da Regulação: Poder Executivo)**

“ENCAMINHA PROJETO DE LEI ORDINÁRIA, DISCIPLINA A PUBLICIDADE AO AR LIVRE NO MUNICÍPIO DE JOÃO PESSOA E DÁ OUTRAS PROVIDÊNCIAS”

### **MENSAGEM: EXCELENTÍSSIMOS SENHORES PRESIDENTE E DEMAIS MEMBROS DA CÂMARA MUNICIPAL DE JOÃO PESSOA/PB,**

Dirijo-me a Vossas Excelências para encaminhar o incluso Projeto de Lei Ordinária, que “Disciplina a publicidade ao ar livre no Município de João Pessoa e dá outras providências”.

Ressalta-se que este Projeto de Lei Ordinária integra o instrumental geral de regulação urbanística da Cidade de João Pessoa, juntamente com os demais normativos estabelecidos na Lei Orgânica do Município e a razão de sua propositura se dá em virtude da revisão do atual Plano Diretor (Lei Complementar N.º 03, de 30 de dezembro de 1992, alterada pela Lei Complementar N.º 54, de 18 de dezembro de 2008).

O presente projeto de lei é encaminhado em estrito cumprimento ao disposto no Plano Diretor de João Pessoa, que determina o encaminhamento à Câmara Municipal de Vereadores de projeto de lei apto a instrumentalizar o planejamento urbanístico e a boa convivência urbana, compatibilizando-o com os objetivos, princípios e diretrizes do novo Plano Diretor Municipal.

A Constituição Federal conferiu aos municípios a competência para realizar o ordenamento urbano por meio de lei e outros atos normativos.

O Plano Diretor foi definido como o meio para, entre outros objetivos, sistematizar as políticas públicas municipais definidas como prioritárias e fornecer as diretrizes básicas do ordenamento do solo.

Com efeito, o Plano Diretor de um município tem como uma de suas finalidades principais, criar os meios para que as funções sociais da cidade e da propriedade sejam efetivadas.

A ordenação da publicidade ao ar livre tem sido uma constante preocupação das principais cidades do mundo, com vistas a preservar a estética urbana, especialmente em seus aspectos arquitetônicos e ambientais, bem como a segurança dos habitantes da cidade.

A regulação da publicidade ao ar livre destaca-se como instrumento de proteção e garantia do direito a um meio ambiente saudável, como prescrito no artigo 225 da Constituição da República, reconhecido como direito humano de terceira geração.

A presente proposta pretende, também, em seu escopo geral, organizar e orientar em um único texto legal a veiculação de publicidade ao ar livre de qualquer natureza, respeitando o interesse coletivo,

---

<sup>1</sup>Inserir

as necessidades ambientais e o livre exercício de atividade econômica, levando-se em conta, ainda, a função social da cidade e da propriedade urbana, bem como o dever do Poder Público de preservar o meio ambiente, a paisagem urbana e o patrimônio natural, cultural, histórico e arqueológico da cidade.

É por demais sabido que há porções da cidade de João Pessoa de notável expressão e significado paisagístico, tais como a orla marítima, as reservas naturais, as montanhas, com suas encostas e maciços, e as lagoas, além de um centro histórico que guarda a memória da cidade, o que requer a proteção e tutela, inclusive em benefício das gerações futuras.

Por outro lado, o desenvolvimento da atividade publicitária a que se vem assistindo nos últimos anos, impulsionada pelo desenvolvimento tecnológico, traduz-se no surgimento de novas formas de publicidade e de suportes publicitários cada vez mais complexos, exigindo dos agentes de fiscalização trabalho mais acurado e especializado no exercício do poder de polícia relativo à fiscalização desta atividade econômica no Município de João Pessoa.

A taxa de publicidade, conforme o Código Tributário do Município, tem como fato gerador o exercício regular, pelo Poder Público Municipal, de autorização, vigilância e fiscalização, visando disciplinar a exploração de meios de publicidade ao ar livre ou em locais expostos ao público. Trata-se, portanto, de taxa de polícia, cuja cobrança está vinculada à atuação do órgão encarregado de exercer o poder de polícia correspondente.

Para fazer frente aos encargos impostos pelo exercício do poder de polícia, a Administração Municipal tem de despender recursos, sendo certo que a receita proveniente da cobrança de taxas de polícia deve estar muito próxima dos custos do exercício regular do respectivo poder de polícia, sendo seu valor estimado de modo a cobrir os custos das atividades do Poder Público, uma vez que a instituição de tal espécie tributária é regida pelo princípio da retributividade.

Nesse sentido, considerando o incremento da atividade publicitária, quer por conta do surgimento de novas formas de publicidade, que facilita a alta rotatividade da exposição dos engenhos, quer pelo simples aumento da publicidade se faz necessária a reestruturação do valor da exação atualmente cobrado face a atividade estatal e sua equivalência do que tem sido praticado em outros Municípios do país.

Busca-se com esta nova legislação um instrumento de organização da boa convivência urbana e do licenciamento da publicidade em seu sentido mais amplo, de forma a compatibilizar os diversos interesses legítimos do cidadão pessoense.

O Projeto de Lei encaminhado considerou o amplo debate promovido pelo Município de João Pessoa junto à sociedade civil, foi elaborado com o objetivo de atualizar a legislação e cumprir as metas estabelecidas pelo Estatuto da Cidade, com o intuito de desburocratizar serviços públicos e tornar os procedimentos mais claros, menos complexos e mais ágeis. Representa a consolidação para a garantia do desenvolvimento sustentável e justo de nosso município. Tenho a certeza de sua acolhida e aprovação, em regime de urgência do Projeto de Lei que ora submeto à consideração de Vossa Excelência e de todos os que fazem esse Egrégio Poder Legislativo.

A entrega do Projeto de Lei Ordinária e seu anexo a esta Casa Legislativa é feita para que os debates sejam enriquecidos, que mais pessoas sejam ouvidas, e que o texto possa ser aprimorado pelos

nobres Vereadores junto às suas bases para cumprir o seu papel de definidor da política de desenvolvimento urbano no Município de João Pessoa.

Contando, desde já, com o apoio dessa ilustre Casa Legislativa à presente iniciativa, aproveito para renovar meus protestos de elevada estima e distinta consideração.

