



LEI Nº 1323 DE 02 DE DEZEMBRO DE 2008

DISPÕE SOBRE A COMUNICAÇÃO VISUAL NO MUNICÍPIO DE LAURO DE FREITAS, NA FORMA QUE INDICA E DÁ OUTRAS PROVIDÊNCIAS.

A PREFEITA MUNICIPAL DE LAURO DE FREITAS, Estado da Bahia, no exercício de suas atribuições legais, Faço saber que a CÂMARA DE VEREADORES DE LAURO DE FREITAS, Estado da Bahia, aprovou e eu sanciono a presente Lei:

TÍTULO I
DISPOSIÇÕES PRELIMINARES

CAPÍTULO I
OBJETIVOS

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

Art. 2º O ordenamento da publicidade na paisagem do Município, disciplinada pela presente Lei, tem os seguintes objetivos:

I - estabelecer bases de referência para o exercício do poder de polícia administrativa por parte da Prefeitura Municipal de Lauro de Freitas;

II - assegurar a compatibilidade entre os interesses individuais e os interesses da coletividade;

III - garantir condições de segurança e conforto de pedestres, veículos e edificações;

IV - preservar valores paisagísticos e culturais da cidade;

V - contribuir para o bem estar físico e mental da população;

VI - estabelecer o equilíbrio dos diversos agentes atuantes no Município, incentivando a cooperação de organizações e cidadãos na promoção da

melhoria da paisagem do Município.

CAPÍTULO II CONCEITOS

Art. 3º Para os efeitos desta Lei, ficam estabelecidos os seguintes conceitos básicos:

I - acréscimo/aplique (lateral ou frontal) - saliências integrantes do layout do engenho, utilizadas como complemento da idéia, e que não se apresentam constituindo superfícies contínuas ao quadro do engenho;

II - adereço - meio diferenciado que não se enquadra nos demais definidos nesta Lei;

III - afastamento entre engenhos - medida linear, em projeção horizontal, entre as bordas laterais de dois engenhos;

IV - altura do engenho - diferença entre as alturas máxima e mínima do engenho;

V - altura máxima do engenho - diferença entre a quota do ponto mais alto do engenho e a maior quota do meio fio que lhe é fronteiro;

VI - altura mínima do engenho - diferença entre a quota do ponto mais baixo do engenho e a maior quota encontrada no meio fio que lhe é fronteiro.

VII - anúncio - qualquer manifestação que, por meio de palavras, imagens, efeitos luminosos ou sonoros, divulga idéias, marcas, produtos ou serviços, identificando ou promovendo estabelecimentos, instituições, pessoas ou coisas, assim como oferta de benefícios;

VIII - área de exposição - superfície disponível para a colocação do anúncio;

I X - área do Anúncio - área da superfície do menor paralelogramo que contém o anúncio;

X - área total do Anúncio - soma das áreas das superfícies que contém o(s) anúncio(s);

XI - cobertura da edificação - área situada acima do teto do último pavimento;

XII - edificação - construção acima ou abaixo da superfície de um terreno, de estruturas físicas que possibilitam a instalação e o exercício de atividades humanas;

- XIII - empena - fachada (s) que não apresenta (m) envasadura(s);
- XIV - evento de curta duração - aquele com duração máxima de 10 (dez) dias;
- XV - fachada - qualquer das faces externas de uma edificação;
- XVI - fachada principal - face(s) externa(s) da edificação, voltada(s) para logradouro(s) público(s);
- XVII - galeria - espaço de livre acesso público, destinado à circulação de pedestres, em área externa ou interna das edificações;
- XVIII - grafismo artístico - painel mural contendo ilustração artística elaborada por artista renomado ou profissional qualificado;
- XIX - imóveis e bens significativos - paisagens, monumentos e edificações de interesse cultural e ambiental;
- XX - imóvel edificado - é aquele ocupado total ou parcialmente com edificação de caráter permanente;
- XXI - imóvel não edificado - é aquele não ocupado ou ocupado parcialmente com edificação de caráter transitório como: estacionamento, drive-in, circo, stand, etc.;
- XXII - local exposto ao público - qualquer área, construção ou edificação, pública ou privada, onde sejam visualizados anúncios;
- XXIII - logradouro público - espaço livre, reconhecido pela municipalidade, destinado ao trânsito, tráfego, comunicação ou lazer público;
- XXIV - marca registrada - título, nome ou logomarca registrado no INPI - Instituto Nacional de Propriedade Industrial;
- XXV - marquise - elemento da edificação, construído em balanço em relação à fachada, destinado à cobertura e proteção de transeuntes;
- XXVI - meios - são os canais que transmitem às mensagens;
- XXVII - mensagem - é o uso organizado de sinais que servem de suporte à comunicação, sendo transmitida através de anúncio;
- XXVIII - paisagem Urbana - é a configuração resultante da contínua e dinâmica interação entre os elementos naturais, os elementos criados e edificados e o homem, em permanente referência de escala, forma, função e movimento.
- XXIX - publicidade ou propaganda - é qualquer forma de propagação de idéias, marcas, produtos, mercadorias ou serviços;

