LEI COMPLEMENTAR Nº 158 DE 14 DE JULHO DE 2017.

REGULAMENTA A EXPLORAÇÃO DE PUBLICIDADE NA PAISAGEM URBANA DO MUNICÍPIO DE PATROCÍNIO E DÁ OUTRAS PROVIDÊNCIAS.

A Câmara Municipal de Patrocínio-MG por seus representantes aprovou, e o Prefeito Municipal sanciona a seguinte Lei Complementar:

CAPÍTULO I
DA PUBLICIDADE EM GERAL

Art. 1°. A exploração dos meios de publicidade na paisagem urbana, levada a efeito através da veiculação por quaisquer instrumentos de divulgação ou comunicação de todo tipo ou espécie, processo ou forma, inclusive as que contiverem apenas dizeres, desenhos, siglas, dísticos, logotipos indicativos ou representativos de nomes, produtos, locais ou atividades, mesmo aqueles fixados em veículo automotor ou não, independente da denominação dada, dependerá de licença da Secretaria Municipal de Urbanismo, sujeitando o contribuinte ao pagamento da respectiva taxa.

§ 1º Incluem-se ainda na obrigatoriedade deste artigo os anúncios que, embora apostos em terrenos próprios de domínio privado forem visíveis em lugares públicos.

§ 2º A exploração de publicidade no mobiliário ou equipamento urbano será admitida quando houver interesse público, por pessoa física ou jurídica, nos termos da lei específica.

Art. 2°. Constituem objetivos da ordenação da publicidade no Município de Patrocínio em atendimento ao interesse público em consonância com os direitos fundamentais da pessoa humana e as necessidades de conforto ambiental e paisagístico com a melhoria da qualidade de vida urbana, assegurando, dentre outros, os seguintes:

I - o bem-estar estético, cultural e ambiental da população;

II - a segurança da população;

III - a valorização do ambiente natural e construído;

IV - a percepção e a compreensão dos elementos referenciais da paisagem;

V - a preservação da memória cultural;

VI - a preservação e a visualização das características peculiares dos logradouros e das fachadas;

VII - o fácil acesso e utilização das funções e serviços de interesse coletivo nas vias e logradouros;

VIII - o equilíbrio de interesses dos diversos agentes atuantes na cidade para a promoção da melhoria da paisagem do Município.

Art. 3°. Para fins de aplicação desta lei, considera-se paisagem urbana o espaço aéreo e a superfície externa de qualquer elemento natural ou construído, tais como água, fauna, flora, construções, edifícios, anteparos, superfícies aparentes de equipamentos de infra-estrutura, de segurança e de veículos automotores, anúncios de qualquer natureza, elementos de sinalização urbana, equipamentos de informação e comodidade pública e logradouros públicos, visíveis por qualquer observador situado em áreas de uso comum do povo.

Art. 4°. Constituem diretrizes a serem observadas na colocação dos dispositivos de publicidade:

I - o livre acesso de pessoas e bens à infra-estrutura urbana;

II - a priorização da sinalização de interesse público com vistas a não confundir motoristas na condução de veículos e garantir a livre e segura locomoção de pedestres;

III - o combate à degradação do aspecto de paisagem urbana;

IV - a proteção, preservação e recuperação do patrimônio cultural, histórico, artístico, paisagístico, de consagração popular;

V - a compatibilização das modalidades de anúncios com os locais onde possam ser veiculados, nos termos desta lei.

Art. 5°. As diretrizes para a publicidade na paisagem urbana e rural são as seguintes:

I - a elaboração de normas e programas específicos para os distintos setores do Município, considerando a diversidade da paisagem nas várias regiões que a compõem;

II - o disciplinamento dos elementos presentes nas áreas públicas, considerando as normas de ocupação das áreas privadas e a volumetria das edificações que, no conjunto, são formadoras da paisagem urbana ou rural;

III - a criação de novos padrões, mais restritivos, de comunicação institucional, informativa ou indicativa;

IV - a adoção de 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;

V - o estabelecimento de normas e diretrizes para a implantação dos elementos componentes da paisagem urbana e a correspondente veiculação de publicidade;

VI - a criação de mecanismos eficazes de fiscalização sobre as diversas intervenções na paisagem urbana e rural.