**CICERO LUCENA**

Prefeito Municipal

*João Pessoa, <<xx>> de 2023<sup>2</sup>*

---

<sup>2</sup> Inserir

Sumário	
CAPÍTULO I – DAS DISPOSIÇÕES GERAIS	5
CAPÍTULO II – DOS CONCEITOS E DEFINIÇÕES	6
CAPÍTULO III – NORMAS GERAIS DE ORDENAÇÃO DA PUBLICIDADE	8
CAPÍTULO IV - DO ZONEAMENTO DE PUBLICIDADE	9
CAPÍTULO V - DO ANÚNCIO INDICATIVO	10
CAPÍTULO VI - DO ANÚNCIO INDICATIVO EM IMÓVEL PÚBLICO OU PRIVADO SITUADO EM LOTES COM TESTADA IGUAL OU SUPERIOR A CEM METROS	11
CAPÍTULO VII - DO ANÚNCIO INDICATIVO EM IMÓVEL NÃO EDIFICADO, PÚBLICO OU PRIVADO	12
CAPÍTULO VIII - DO ANÚNCIO PUBLICITÁRIO	12
CAPÍTULO IX - DAS RESTRIÇÕES ESPECÍFICAS À INSTALAÇÃO DE EQUIPAMENTOS DE DIVULGAÇÃO DE ANÚNCIOS PUBLICITÁRIOS	14
Seção I - <i>Outdoors, Backlight, Front Lights</i> , Placas e Empenas	15
Seção II - Faixas	16
Seção III - Balões e Bolas	16
Seção IV - Folhetos, Prospectos, Abanos e Similares	16
Seção V - Pinturas em Muros e Fachadas de Edificações	
Seção VI - Publicidade em tapumes	16
CAPÍTULO X - DO ANÚNCIO PUBLICITÁRIO NO MOBILIÁRIO URBANO	16
CAPÍTULO XI - DO PROCEDIMENTO ADMINISTRATIVO	17
Seção I - Do Licenciamento e do Cadastro de Anúncios Indicativos	17
Seção II - Do Cancelamento da Licença do Anúncio Indicativo	17
Seção III - Dos Responsáveis Pelo Anúncio Indicativo	18
Seção IV - Do Licenciamento e Cadastro Dos Anúncios Publicitários	18
CAPÍTULO XII - DA TAXA DE FISCALIZAÇÃO PARA UTILIZAÇÃO DE MEIOS DE PUBLICIDADE	20
CAPÍTULO XIII - DAS INFRAÇÕES E PENALIDADES	21
CAPÍTULO XIV - DAS DISPOSIÇÕES FINAIS E TRANSITÓRIAS	22
ANEXO I – GLOSSÁRIO	25

**ANTEPROJETO DE LEI ORDINÁRIA Nº , DE 2023**  
**(Autoria do Projeto: Poder Executivo)**

Disciplina a Publicidade ao Ar Livre no Município de João Pessoa e dá outras providências.

**O PREFEITO DE JOÃO PESSOA**

Faz saber que a Câmara Municipal de João Pessoa decreta, e eu sanciono a seguinte Lei Ordinária:

**CAPÍTULO I – DAS DISPOSIÇÕES GERAIS**

**Art. 1º** A publicidade ao ar livre no Município de João Pessoa reger-se-á pelas disposições desta Lei e, independentemente de sua modalidade, tipo e localização, dependerá obrigatoriamente de prévio licenciamento da Prefeitura Municipal, com o objetivo de:

- I. manter a estética da paisagem urbana por meio do ordenamento da publicidade;
- II. ordenar a publicidade no espaço urbano considerando as particularidades de cada porção do território municipal;
- III. estabelecer parâmetros para instalação de meios de propaganda objetivando evitar os abusos e a sobreposição dos mesmos;
- IV. favorecer o equilíbrio entre os direitos dos cidadãos e os interesses dos anunciantes e agentes de publicidade, objetivando o bem coletivo e o pleno desenvolvimento das funções sociais da cidade

**§1º** O interesse social, a segurança e a saúde públicas, a preservação e a recuperação da paisagem contra a degradação ambiental, sobrepõe-se aos interesses dos anunciantes e dos agentes de publicidade.

**§ 2º** A paisagem constitui direito difuso de todos, e o Poder Público Municipal tem o dever de preservá-la, assegurando a boa qualidade estética bem como os referenciais paisagísticos de interesse coletivo e valor sociocultural e histórico.

**Art. 2º** Reger-se-ão por legislação específica:

- I. as propagandas veiculadas em radiodifusão, livros, jornais e outros periódicos, panfletos e internet;
- II. a propaganda eleitoral;
- III. propaganda colocada na fuselagem de veículos, trailers, reboques e similares, aeronaves e embarcações;
- IV. os meios de sinalização compostos pela sinalização de trânsito, sinalização oficial e sinalização relativa à edificação;
- V. a veiculação de anúncios publicitários no mobiliário urbano.

**Art. 3º** A publicidade, em imóveis edificados ou não, dependerá de licença expedida, sempre a título precário, pela Secretaria de Desenvolvimento Urbano (SEDURB).

**Art. 4º** Integra esta Lei o Anexo I - Glossário.

## CAPÍTULO II – DOS CONCEITOS E DEFINIÇÕES

**Art. 5º** Considera-se publicidade ou propaganda ao ar livre a veiculação de anúncios de publicidade ou de propaganda em forma de letreiros, painéis, cartazes, faixas, luminosos ou outras formas visíveis a partir de vias e demais espaços públicos, em imóveis edificadas ou não, visíveis ao público.

**Art. 6º** Anúncio é a indicação de referência a produto, serviço, atividade ou evento; de promoção e divulgação comercial e institucional, de pessoas ou de ideias, realizada por quaisquer meios e formas de comunicação, incluindo o uso de texto, imagem, desenho e grafismo, sendo:

- I. Anúncios Indicativos consistem nas indicações colocadas no próprio local onde a atividade é exercida, desde que contenham apenas o nome do estabelecimento, a marca ou logotipo, a atividade principal, endereço e telefone, classificando-se em:
  - a) Anúncios Indicativos de Fachada: painel cuja fixação ocorre diretamente na fachada da edificação, paralela ou perpendicular a esta;
  - b) Anúncios Indicativos de Recuo Frontal: painel cuja sustentação ocorre através de suporte próprio, fixado diretamente no solo, na faixa correspondente ao recuo frontal da edificação;
- II. Anúncios Publicitários consistem nas indicações de referência a produtos, serviços ou atividades por meio de placas, cartazes, painéis ou similares, colocados em local estranho aquele em que a atividade é exercida ou no próprio local, classificando-se em:
  - a) Tipo "A": Anúncios Publicitários com estrutura de sustentação própria fixada diretamente no solo, com área de exposição de até 18,00m<sup>2</sup>;
  - b) Tipo "B": Anúncios Publicitários com estrutura de sustentação própria fixada diretamente no solo, com área de exposição entre 18,01m<sup>2</sup> e 27,00m<sup>2</sup>;
  - c) Tipo "C": Anúncios Publicitários com estrutura de sustentação própria fixada diretamente no solo, com área de exposição acima de 27,00 m<sup>2</sup>;
- III. Anúncios Provisórios consistem em anúncios executados com materiais perecíveis, tais como pano, percalina, plástico não rígido, papel, papelão e similares e que contenham mensagem de ocasião.
- IV. Anúncios Especiais consistem em anúncios que possam causar riscos à segurança da população por conta de seus tamanhos, alturas, locais de instalação, iluminação, presença de dispositivos elétricos ou mecânicos, inflados, sistemas de iluminação embutidos na estrutura (*back-light*), sistema de iluminação projetado sobre ele (*front light*), ou que não se enquadrem nas categorias anteriores.
- V. Anúncios Institucionais consistem em anúncios que transmitam informações do Poder Público e organizações culturais; das entidades representativas da sociedade civil e

organizações beneficentes ou similares, sem finalidade comercial e eventos realizados por instituição da mesma natureza, com sede no município.

**Parágrafo único.** 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 4dm<sup>2</sup> quatro decímetros quadrados;
- 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 9dm<sup>2</sup> (nove decímetros quadrados);
- XI. os banners ou pôsteres indicativos dos eventos culturais que serão exibidos na própria edificação, para museu ou teatro, desde que não ultrapassem 10% (dez por cento) da área total de todas as fachadas;
- XII. a denominação de hotéis ou a sua logomarca, quando inseridas ao longo da fachada das edificações onde é exercida a atividade, deverá o projeto ser aprovado pela Secretaria de Planejamento (SEPLAN) na forma da legislação específica;
- 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; e
- XV. os anúncios em vitrines e mostruários, excetuando-se aqueles aplicados diretamente no vidro.

**Art. 7º** O anunciante é a pessoa física ou jurídica, instituição, profissional liberal ou pessoa beneficiária do anúncio.

**Art. 8º** Agente de publicidade é a empresa de propaganda, promoção ou comunicação visual, proprietária ou responsável pelo veículo de divulgação ou pela campanha.

**Art. 9º** Paisagem é o bem público constituído da interação contínua e dinâmica entre os elementos naturais, edificados ou criados e o próprio homem, numa constante relação de escala, forma, função e movimento.

**Art. 10** Veículo de Divulgação ou de Propaganda é qualquer meio de divulgação visual e audiovisual, os painéis, placas, cartazes, panfletos, banners, faixas; as pinturas, projeções visuais, fotografias, apliques adesivados ou afixados, além de outros meios e recursos assemelhados, inclusive os que se utilizem de pessoas como suporte (homens-seta, homens-placa), meio e aparato para a divulgação de mensagens de propaganda ao público, visível a partir de logradouro público.

**Art. 11** Áreas de Interesse Paisagístico são sítios significativos, vias e espaços públicos ou privados e demais bens de relevante interesse paisagístico, sociocultural, turístico, histórico, arquitetônico ou ambiental, legalmente definidos.

**Art. 12** Mobiliário urbano é o conjunto de equipamentos e recursos instalados nos logradouros e espaços públicos e que constituem a infraestrutura urbana, tais como, postes e suportes de iluminação e sinalização públicas, telefonia, abrigos e pontos de parada do transporte público, coletores de lixo, hidrantes, entre outros.

### **CAPÍTULO III – NORMAS GERAIS DE ORDENAÇÃO DA PUBLICIDADE**

**Art. 13** Toda a Publicidade deverá:

- I. oferecer condições de segurança ao público;
- II. ser mantida em bom estado de conservação, no que concerne à estabilidade, resistência dos materiais e aspecto visual;
- III. receber tratamento final adequado em todas as suas superfícies, inclusive na sua estrutura;
- IV. atender as normas técnicas pertinentes à segurança e estabilidade de seus elementos;
- V. respeitar a vegetação arbórea significativa definida por normas específicas constantes da legislação urbanística em conformidade com as diretrizes estabelecidas pelo Plano Diretor Municipal de João Pessoa;
- VI. não prejudicar 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;



VII. não interferir na operação ou sinalização de trânsito ou, ainda, causar insegurança ao trânsito de veículos e pedestres, quando com dispositivo elétrico ou com película de alta reflexividade; e

VIII. não prejudicar a visualização de bens de valor cultural.

**Art. 14** É proibida publicidade:

- I. que pela sua natureza provoquem aglomerações prejudiciais ao trânsito público, bem como à segurança em geral;
- II. que de alguma forma prejudiquem os aspectos paisagísticos da cidade, seu patrimônio natural, monumentos históricos e tradicionais;
- III. que necessite o corte de arborização para colocação de propagandas e anúncios;
- IV. afixadas nos postes de iluminação e placas de sinalização.
- V. que vede portas, janelas ou qualquer abertura destinada à ventilação ou iluminação;
- VI. em calçadas, refúgios e canteiros, árvores, postes ou monumentos, exceto quando regulamentada por legislação própria;
- VII. colada ou pintada diretamente sobre muros, paredes ou portas de aço;
- VIII. que ofereça perigo físico ou risco material, atual ou iminente;
- IX. que obstrua ou prejudique a visibilidade da sinalização, placas de numeração, nomenclatura de ruas e outras de interesse público;
- X. através de faixas ou balões de qualquer natureza, inclusive no interior de lote;
- XI. móvel, sonora ou não, mesmo em veículos, exceto letreiros;
- XII. que caracterize sobreposição de letreiros ou anúncios;
- XIII. em vias, setores e locais definidos em decreto regulamentador;
- XIV. ferir a moralidade, contenham mensagens discriminatórias, incitem a violência ou desrespeite valores sociais e ambientais;
- XV. em empenas cegas de lotes públicos ou privados.
- XVI. em terreno público com visibilidade a partir dos logradouros públicos.

**Parágrafo único** - Poderá ser autorizado o uso de estandarte em eventos especiais, devidamente regulamentados por Ato Executivo do poder Municipal.