XXX - quadro - superfície disponível para a colocação do anúncio;

XXXI - quota de anúncio - coeficiente, diferenciado segundo a tipologia da edificação, que multiplicado pela largura da(s) fachada(s) principal (ais), expressa(s) em metro linear, fornece a área máxima a ser utilizada pelo engenheiro, em m² (metros quadrados);

XXXII - recuo da edificação - distância, medida em projeção horizontal, entre as partes mais avançadas da edificação e as divisas do terreno ou lote;

XXXIII - recuo obrigatório - é o recuo estabelecido na legislação municipal para as edificações de determinada zona ou via;

XXXIV - testada(s) do(s) terreno(s) - divisa(s) do terreno, lindeira com o(s) logradouro(s) público(s) que lhes dão acesso;

XXXV - totem - peça monolítica em sua aparência, destinada exclusivamente à identificação do estabelecimento;

XXXVI - visibilidade - a possibilidade de visualização de uma mensagem exposta em espaço externo ou interno da edificação.

XXXVII - letreiro - mensagem que indica a denominação social de pessoas físicas ou jurídicas, o seu logotipo, nome fantasia, endereço físico ou eletrônico, telefone e/ou o exercício de atividade no imóvel sobre o qual se instalem;

XXXVIII - mensagem publicitária - qualquer comunicação visual, por imagem, desenho, símbolo ou escrito, destinada a difundir ao público marcas, símbolos ou qualquer tipo de informação sobre produtos ou serviços, com a finalidade de promover, direta ou indiretamente, o conhecimento, o consumo ou a contratação de bens móveis ou imóveis ou de serviços;

TÍTULO II

CARACTERIZAÇÃO DOS MEIOS DE PUBLICIDADE

CAPÍTULO I

CARACTERÍSTICAS

Art. 4º Os meios publicitários caracterizaram-se segundo:

I - a mensagem;

II - o suporte;

III - a duração;

IV - a apresentação;

V - a mobilidade;

VI - a animação;

VII - a complexidade.

Art. 5º A mensagem pode ser:

I - identificadora - aquela que identifica o nome e/ou a atividade principal exercida no local de funcionamento do estabelecimento;

II - publicitária - aquela que divulga exclusivamente propaganda;

III - mista - aquela que transmite mensagem orientadora, institucional ou identificadora, associada à mensagem publicitária;

IV - indicativa ou orientadora - aquela que contém orientações ou serviços das instituições públicas, podendo ser indicadores de logradouros, direção de bairros, parada de coletivos, hora e temperatura, e outros;

V - institucional - aquela que transmite informações do poder público, organismos culturais, entidades representativas da sociedade, entidades beneficentes e similares, sem finalidade comercial.

Art. 6º O suporte pode ser:

I - preexistente - são as superfícies existentes que podem ser utilizadas com a função de sustentação dos anúncios;

II - autoportante - são estruturas autônomas, construídas especialmente para a sustentação dos anúncios.

Art. 7º Duração - diz respeito ao período de continuidade dos meios de publicidade, podendo ser:

I - permanente - meio com características duradouras, que permanece em um mesmo local, por período superior a 30 (trinta) dias, independente da periodicidade dos anúncios que lhes são aplicados;

II - provisório - meio de caráter temporário, com permanência de no máximo 30 (trinta) dias, exceto painel imobiliário, tapume e protetor de obra.

Art. 8º Apresentação - é a característica que diz respeito ao aspecto como a mensagem é mostrada:

I - não iluminado - meio que não dispõe de qualquer fonte de iluminação;

II - iluminado - meio dotado de iluminação a partir da fonte própria, interna, externa ou projetada.

Art. 9º Mobilidade - é a característica que se relaciona com o deslocamento:

I - fixo - meio que não pode ser deslocado;

II - móvel - meio que pode ser deslocado em bases móveis.

Art. 10. Animação - é a característica relativa à movimentação das mensagens:

I - estático - meio cujas mensagens não são dotadas de qualquer movimento;

II - dinâmico - meio que apresenta alguma forma de movimento mecânico, elétrico, eletrônico, eólico ou hidráulico.