Art. 6°. Para efeito de aplicação desta lei, ficam assim definidas as seguintes expressões:

I – adorno excedente: parte ou conjunto das partes aplicadas sobre qualquer composição que serve para embelezar, realçar, complementar e dar aspecto mais atraente à coisa, que exceda a metragem estabelecida;

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;

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 pública, tais como as áreas verdes/recreação 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 e Município, e suas áreas envoltórias;

VII - calçada rebaixada: rampa construída ou implantada na calçada ou passeio destinada a promover a concordância de nível entre estes e o leito carroçável;

VIII - calçada pública: parte do logradouro, normalmente segregada e em nível diferente, destinada ao trânsito de pedestres e à implantação de mobiliário urbano, sinalização, vegetação e outros fins, composta de faixa de circulação e faixa de serviço;

IX - dispositivo: conjunto de meios planejadamente dispostos para atender determinado fim;

X - equipamento urbano: são as edificações que acomodam os usos e atividades de interesse social e comunitário, tanto do setor público como da atividade privada, sendo os de âmbito local aqueles que atendam à população do bairro, os de âmbito geral aqueles que atendam à população de uma zona ou região e os especiais aqueles cuja atividade exige tratamento diferenciado, em função de sua natureza ou impacto ambiental e no tráfego local, independentemente da área construída;

XI – face: é cada uma das superfícies de exposição do dispositivo de publicidade;

XII - fachada cega: é a fachada privada de saídas como porta, janela, duto de ventilação, equipamento de emergência ou de segurança;

XIII - fachada principal: é qualquer fachada voltada para logradouros públicos;

XIV - fachada: cada uma das faces externas de uma edificação;

XV - faixa de travessia de pedestres: sinalização transversal às pistas de rolamento de veículos destinadas a ordenar e indicar os deslocamentos dos pedestres para a travessia;

XVI - faixa de circulação de pedestres: parte da calçada destinada exclusivamente à livre circulação de pedestres;

XVII - faixa, bandeira, cartaz ou estandarte: aqueles executados em material não rígido, perecível, tais como pano, papel, papelão, tela, plásticos, de caráter provisório;

XVIII - gleba: é a área de terra bruta que ainda não foi objeto de loteamento;

XIX - imóvel: gleba, lote ou unidade autônoma, pública ou privada, edificada 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;

XX - lote: é a porção de terreno lindeiro a uma via pública, resultante de um loteamento ou desdobro.

XXI - letreiro: a afixação ou pintura em fachadas, elementos do mobiliário ou estrutura própria;

XXII - mobiliário urbano é o conjunto de elementos que podem ocupar o espaço público, implantados, direta ou indiretamente, pela Administração Municipal, com a possibilidade de remoção, por interesse urbanístico ou de obras públicas, que propiciem conforto, proteção, segurança e acesso à informação aos munícipes usuários, 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) acessórios à infra-estrutura;

XXIII - *outdoor*: todo dispositivo publicitário fixo construído em madeira ou estrutura metálica, com cercadura ou quadro, destinado à colagem em sua superfície de folhas de papel ou impressão em lona; sem qualquer equipamento eletrônico; com quadro medindo 3x9 metros;

XXIV - painel: todo dispositivo publicitário fixo construído com estrutura metálica, com cercadura ou quadro, destinado à colagem em sua superfície de folhas de papel ou impressão em lona, animado ou inanimado, iluminado e não iluminado, eletrônico e/ou multimídia afixada em estrutura de sustentação condizente com o equipamento, com quadro na dimensão de no máximo de 27 metros quadrados;

XXV - placa: todo dispositivo publicitário construído com estrutura de metal , leve, com superfície de chapa ou lamina metálica, plástico, acrílico ou material adequado, com dizeres pintados; desprovida de engenho elétrico ou mecânico; com quadro na dimensão de no máximo de 27 metros quadrados;

XXVI - passeio: parte da calçada ou da pista de rolamento, neste último caso separado por pintura ou elemento físico, livre de interferências, destinado à circulação exclusiva de pedestres e, excepcionalmente, de ciclistas;