#### CAPÍTULO IV - DO ZONEAMENTO DE PUBLICIDADE

**Art. 15** A instalação de Anúncios atenderá às normas de uso e ocupação do solo e demais normas estabelecidas nesta Lei.

**Art. 16** Nos canteiros centrais das vias contíguas à praia, à orla marítima e à faixa de domínio de lagoa, fica permitida somente a publicidade:

- I. autorizada pelo Município, na forma de regulamentação específica, por ocasião da realização de eventos de interesse coletivo; e
- II. que constitua parte integrante de artefato de mobiliário urbano conforme regulamentação específica.

**Art. 17** A veiculação de publicidade no Centro Histórico do Município de João Pessoa deverá garantir o bem-estar estético, cultural e ambiental, a visualização das fachadas, a preservação da memória cultural e a valorização da paisagem.

**Parágrafo único.** Para os fins do disposto neste artigo considera-se Centro Histórico do Município de João Pessoa a área estabelecida pela Lei de Uso e Ocupação do Solo (LUOS).

**Art. 18** A veiculação de publicidade no Centro Histórico do Município de João Pessoa observará:

- I. fica proibida na área do Centro Histórico do Município de João Pessoa a veiculação de publicidade por meio de qualquer veículo, excluindo-se a publicidade veiculada por meio de mobiliário urbano licitado e sob contrato de concessão, bancas de jornal e revista, módulos de chaveiros, painéis indicativos e painéis institucionais de interesse público;
- II. a vedação de que trata o inciso I abrange a todas as modalidades de anúncios publicitários que estejam presentes na paisagem do Centro Histórico, instalados em imóveis particulares ou públicos, edificados ou não; e
- III. as denominações dos estabelecimentos comerciais ficarão restritas a anúncio circunscrito à fachada do imóvel, podendo ser instalado paralelo, perpendicular ou inclinado em relação ao plano da fachada, desde que respeitadas as regras contidas nesta Lei.

**Parágrafo único.** A exibição de qualquer publicidade não prevista na área delimitada do Centro Histórico, que for de interesse público, dependerá de prévia autorização do Prefeito, ouvido preliminarmente o Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico do Estado da Paraíba (IPHAEP).

## CAPÍTULO V - DO ANÚNCIO INDICATIVO

**Art. 19** Ressalvado o disposto no art. 22 desta Lei, será permitido apenas um anúncio indicativo por imóvel público ou privado, que deverá conter todas as informações necessárias ao público.

**§ 1º** Os anúncios indicativos deverão atender às seguintes condições:

- I. quando a testada do imóvel for inferior a 10m (dez metros), a área total do anúncio não deverá ultrapassar **1,50 dm<sup>2</sup> (um metro e cinquenta decímetros quadrados)**;
- II. quando a testada do imóvel for igual ou superior a 10m (dez metros) e inferior a 100m (cem metros), a área total do anúncio não deverá ultrapassar 4m<sup>2</sup> (quatro metros quadrados);
- III. quando o anúncio indicativo for composto apenas de letras, logomarcas ou símbolos grampeados 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; e

IV. quando o anúncio indicativo estiver instalado em suportes em forma de totens ou estruturas tubulares, estes deverão estar contidos no lote e não ultrapassar a altura máxima de 5m (cinco metros), incluídas a estrutura e a área total do anúncio.

§ 2º Não serão permitidos anúncios que descaracterizem as fachadas dos imóveis com a colocação de painéis ou outro dispositivo.

§ 3º Não serão permitidos anúncios instalados em marquises, saliências ou recobrimento de fachadas, mesmo que constantes de projeto de edificação aprovado ou regularizado.

§ 4º O anúncio indicativo não poderá avançar sobre o passeio público ou calçada.

§ 5º Nas edificações existentes no alinhamento, regulares e dotadas de licença de funcionamento, o anúncio indicativo poderá avançar até 15cm (quinze centímetros) sobre o passeio.

§ 6º Os anúncios deverão ter sua projeção ortogonal totalmente contida nos limites externos da fachada onde se encontram e não poderão prejudicar a área de exposição de outro anúncio.

§ 7º Será admitido anúncio indicativo no frontão de toldo retrátil, desde que a altura das letras não ultrapasse 20cm (vinte centímetros), atendido o disposto no *caput* deste artigo.

§ 8º Não serão permitidos pinturas, apliques ou quaisquer outros elementos com fins promocionais ou publicitários, que sejam vistos dos logradouros públicos, além daqueles definidos nesta Lei.

§ 9º A altura máxima de qualquer parte do anúncio indicativo não deverá ultrapassar, em nenhuma hipótese, a altura máxima de 5m (cinco metros).

§ 10. 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 no § 1º deste artigo.

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

**Art. 20** Ficam proibidos os anúncios indicativos nas empenas cegas e nas coberturas das edificações.

**Art. 21** Nos imóveis edificados, públicos ou privados, somente serão permitidos anúncios indicativos das atividades neles exercidas e que estejam em conformidade com as disposições estabelecidas no Plano Diretor 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.

## CAPÍTULO VI - DO ANÚNCIO INDICATIVO EM IMÓVEL PÚBLICO OU PRIVADO SITUADO EM LOTES

### COM TESTADA IGUAL OU SUPERIOR A CEM METROS

**Art. 22** Nos imóveis públicos ou privados com testada igual ou maior que 100m (cem metros) poderão ser instalados dois anúncios com área total não superior a 10m<sup>2</sup> (dez metros quadrados) cada um.

§ 1º As peças que contenham os anúncios definidos no *caput* deste artigo deverão ser implantadas de forma a garantir distância mínima de 40m (quarenta metros) entre si.

§ 2º A área total dos anúncios definidos no *caput* deste artigo não deverá, em nenhuma hipótese, ultrapassar 20m<sup>2</sup> (vinte metros quadrados).

### CAPÍTULO VII - DO ANÚNCIO INDICATIVO EM IMÓVEL NÃO EDIFICADO, PÚBLICO OU PRIVADO

**Art. 23** Fica autorizada, no âmbito do município de João Pessoa, a colocação de anúncios indicativos nos imóveis públicos não edificadas, somente mediante licitação.

**Parágrafo Único.** Em imóveis privados, não edificadas, fica autorizada a colocação de anúncios indicativos, caso haja o exercício de atividade com a devida licença de funcionamento, desde que obedecidas as dimensões e os distanciamentos previstos nesta Lei.

### CAPÍTULO VIII - DO ANÚNCIO PUBLICITÁRIO

**Art. 24** Fica autorizada, no âmbito do município de João Pessoa, a colocação de anúncios publicitários nos imóveis públicos, edificadas ou não, somente mediante licitação.

**Parágrafo Único.** Em imóveis privados, edificadas ou não, fica autorizada a colocação de anúncios publicitários, desde que obedecidas as dimensões e os distanciamentos previstos nesta Lei.

**Art. 25** Fica instituído o cadastro de publicidade da Prefeitura Municipal de João Pessoa para o registro das empresas e controle da regularidade dos equipamentos de divulgação de anúncios publicitários, a ser regulamentado por ato do poder executivo.

**Parágrafo Único.** Toda a pessoa jurídica referida, que prestem serviços de divulgação de publicidade no município de João Pessoa deverão estar regularmente registradas no cadastro de publicidade.

**Art. 26** A licença para a instalação e exibição de anúncios publicitários, em imóveis públicos ou privados, edificadas ou não, só poderá ser requerida e executada por pessoa jurídica que contenha em seu objeto social a exploração da atividade econômica de mídia exterior, e desde que esteja devidamente cadastrada na Secretaria da Receita Municipal (SEREM) e estejam registradas no cadastro estabelecido no art. 25.

**Art. 27** Para os efeitos desta Lei, os equipamentos de divulgação de anúncios publicitários são definidos e padronizados da seguinte forma:

- I. outdoor: equipamento composto por quadro de chapas metálicas, nas dimensões específicas de 6m (seis metros) por 3m (três metros), ou 9m (nove metros) por 3m (três metros), destinados exclusivamente à colagem de cartazes de papel ou fixação de lona vinílica impressa, substituíveis periodicamente, devendo atender às seguintes características:
  - a) possuir estrutura de fixação 100% (cem por cento) metálica, com quatro pilares de apoio ou um único tubo de aço com diâmetro mínimo de 500mm (quinhentos milímetros) fixado em base de concreto armado;
  - b) dispor de altura máxima de 4m (quatro metros) de vão livre, a contar da pista de rolamento frontal do equipamento;
  - c) é vedada qualquer forma de iluminação artificial;
  - d) poderá conter mais de uma face, de forma simples, dupla ou tripla, paralelos ou angulados com no máximo de 45°(quarenta e cinco graus);
  - e) conjunto de no máximo três quadros da mesma empresa, por face, com 50cm (cinquenta centímetros) de espaçamento entre os quadros, podendo ser utilizado para veiculação de anúncios no formato simples, duplo ou triplo, com ou sem junção;
  - f) é vedada a instalação de quadros superpostos; e
  - g) é permitida a fixação de apliques, desde que esse acréscimo não exceda a 30% (trinta por cento) da área de exposição do equipamento;
- II. *front light*: equipamento iluminado frontalmente, ou com imagem digital, destinado à veiculação de anúncios fixos ou não, com dimensões não superiores a 85m<sup>2</sup> (oitenta e cinco metros quadrados) de área de exposição, por face, devendo atender as seguintes características:
  - a) possuir estrutura 100% (cem por cento) metálica, sustentada por tubo(s) cilíndrico(s) em aço carbono e fixado(s) em base de concreto armado;
  - b) o quadro deve ser fixado em coluna(s) própria(s) podendo conter mais de uma face simples, paralela ou angulada;
  - c) é permitida iluminação artificial, que deverá obrigatoriamente ser frontal e direcional ao quadro expositor;
  - d) é permitida a fixação de apliques, desde que esse acréscimo não exceda a 30% (trinta por cento) da área de exposição do equipamento;
  - e) são destinados exclusivamente à colagem de cartazes de papel ou de lona vinílica impressa, substituíveis periodicamente;
  - f) as mensagens publicitárias poderão ser estáticas ou com movimento (triedro); e
  - g) poderá conter mais de uma face, desde que em sentidos opostos em relação ao logradouro;
- III. *backlight*: equipamento iluminado internamente, ou com imagem digital, destinado à veiculação de anúncios fixos ou não, com dimensões não superiores a 85m<sup>2</sup>

- (oitenta e cinco metros quadrados) por face, devendo atender as seguintes características:
- a) possuir estrutura 100% (cem por cento) metálica, sustentada por tubo(s) cilíndrico(s) em aço carbono e fixado(s) em base de concreto armado;
  - b) deverá ser fixado em coluna(s) própria(s) podendo conter mais de uma face;
  - c) é permitida a iluminação artificial, que deverá ser obrigatoriamente interna;
  - d) é vedada a fixação de apliques;
  - e) o material exposto deve ser confeccionado somente em lona translúcida, impressa digitalmente; e
  - f) poderá conter mais de uma face, desde que em sentidos opostos em relação ao logradouro;
- IV. empenas: equipamento simples, instalado na face lateral externa da edificação (fachada) com até 85m<sup>2</sup> (oitenta e cinco metros quadrados) da área total disponível, por fachada, devendo estar sempre instalado dentro dos limites da fachada externa, não podendo ser oblíquo ou perpendicular a esta, podendo ser iluminado externa ou internamente, e destinado à veiculação de anúncios publicitários impressos ou digitais, estáticos ou em movimento;
- V. *top-site*: confeccionados em estrutura 100% (cem por cento) metálica, destinado à veiculação de anúncios, com dimensões não superiores a 25m<sup>2</sup> (vinte e cinco metros quadrados) por face, disposto obrigatoriamente em formato vertical, com iluminação externa e fixado em um único pedestal, podendo conter mais de uma face, desde que em sentidos opostos em relação ao logradouro;
- VI. letreiro: iluminado ou não, de duração permanente, fixo, com animação estática ou dinâmica, colocado em fachadas, marquise de edifícios e/ou em elementos do mobiliário urbano, ou ainda, fixado sobre estrutura própria, junto ao estabelecimento ao qual se refere, podendo conter, além do nome, a marca ou logotipo da atividade ou serviço prestado, assim como endereço e telefone;
- VII. faixa: executada em material não rígido, com tamanho máximo de 5m (cinco metros) de largura por 1m (um metro) de altura;
- VIII. balões e bolas: executados em material não rígido, destinada à divulgação de mensagens publicitárias, específicas para eventos comemorativos, de ocasião e com prazo máximo de 10 (dez) dias de exibição;
- IX. prospectos e folhetos de propaganda: confeccionados em papel reciclável, destinado à mensagem publicitária, com duração provisória; e
- X. carrocerias de veículos automotores: sobreposta na parte externa ou interna dos veículos de transporte coletivo e individual de passageiros, destinadas a mensagens publicitárias, com duração permanente, luminoso ou não, com animação estática ou dinâmica, podendo ser eletrônica, fixa ou móvel, desde que cumpra a legislação de trânsito.