XXVII - publicidade: qualquer forma de comunicação visual ou sonora, de todo tipo, espécie e gênero, produzido por viva voz, aparelho eletrônico, instrumentos musicais ou quaisquer outros equipamentos, realizados em locais públicos e privados, por pessoa física ou jurídica, visível ao público, composto de área de exposição e estrutura, podendo ser:

a) indicativa: aquela que visa apenas identificar, no próprio local da atividade, exclusivamente, a razão social e/ou profissional liberal que atua no lugar;

b) promocional: aquela com finalidade de promover e fortalecer determinada ideia, imagem, bem, produto ou serviço, de qualquer espécie, instalado no local ou fora de onde se exerce a atividade;

c) especial: aquela que possui características específicas, com finalidade cultural, eleitoral, educativa ou imobiliária, nos termos do artigo 10 da presente lei;

XXVIII - quadro: moldura ou cercadura do próprio dispositivo de publicidade é o elemento físico utilizado exclusivamente como suporte da publicidade;

XXIX - testada ou frente: é a linha que separa o logradouro público da propriedade particular e que coincide com o alinhamento;

XXX – unidade autônoma: é a unidade imobiliária de uso privativo resultante de condomínio urbanístico.

XXXI - uso comum: espaços, salas ou elementos externos ou internos que são disponibilizados para o uso de um grupo específico de pessoas (por exemplo, salas em edifício de escritórios, ocupadas geralmente por funcionários, colaboradores e eventuais visitantes);

XXXII - uso público: espaços, salas ou elementos externos ou internos que são disponibilizados para o público em geral, podendo ocorrer em edificações ou equipamentos de propriedade pública ou privada.

Parágrafo único. Na ausência de rubrica específica, a Secretaria Municipal de Urbanismo poderá analisar a que mais se assemelhe ao meio de publicidade que se pretende licenciar, desde que não incorra nas proibições constantes desta Lei.

Art. 7°. As publicidades instaladas fora do perímetro urbano não poderão ultrapassar 40m^2 (quarenta metros quadrados) de face, sendo a quantidade máxima de 02 (dois) dispositivos seqüenciais ou separados, respeitando uma distância mínima de 500m (quinhentos metros) entre estes ou outros meios de publicidade.

Art. 8°. Os dispositivos de publicidade classificam-se em:

I – luminosos: aqueles que possuem mecanismo luminosos próprio, ou que tem sua visibilidade possibilitada por luminárias, ainda que não fixados diretamente na estrutura do dispositivo;

II – não-luminosos: aqueles que não possuem mecanismos de iluminação;

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

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

Art. 9°. Para os fins desta Lei, não são consideradas publicidade promocional:

I – os que contenham, exclusivamente, a denominação da razão social descrita do documento de constituição e o respectivo horário de funcionamento, colocada no local do exercício da atividade com área máxima de 360cm² (trezentos e sessenta centímetros quadrados);

II - 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;

III - os que contenham mensagens obrigatórias por legislação federal, estadual ou municipal;

IV - os que contenham mensagens indicativas de cooperação com o Poder Público Municipal, Estadual ou Federal;

V - os que contenham mensagens indicativas de órgãos da Administração Direta;

VI - os que contenham indicação de monitoramento de empresas de segurança, sem qualquer legenda, dístico, ou desenho de valor promocional, contendo razão social ou nome fantasia e forma de contato, salvo as que possuírem área máxima de até 50cm^2(cinquenta centímetros quadrados) para residencial e 100cm^2 (centímetros quadrados) para atividade empresarial;

VII - os que contenham indicação de venda e aluguel de imóvel, sem qualquer legenda, dístico, ou desenho de valor promocional, contendo razão social ou nome fantasia e forma de contato, salvo as que possuírem área máxima de até 0,50 (meio) metro quadrado para residencial e 1,00 (um) metro quadrado para atividade empresarial;

VIII - aqueles instalados em áreas de proteção ambiental que contenham mensagens institucionais com patrocínio, conforme legislação específica;

IX - 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;

X - a identificação das empresas nos veículos automotores, aplicada em vinil adesivo em recorte, impressão digital ou pintura utilizada para a realização de seus serviços;