**Parágrafo Único.** Todos os equipamentos de publicidade 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.

## CAPÍTULO IX - DAS RESTRIÇÕES ESPECÍFICAS À INSTALAÇÃO DE EQUIPAMENTOS DE DIVULGAÇÃO DE ANÚNCIOS PUBLICITÁRIOS

### Seção I - *Outdoors, Backlight, Front Lights, Placas e Empenas*

**Art. 28** Os anúncios e equipamentos enquadrados nesta seção devem obedecer às seguintes disposições:

- I. não apresentar quadros superpostos;
- II. não avançar sobre o passeio;
- III. não ultrapassar as medidas e áreas estabelecidas no art. 19 e seguintes;
- IV. todos os equipamentos deverão ser identificados através de uma placa de, no mínimo, 25cm (vinte e cinco centímetros) por 50cm (cinquenta centímetros), afixada no equipamento, contendo o nome, o endereço eletrônico da empresa publicitária e/ou o telefone;
- V. o equipamento situado em imóvel particular não edificado deverá obedecer aos recuos da edificação contígua e, em terrenos onde não existam edificações vizinhas, o recuo deverá ser de 2m (dois metros) do passeio nas vias de trânsito rápido e a partir do passeio nas demais vias; e
- VI. é obrigatório, por parte da empresa proprietária do equipamento, a manutenção e a limpeza dele e ao seu redor, numa faixa mínima equivalente ao recuo para o terreno, ou uma faixa mínima de 3m (três metros) se não houver recuo previsto.

**Art. 29** Os equipamentos *frontlight e backlight* deverão adotar distanciamento, entre si, proporcional à área de cada anúncio, conforme segue:

- I. até 18m<sup>2</sup> de anúncio - 70m no mesmo sentido da via;
- II. de 18,01m<sup>2</sup> a 36m<sup>2</sup> - 100m no mesmo sentido da via;
- III. de 36,01m<sup>2</sup> a 56m<sup>2</sup> - 150m no mesmo sentido da via; e
- IV. de 56,01m<sup>2</sup> a 85m<sup>2</sup> - 200m no mesmo sentido da via.

**§ 1º** Os distanciamentos definidos no *caput* deste artigo serão aplicados pelo tamanho dos equipamentos, levando-se em consideração aquele a ser instalado.

**§ 2º** Os distanciamentos definidos no *caput* deste artigo não se aplicam a logradouros diferentes e/ou a fluxos diferentes.

**Art. 30.** Além das restrições gerais estabelecidas nesta Lei, é vedada a instalação dos equipamentos de publicidade indicados nesta Seção:

- I. em áreas sujeitas a regime específico:
  - a) área de proteção histórica, cultural e paisagística;

- b) área de proteção de recursos naturais; e
- c) área de preservação permanente;
- II. ao longo dos calçadões centrais;
- III. no Centro Histórico;
- IV. em canteiros de vias;
- V. a menos de 30m (trinta metros) de passarelas, viadutos e túneis;
- VI. em bens de uso comum da comunidade como: praças, jardins, túneis, dunas, entre outros.

### Seção II - Faixas

**Art. 31** O uso de faixas será autorizado para a divulgação de mensagens específicas para eventos comemorativos sem cunho comercial e de ocasião, desde que não contrarie as demais disposições desta Lei.

§ 1º Os responsáveis pelas faixas poderão colocá-las no máximo 10 (dez) dias antes do evento anunciado e retirá-la até 24 (vinte e quatro) horas depois do período autorizado.

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

**Art. 32** É proibida a fixação de faixas em qualquer forma de vegetação e em locais públicos.

**Art. 33** Os danos a pessoas ou propriedades decorrentes da inadequada colocação das faixas serão de única e inteira responsabilidade do licenciado.

### Seção III - Balões e Bolas

**Art. 34** Aplicam-se aos infláveis as seguintes exigências:

- I. sua utilização se restringe a eventos ocasionais como inaugurações, exposições, lançamentos e similares;
- II. deverão ser presos em cabos de fibras sintéticas e, se forem iluminados, deverão utilizar cabo com isolantes elétricos;
- III. é vedado o uso de gás inflamável; e
- IV. o órgão responsável pela autorização deverá definir o local de instalação e altura máxima, de forma a assegurar as condições de segurança do entorno.

### Seção IV - Folhetos, Prospectos, Abanos e Similares

**Art. 35** Os folhetos, prospectos, abanos e similares somente poderão ser distribuídos nos locais e datas estabelecidas na autorização e deverão conter, obrigatoriamente, a seguinte mensagem: “Cidade limpa. Povo civilizado. Não jogue este impresso em via pública.”



### Seção V - Pinturas em Muros e Fachadas de Edificações

**Art. 36** Fica proibida a veiculação de anúncios publicitários através em muros e fachadas de edificações, qualquer que seja o meio de exibição.

### Seção VI - Publicidade em Tapumes

**Art. 37** Nos tapumes de imóveis com obras em construção, será permitida publicidade relativa a este empreendimento, durante o período de execução dos serviços e obras protegidos, desde que não contrarie as demais disposições desta Lei.

## CAPÍTULO X - DO ANÚNCIO PUBLICITÁRIO NO MOBILIÁRIO URBANO

**Art. 38** A veiculação de anúncios publicitários no mobiliário urbano poderá ser permitida pela Prefeitura Municipal de João Pessoa, nos termos estabelecidos em lei específica, de iniciativa do Poder Executivo, e precedida de licitação pública.

## CAPÍTULO XI - DO PROCEDIMENTO ADMINISTRATIVO

**Art. 39** A publicidade, em imóveis edificados ou não, dependerá de licença expedida, sempre a título precário, pela Secretaria de Desenvolvimento Urbano (SEDURB).

### Seção I - Do Licenciamento e do Cadastro de Anúncios Indicativos

**Art. 40** Os anúncios indicativos somente poderão ser instalados após a devida emissão da licença.

**Art. 41** O licenciamento do anúncio indicativo será promovido por meio eletrônico, conforme procedimento regulamentado por ato do poder executivo municipal, 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. 42** Ficam dispensados de licenciamento os anúncios instalados em mobiliários e equipamentos urbanos, inclusive quanto ao seu cadastramento.