XI - as que identifiquem:

a) hospitais, casa de saúde, ambulatórios, prontos-socorros e congêneres;

b) nos locais de construção, indicando os profissionais responsáveis, por projetos e execução da obra, com seus nomes, endereços, números de registros no Conselho Regional de Engenharia e Arquitetura - CREA, n° da obra, nas dimensões exigidas pela

legislação federal vigente e colocadas em local visível, sem ocasionar perigo aos transeuntes, em obras públicas ou particulares, e desde que, efetivamente, estejam prestando serviços nos locais;

c) nos vestíbulos de edifícios, condomínios ou nas partes externas e internas de consultórios, escritórios e residências, identificando profissionais liberais, sob condição de que contenham apenas nome, profissão ou especialidade, número de registro do conselho e o horário, com dimensão máxima de 60x60 cm;

Art. 10. Para os efeitos desta Lei, os anúncios especiais são classificados em:

I - de finalidade cultural: quando for integrante de programa cultural definido pela Secretaria competente, de plano de embelezamento da cidade ou alusivo a data ou evento de valor histórico, não podendo sua veiculação ser superior a 30 (trinta) dias;

II - de finalidade educativa, informativa ou de orientação social, religiosa, de programas políticos ou ideológicos, em caso de plebiscitos ou referendos populares;

III - de finalidade eleitoral: quando destinado à propaganda de partidos políticos ou de seus candidatos, na forma prevista na legislação federal eleitoral.

Parágrafo único. Nos anúncios de finalidade cultural e educativa, o espaço reservado para o patrocinador será determinado pelos órgãos municipais competentes.

Art. 11. A veiculação de anúncios publicitários no mobiliário urbano será autorizada mediante procedimento licitatório.

§ 1° - O Edital que instruir a licitação conterá, entre outros elementos, a localização dos espaços, tipos de equipamentos que poderão ser instalados, prazos, restrições, bem como as condições gerais que vincularão o ato de permissão de uso.

§ 2° - Entende-se por mobiliário urbano, para os fins dispostos no caput deste artigo, as caixas de correio, cestos de lixo, abrigos e pontos de embarques de ônibus, bancos de jardins, bebedouros públicos, postos de informações, sanitários públicos, guaritas e outros que se enquadrem nesta categoria.

CAPÍTULO II
DAS NORMAS GERAIS

Art. 12. 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 as normas técnicas pertinentes à segurança e estabilidade de seus elementos;

V - atender as normas técnicas emitidas pela Associação Brasileira de Normas Técnicas - ABNT, pertinentes às distâncias das redes de distribuição de energia elétrica;

VI - respeitar a vegetação natural e exótica;

VII - 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;

VIII – não prejudicar a visibilidade dos equipamentos de vídeo monitoramento instalado pelo poder público;

IX - não provocar reflexo, brilho ou intensidade de luz que possa ocasionar ofuscamento, prejudicar a visão dos motoristas, 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;

X - não prejudicar a visualização de bens de valor cultural.

Parágrafo único – As placas, painéis ou outdoors de domínio da Prefeitura Municipal de Patrocínio, somente poderão ser utilizados pela administração direta e indireta, fundacional e Câmara de Patrocínio.

Art. 13. É proibida a instalação de publicidade em:

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

II - vias, parques, praças públicas e outros logradouros públicos, salvo os anúncios de cooperação entre o Poder Público e a iniciativa privada, a serem definidos por legislação específica, bem como as placas e unidades identificadoras de vias e logradouros públicos;

III - postes de iluminação pública ou de rede de telefonia, inclusive cabines e telefones públicos, conforme autorização específica, exceção feita ao mobiliário urbano nos pontos permitidos pela Prefeitura;

IV - cabos, torres ou postes de transmissão de energia elétrica e telefonia;

V - nos dutos de gás e de abastecimento de água, hidrantes, torres d'água e outros similares;

VI - acopladas à sinalização de trânsito;

VII – afixadas em toldos, varandas e gradis;

VIII - obras públicas, tais como pontes, passarelas, viadutos e túneis, ainda que de domínio estadual e federal;

IX - bens de uso comum do povo a uma distância inferior a 30m (trinta metros) de obras públicas de arte, tais como túneis, passarelas, pontes e viadutos, bem como de seus respectivos acessos;

X - nos muros, paredes e fachada cega de imóveis públicos ou privados, edificados ou não;

XI - nas árvores de qualquer porte;

XII – quando excederem a 02 (dois) meios de publicidade para o mesmo estabelecimento, em seu local de funcionamento;

XIII – a menos de 100m (cem metros) da alça de rotatórias;

XIV – abrigos instalados nos pontos de táxi ou de passageiros de coletivos urbanos;

XV – calçadas, meio-fios, leitos de ruas e áreas de circulação das praças públicas;

XVI – em qualquer parte de cemitérios, templos religiosos, estabelecimentos de ensino, bibliotecas, hospitais, casas de saúde, maternidades, sanatórios, edifícios públicos, associações de moradores, entidades assistenciais, salvo as indicativas de suas atividades;

XVII – nos bancos dos logradouros públicos;

XVIII - quando prejudicarem a passagem de pedestres e a visibilidade dos motoristas;

XIX – quando obstruírem ou reduzirem o vão das portas, janelas e respectivas bandeiras;

XX – quando pela sua natureza, provoquem aglomerações prejudiciais ao trânsito de pedestres;

XXI - que contenham dizeres ou indicações desfavoráveis a indivíduos, crenças e instituições;

XXII – que contenham incorreções de linguagem.

§ 1º A Secretaria Municipal de Urbanismo poderá autorizar a veiculação de publicidades com o uso de bicicletas, em locais pré-definidos, de acordo com regras contidas nesta Lei e outras exigências que se julgarem necessárias.

§ 2º É também proibida a veiculação de propagandas sobre bebidas alcoólicas nas proximidades dos seguintes locais:

I - prédios públicos;

II - creches, asilos, albergues e similares;

III - estabelecimentos educacionais.

§ 3º Para efeito do que dispõe o parágrafo anterior, entende-se como proximidade a distância mínima de 100m (cem metros) da entrada e saída dos estabelecimentos mencionados.

CAPITULO III

DO PROCEDIMENTO ADMINISTRATIVO

Art. 14. As publicidades somente poderão ser instaladas após a devida licença da Secretaria Municipal de Urbanismo que implicará no registro imediato no Cadastro Mobiliário de Contribuintes.

Art. 15. Os pedidos de licença para publicidade deverão ser aprovados pela Secretaria Municipal de Urbanismo, mediante:

I - a apresentação de projeto técnico da publicidade com dizeres em escala adequada;

II – a indicação dos locais, em que serão colocados, pintados ou distribuídos;

III – as inscrições, texto e cores empregadas,

IV – a natureza do material de confecção;

V – as dimensões, incluindo o total da saliência a contar do plano da fachada e a altura de sua colocação em relação ao passeio;

VI – apresentação de laudo do responsável técnico com a devida anotação de responsabilidade técnica (A.R.T.) será obrigatória nos casos de painel, empena e de *outdoor* construído em estrutura metálica; nos demais meios de publicidade será exigido pelo órgão competente, quando julgar necessário;

VII – o sistema de iluminação a ser dotado no caso dos iluminados;

VIII – apresentação da autorização do proprietário do imóvel, quando for o caso, instruída com a documentação idônea de comprovação de propriedade.

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

Art. 16. Deferido o pedido e cientificado o requerente, o prazo para instalação da publicidade será de 30 (trinta) dias, sendo que ao término deste, a licença perderá sua validade, ficando sujeito a novo procedimento de solicitação.

Art. 17. O prazo para pedido de reconsideração de despacho ou de recurso é de 07 (sete) dias corridos, contados a partir da data da ciência do requerente.

Art. 18. As empresas publicitárias de outras localidades não contribuintes do ISS com os cofres públicos desta Municipalidade deverão portar comprovante de recolhimento da taxa de instalação do meio publicitário.

Art. 19. Para a instalação de *outdoor* e painel promocional, além das normas gerais, serão observadas as seguintes exigências:

I – serem colocados a uma altura mínima de 1,50m (um metro e meio) do nível do terreno;

II – serem colocados a uma altura máxima de 5m (cinco metros);

III – quando próximo de rotatórias e trevos rodoviários preservar a distância de 200m (duzentos metros) e dentro da cidade 100m (cem metros), evitando que se confundam com a sinalização de trânsito e somente em terrenos particulares não edificados;

IV – será permitida a instalação de painéis e *outdoors* até 02 (dois) dispositivos de propaganda, no mesmo imóvel, podendo ser sequências ou em "V"(vê) ao longo da via pública ou em sua confluência;

V - preservar a distância mínima de 100m (cem metros) de outros dispositivos de publicidade de qualquer espécie;