**Art. 43** O despacho de indeferimento do 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. 44** O prazo para o pedido de reconsideração de despacho ou de recurso é de 30 (trinta) dias corridos, contados a partir da data da publicação do despacho no Diário Oficial Eletrônico do Município de João Pessoa.

**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. 45** 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 do Requerente no Cadastro estabelecido;
- VI. por infringência a qualquer das disposições desta Lei ou de seu decreto regulamentar, caso não sejam sanadas as irregularidades dentro dos prazos previstos; e
- VII. pelo não atendimento a eventuais exigências dos órgãos competentes.

**Art. 46** Os responsáveis pelo anúncio, nos termos do art. 47 desta Lei, deverão manter o número da licença de anúncio indicativo de forma visível e legível do logradouro público, sob pena de aplicação das sanções estabelecidas no Capítulo XIII da presente Lei.

#### **Seção III - Dos Responsáveis Pelo Anúncio Indicativo**

**Art. 47** Para efeitos desta Lei, são solidariamente responsáveis pelo anúncio o proprietário e o possuidor do imóvel onde o anúncio estiver instalado.

**§ 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. 48** A instalação de equipamentos para exibição de anúncios publicitários, desde que previstos nesta Lei, deverá ser precedida de pedido de licença, através de será promovido por meio eletrônico 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;
- III. comprovante de propriedade ou posse pacífica do imóvel ou contrato para uso deste pela interessada, caso em que a comprovação da propriedade ou posse pacífica deverá se referir ao locador;
- IV. cópia do certificado dos Cadastros estabelecidos nos arts. 25 e 26 desta Lei da empresa interessada perante a municipalidade;
- V. comprovante de pagamento Taxa de Fiscalização para Utilização dos Meios de Publicidade;
- VI. cópia do contrato social da empresa requerente.

**Art. 49** Compete à Secretaria de Desenvolvimento Urbano (SEDURB), através do órgão responsável, expedir o alvará de licença com o número de cadastro do equipamento, que obrigatoriamente deverá ser afixado nele.

**Art. 50** 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 documentos indicados no art. 48.

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

**Art. 51** 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. 52** O prazo de validade das licenças de equipamentos de anúncios publicitários é de 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 Fiscalização para Utilização dos Meios de Publicidade anualmente, fazendo constar do documento de recolhimento o número do cadastro da empresa estabelecidos nos arts. 25 e 26 desta lei, e número da licença anterior do equipamento ao qual se refira o recolhimento.

**Art. 53** 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 na Prefeitura.

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

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

**Art. 54** O não atendimento, pelo requerente, ao despacho exarado para cumprimento das exigências, dentro do prazo de 20 (vinte) dias úteis, contados da data da comunicação, prorrogável por motivo justificado, implicará o indeferimento do pedido de licença.

**Art. 55** O alvará será renovado automaticamente pelo prazo de um ano, com o pagamento da Taxa de Fiscalização para Utilização dos Meios de Publicidade, anualmente, na data do vencimento, ressalvado o disposto no art. 50.

**Art. 56** A licença para a instalação de equipamentos será cancelada, anulada ou cassada, nos seguintes casos:

- I. por solicitação do interessado, mediante requerimento;
- II. quando não instalado no prazo de 180 (cento e oitenta) dias, contados da expedição do alvará;
- III. quando for constatada sua instalação fora do local previamente autorizado;
- IV. não houver pagamento da taxa de licença, na data do vencimento;
- V. por infringência a qualquer disposição desta Lei, quando não forem sanadas as irregularidades nos prazos estabelecidos pela Prefeitura Municipal de João Pessoa; e
- VI. quando constatada qualquer irregularidade.

**Art. 57** Nenhum equipamento ou anúncio publicitário poderá ser instalado ou mantido exposto ao público, sem a prévia autorização da Prefeitura Municipal de João Pessoa.

**Art. 58** 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. 59** Se ao final de cada ano de licenciamento não houver qualquer manifestação da Prefeitura Municipal de João Pessoa, bastará, para a renovação automática da licença, o recolhimento da Taxa de Fiscalização para Utilização dos Meios de Publicidade anual.

**Art. 60** 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 Fiscalização para Utilização dos Meios de Publicidade.

**Art. 61** A administração municipal poderá autorizar as empresas, mediante licitação pública, à utilização de espaços próprios municipais, para fins de instalação de equipamentos de propaganda.

**§ 1º** A utilização de que trata este artigo se fará exclusivamente através de termo de permissão que será resultante da licitação.

**§ 2º** O edital que instruir a licitação conterá, entre outros elementos, a localização dos espaços, tipos de equipamentos 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 equipamentos instalados para fins sociais.

## CAPÍTULO XII - DA TAXA DE FISCALIZAÇÃO PARA UTILIZAÇÃO DE MEIOS DE PUBLICIDADE

**Art. 62** A Taxa de Fiscalização para Utilização dos Meios de Publicidade será cobrada anualmente de acordo com a modalidade e tipo do anúncio na forma estabelecida no Código Tributário Municipal.

**Parágrafo único.** Na ausência de pedido expresso de cancelamento da licença, ao final do período de vigência, a mesma será automaticamente prorrogada com o recolhimento Taxa de Fiscalização para Utilização dos Meios de Publicidade anual correspondente.

**Art. 63** São isentos de recolhimento de Taxa de Fiscalização para Utilização dos Meios de Publicidade:

- I. a publicidade institucional de órgãos públicos, bem como propaganda política de partidos e candidatos regularmente inscritos no Tribunal Regional Eleitoral, durante o período autorizado pela Justiça Eleitoral, devendo respeitar os padrões instituídos no Código de Posturas;
- II. dísticos ou denominações de estabelecimentos apostos nas paredes e vitrines, obedecido os recuos estabelecidos na legislação municipal;
- III. publicidade referente a eventos e exposições filantrópicas;
- IV. indicações de uso, lotação, perigo, cautela, entrada e saída de veículos ou de orientação e educação do público, podendo apresentar conteúdo publicitário em até 0,5m<sup>2</sup>, caso ultrapassado esse valor, a isenção fica a critério do setor competente;
- V. denominações de prédios e condomínios residenciais;
- VI. anúncio indicativo com área até 1m<sup>2</sup> (um metro quadrado) desde que seja o único anúncio de qualquer tipo instalado no local;
- VII. publicidade veiculada por radiodifusão, jornal e televisão.