VI – devem ser dotados de placa de identificação da empresa responsável pela exploração da publicidade, medindo no máximo 30x50 cm;

VII – não poderá apresentar quadros superpostos ou adornos excedentes à medida autorizada;

IX – não deverá projetar, em qualquer situação, avançar sobre os imóveis vizinhos, pista de rolamento ou sobre a rede elétrica;

X – os dispositivos de publicidade que trata este artigo, quando instalados em lotes vagos terão sua permanência no local condicionada à limpeza e manutenção do terreno, a ser efetuada, solidariamente, pelos responsáveis pela publicidade, a empresa instaladora, o proprietário, o anunciante e o possuidor do imóvel onde o dispositivo estiver instalado;

XI - a transferência de dispositivo de publicidade para local diverso daquele a que se refere à licença, deverá ser previamente comunicada à Secretaria Municipal de Urbanismo, sob pena serem considerados como novos.

Parágrafo único. Fica vedada a instalação de *outdoor* e painel promocional nos muros e fachada cega de imóveis residenciais e condomínios, salvo os imóveis onde se exerça atividade empresarial.

Art. 20. Para a instalação de publicidade promocional na(s) fachada(s) principal(is) do imóvel no local onde se exerça a atividade, deverão ser atendidas as seguintes condições:

I – estar fixada, contígua à parede do imóvel, paralela ou perpendicular, exceto os equipamentos de iluminação e que não avancem sobre o leito da via;

II – quando paralela à fachada:

a) quando a testada do imóvel for inferior a 10 (dez) metros, a área total do anúncio não deverá ultrapassar 2,50m² (dois metros e meio quadrados), com espessura máxima de 30 cm (trinta centímetros);

b) quando a testada do imóvel for igual ou superior a 10 (dez) metros e inferior a 50 (cinquenta) metros, a área total do anúncio não deverá ultrapassar 4m² (quatro metros quadrados), com espessura máxima de 30 cm (trinta centímetros);

c) quando a testada do imóvel for igual ou maior que 50 (cinquenta) metros, poderão ser instalados 2 (dois) anúncios com área não superior a 10m² (dez metros quadrados) e com distância de 30 (trinta) metros entre si, com espessura máxima de 30cm (trinta centímetros);

III – quando perpendicular à fachada, a face inferior da placa não poderá ser fixada abaixo de 2,50 m (dois metros e cinquenta), não devendo as suas dimensões excederem 1,20 (um metro e vinte) m de largura por 1 m (um metro) de altura, com espessura de 30 cm (trinta centímetros);

IV – não deverá alterar as características arquitetônicas e as funções definidas no projeto de construção ou reforma da edificação;

V - ser dispostos de forma a não obstruírem janelas e aberturas destinadas à ventilação e iluminação dos imóveis, interromperem linhas acentuadas pela alvenaria ou pelo revestimento, nem cobrirem placas de numeração, nomenclatura e outras indicações oficiais de logradouros;

VI – em edifícios de utilização mista, quando os anúncios tiverem iluminação fixa, devem ser confeccionados de forma a não produzirem reflexos luminosos diretos nos

vãos dos pavimentos superiores do mesmo edifício, além de observadas as exigências do item anterior;

VII - as placas com letreiros poderão ser colocadas quando confeccionadas em metal, plásticos, acrílico ou material adequado, nos seguintes casos:

a) para identificação de profissional liberal nas respectivas residências, escritórios e consultórios, mencionando apenas o nome do profissional, a profissão ou especialidade e o horário de atendimento, com dimensões máximas de 60 x 60 cm;

b) para indicação de profissionais responsáveis, por projeto e execução de obra, com seus nomes, endereços, números de registros no CREA, nº da obra, nas dimensões exigidas pela legislação federal vigente e colocadas em local visível, sem ocasionar perigos aos transeuntes.

§ 1º Fica vedada a instalação de dispositivos de publicidade tipo *outdoor* e empena na área central da cidade.

§ 2° Fica vedada a instalação de dispositivos de publicidade no topo de prédios, edifícios e imóveis horizontais residenciais.

§ 3° Fica vedada a instalação de publicidade sobre ou sob as marquises, tendo o prazo de 1 (um) ano para adequação, a partir da vigência desta lei.