**Parágrafo único.** Os anúncios indicativos com área até 2m<sup>2</sup> (dois metros quadrados) desde que seja o único anúncio de qualquer tipo instalado no local, terão redução de 50% no valor da Taxa de Fiscalização para Utilização dos Meios de Publicidade.

## CAPÍTULO XIII - DAS INFRAÇÕES E PENALIDADES

**Art. 64** 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 das aprovadas;
  - 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 a intimação do órgão competente para a regularização ou a remoção do anúncio;
- IV. veicular qualquer tipo de anúncio em desacordo com o disposto nesta Lei e nas demais leis municipais, estaduais e federais pertinentes; e
- V. praticar qualquer outra violação às normas previstas nesta Lei ou em seu decreto regulamentar.

**Parágrafo Único.** Para todos os efeitos desta Lei, respondem solidariamente pela infração praticada os responsáveis pelo anúncio nos termos do art. 47.

**Art. 65** A inobservância das disposições desta Lei 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. 66** 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 ou publicitário que apresente risco iminente.

**Art. 67** 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.

**Art. 68** As multas serão aplicadas da seguinte forma:

- I. primeira multa no valor de 50 (cinquenta) UFIRs por anúncio irregular;
- II. acréscimo de 5 (cinco) UFIRs para cada m<sup>2</sup> (metro quadrado) que exceder os 4m<sup>2</sup> (quatro metros quadrados); e
- III. persistindo a infração após a aplicação da primeira multa e a intimação referidas no art. 66 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.

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

#### CAPÍTULO XIV - DAS DISPOSIÇÕES FINAIS E TRANSITÓRIAS

**Art. 69** Todos os anúncios, 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 nos prazos previstos nesta Lei.

**Parágrafo Único.** Em caso de descumprimento do disposto no *caput* deste artigo, serão impostas as penalidades previstas no Capítulo anterior desta Lei:

- I. ao proprietário ou possuidor do imóvel onde o anúncio estiver instalado;
- II. ao anunciante;
- III. à empresa instaladora;
- IV. aos profissionais responsáveis técnicos; e
- V. à empresa de manutenção.

**Art. 70** Todos os anúncios especiais com autorização, bem como os anúncios indicativos e publicitários com licença deverão se adequar ao disposto nesta Lei, no prazo de 180 (cento e oitenta) dias, contados de sua regulamentação pelo Poder Executivo municipal.

**§ 1º** Os anúncios especiais sem autorização bem como os anúncios indicativos e publicitários sem licença deverão ser retirados no prazo de 30 (trinta) dias, sob pena de serem aplicadas as penalidades previstas nesta Lei.

**§ 2º** Em caso de não atendimento aos prazos previstos neste artigo, serão impostas as penalidades previstas no Capítulo anterior desta Lei.

**§ 3º** Havendo necessidade de remoção de equipamentos de anúncios publicitários passíveis de regularização, para adequação a esta Lei, será obedecido o critério de anterioridade do alvará de licença.

**Art. 71** Novas tecnologias e meios de veiculação de anúncios bem como projetos diferenciados não previstos nesta Lei serão enquadrados e terão seus parâmetros estabelecidos pela Secretaria de Desenvolvimento Urbano (SEDURB).

**Art. 72** O Poder Executivo promoverá as medidas necessárias para viabilizar a aplicação das normas previstas nesta Lei, em sistema computadorizado, estabelecendo em regulamento a padronização de requerimentos e demais documentos necessários ao seu cumprimento.

**Art. 73** 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 suas exigências e condições.

**Art. 74** Esta lei entra em vigor na data de sua publicação revogando-se as Lei Municipal nº 8.687, de 29 de dezembro de 1998, Lei Municipal nº 12.779, de 03 de fevereiro de 2014, Lei Municipal nº 1.845 de 08 de agosto de 2016, Lei Municipal nº13.594 de 24 de abril de 2018 e todas as disposições em contrário.



## ANEXO I – GLOSSÁRIO

- I. **Acréscimo/aplique:** saliências laterais e/ou frontais integrantes do layout de equipamento de anúncio, utilizadas como complemento da ideia e que não se apresentam constituindo superfícies contínuas ao quadro do equipamento;
- II. **Área de exposição:** a área que compõe cada face da mensagem do anúncio, devendo, caso haja dificuldade de determinação da superfície de exposição, deve ser considerada a área do menor quadrilátero regular que contenha o anúncio;
- III. **Área total do anúncio:** a soma das áreas de todas as superfícies de exposição do anúncio, expressa em metros quadrados;
- IV. **Bem de uso comum:** aquele destinado à utilização do povo, tais como as áreas verdes e institucionais, as vias e logradouros públicos e outros;
- V. **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 e Município ou definidos pelo Plano Diretor e demais legislação urbanística;
- VI. **Cobertura:** conjunto de elementos ou componentes, dispostos no topo da construção, com a função de assegurar estanqueidade às águas pluviais e salubridade, bem como auxiliar na proteção das demais partes da edificação da deterioração por agentes naturais;
- VII. **Edificação:** obra destinada a abrigar às diversas atividades ou qualquer outra instalação, equipamento ou material;
- VIII. **Fachada:** qualquer das faces externas de uma edificação principal ou complementar, tais como torres, caixas d'água, chaminés ou similares;
- IX. **Imóvel:** o lote, público ou privado, edificado ou não, assim definido:
  - a) imóvel edificado: aquele ocupado total ou parcialmente com edificação permanente; e
  - 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;
- X. **Logradouro público:** toda parcela de território de propriedade pública e de uso comum da população;
- XI. **Lote:** área resultante do parcelamento de gleba, com frente para via pública, com infraestrutura básica, e destinada a receber edificação;
- XII. **Marquise:** estrutura em balanço ou atirantada, na parte externa de uma edificação, projetada com a função de cobertura e proteção da fachada e/ou ao abrigo de pedestres;
- XIII. **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 ideias, marcas, produtos, mercadorias ou serviços;

- XIV. 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;
- XV. Quadro:** meio físico utilizado para colocação do anúncio publicitário;
- XVI. Recuo da edificação:** distância entre o limite externo da edificação e a divisa do lote, medida perpendicularmente a esta;
- XVII. Testada ou alinhamento:** a linha divisória legal entre o lote e a via ou logradouro público;
- XVIII. Visibilidade:** possibilidade de visualização de uma mensagem exposta em espaço externo ou interno da edificação;
- XIX. Vão:** distância, medida em projeção vertical, entre a pista de rolamento e a aresta inferior do equipamento de anúncio.