§ 4º Para os casos de condomínios onde funcionam comércio e escritórios, será obrigada a fixação de painel no saguão de entrada, indicando o número da sala e atividade nela exercida.

Art. 21. Para efeito desta Lei, são solidariamente responsáveis pela publicidade:

I - o proprietário do dispositivo de publicidade;

II - o anunciante;

III - o possuidor do imóvel onde o dispositivo estiver instalado.

§ 1° A empresa instaladora, o proprietário do dispositivo, o anunciante e o possuidor do imóvel, respondem solidariamente pelos aspectos técnicos e de segurança, parte estrutural e elétrica, manutenção e conservação da higiene do equipamento e de seu entorno.

§ 2° Os responsáveis pela publicidade responderão administrativa, civil e criminalmente pela veracidade das informações prestadas.

§3º Havendo destruição total ou parcial dos equipamentos de publicidade em razão do mau tempo, sinistro, prática de vandalismo ou decurso de prazo, ficam os proprietários obrigados a reparar o estrago ou retirar o material no prazo de 48 (quarenta e oito) horas, após o ocorrido.

CAPITULO IV
DAS INFRAÇÕES E PENALIDADES

Art. 22. Para os fins desta lei, consideram-se infrações:

I – o não atendimento de notificação fiscal da secretaria ou órgão competente para a regularização ou a remoção do dispositivo de publicidade;

II - utilizar publicidade:

a) sem a devida licença;

b) com dimensões e características diferentes das aprovadas;

c) fora do prazo constante da licença de publicidade;

III – manter o dispositivo de publicidade em mau estado de conservação;

IV – veicular qualquer tipo de publicidade em desacordo com o disposto nesta lei e nas demais leis municipais, estaduais e federais pertinente;

V – praticar qualquer outra violação às normas previstas nesta Lei.

Art. 23. Os dispositivos de publicidade que forem encontrados sem a necessária licença ou em desacordo com as disposições desta lei, concomitante às legislações que dispõe sobre a proteção, controle e conservação do meio ambiente e a que regula normas do sistema do Trânsito Brasileiro, serão retirados, apreendidos ou inutilizados pela Prefeitura, através da Secretaria Municipal de Urbanismo, sendo o ônus do encargo atribuído ao infrator, sem prejuízo da aplicação da multa, sem qualquer responsabilidade, em caso de eventuais danos causados durante a remoção.

Art. 24. O interessado somente poderá reaver o seu material após o pagamento da penalidade cabível mais as despesas que o Executivo tiver tido com a sua remoção e guarda.

Art. 25. No caso do dispositivo de publicidade apresentar riscos iminentes, a segunda multa, bem como as reaplicações subsequentes, ocorrerão a cada 24 (vinte quatro) horas a partir da lavratura da multa anterior até a efetiva regularização ou remoção do equipamento.

Art. 26. Caso o interessado não reclame o material no prazo de 07 (sete) dias, o Executivo poderá destruí-lo e encaminhá-lo ao aterro sanitário conforme o caso, vende-lo em hasta pública ou doá-lo à entidades sem fins lucrativos, sem prejuízo da ação fiscal competente para recuperar as despesas que tiver tido e para aplicar as penalidades cabíveis.

Art. 27. No caso de divulgação por qualquer meio, de autoria desconhecida, o Poder Executivo promoverá, se necessário, fiscalização por intermédio dos órgãos municipais competentes ou requererá a abertura de inquérito policial.

Art. 28. Na inobservância das disposições desta Lei será imposta uma multa no valor de 0,14 UFM, sendo imposta penalidade em dobro em caso de reincidência, seguindo-se de interdição, cassação da licença de funcionamento e proibição de transacionar com o Poder Público.

CAPITULO V
DAS DISPOSIÇÕES FINAIS

Art. 29. Os responsáveis por publicidades já existentes na data da entrada em vigor desta lei deverão requerer dentro de 60 (sessenta) dias, o pedido de licença, sob pena de multa e a retirada pelo Município.

Art. 30. Fica concedido um prazo de 6 (seis) meses contados do início de vigência desta lei para as adequações necessárias no que se refere à exploração da publicidade de terceiros.

Art. 31. Esta Lei Complementar entra em vigor, noventa dias da data de sua publicação.

Patrocínio–MG, 14 de julho de 2017.

Deiró Moreira Marra
Prefeito Municipal