Art. 11. Complexidade - diz respeito as características técnico funcionais dos meios:

I - simples - meio que, devido às suas características técnicofuncionais, não oferece riscos à população;

II - especial - meio que oferece riscos potenciais à população, seja por suas dimensões, por apresentar dispositivos mecânicos, elétricos ou eletrônicos, apresentando uma das seguintes características:

a) disponha de área de exposição por face superior à 30,00m² (trinta metros quadrados);

b) possua dispositivos mecânicos, elétricos, eletrônicos, eólicos ou hidráulicos;

c) iluminado com tensão superior à 220 (duzentos e vinte) volts;

d) que utilize gás no seu interior;

e) que possua acréscimos laterais, frontais ou com animação dinâmica durante o período de exibição do anúncio.

CAPÍTULO II CLASSIFICAÇÃO

Art. 12. Para efeito desta Lei os Meios são classificados em:

I - engenhos;

a) letreiro;

b) outdoor;

c) painel;

- d) bóia/fiutuante;
- e) balão, outros infiáveis e similares;
- f) faixa rebocada por avião;
- g) porta faixas;
- h) galhardete/estandarte;

II - outros:

- a) torre de caixa d`água;
- b) toldo;
- c) veículos;
- d) equipamentos ambulantes;
- e) muro;
- f) empena;
- g) tapume;
- h) folheto, prospecto, boné, abano e similares;
- i) audiovisual;
- j) mobiliário urbano.

CAPÍTULO III

DA OBRIGAÇÃO PRINCIPAL E DO CADASTRO

Art. 13. A exibição de qualquer comunicação visual na paisagem urbana, bem como da respectiva estrutura ou suporte de sustentação e do meio ou instrumento de veiculação, depende de licença prévia do órgão competente da municipalidade, encaminhada mediante requerimento do interessado.

§ 1º A exibição de qualquer mensagem poderá ser promovida por empresa do ramo, desde que cadastrada no órgão competente.

§ 2º O cadastro será feito mediante requerimento com as seguintes especificações:

I - nome da empresa e local de funcionamento da sede, de sua filial, sucursal, franquias ou agência no Município, quando houver;

II - número de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica - CNPJ, do Ministério da Fazenda;

III - cópia do contrato social da empresa ou do contrato com a franqueadora.

Art. 14. O pedido de licença para comunicação visual deverá ser dirigido ao órgão municipal competente, instruído com os seguintes documentos:

I - requerimento-padrão onde conste:

a) nome da empresa para a qual será instalada a comunicação visual, com seu número do Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica - CNPJ, da inscrição

municipal, do cadastro imobiliário, a localização e comprimento da fachada do imóvel;

b) assinatura do representante legal do solicitante.

II - projeto de instalação contendo:

a) especificação do equipamento;

b) dimensões;

c) altura em relação ao nível do passeio;

d) disposição em relação à fachada ou ao terreno;

e) sistema de fixação e iluminação;

f) inteiro teor dos dizeres;

III - autorização do proprietário do imóvel, quando de terceiros;

IV - termo de responsabilidade técnica ou Anotação de Responsabilidade Técnica - ART, quanto à segurança da instalação e fixação, sempre que houver estrutura de sustentação, assinado pela empresa fabricante, pela instaladora e pelo proprietário da comunicação visual.

TÍTULO III

DISPOSIÇÕES GERAIS

Art. 15. Fica proibida a colocação de qualquer meio ou exibição de anúncio, seja qual for sua finalidade, forma ou composição nos seguintes casos:

I - quando utilize incorretamente o vernáculo, exceto na veiculação de marcas registradas;

II - quando favoreça ou estimule qualquer espécie de ofensa ou discriminação racial, sexual, social ou religiosa;

III - quando contenha elementos que possam induzir à atividades criminosas ou ilegais, ao uso de drogas, à violência, ou que possam favorecer, enaltecer ou estimular tais práticas;

IV - quando considerado atentatório, em linguagem ou alegoria, à moral pública e aos bons costumes;

V - quando promova produtos proibidos;

VI - quando contrarie a legislação ordinária, especialmente a legislação eleitoral, penal, o Código de Defesa do Consumidor - CDC e o Código de Trânsito Brasileiro - CTB;

VII - quando impeça ou comprometa, mesmo que parcialmente, a visualização de imóveis e outros bens significativos;

VIII - quando prejudique a insolação ou a aeração da edificação em que estiver colocado ou das edificações vizinhas;

IX - quando comprometa direitos de terceiros;

X - em obras d'arte, como sejam: viadutos, pontes, túneis, elevados, passarelas, cais e semelhantes, ainda que de domínio estadual ou federal;

XI - em áreas públicas, exceto nas condições estabelecidas nesta Lei;

XII - quando, devido às suas dimensões, formas, cores, luminosidade ou por qualquer outro motivo, prejudique a perfeita visibilidade e compreensão dos sinais de trânsito e de combate a incêndio, a numeração imobiliária, a denominação dos logradouros e outras mensagens destinadas à orientação do público;

XIII - em qualquer árvore ou poste de sinalização de trânsito ou de iluminação pública, excetuando-se as situações previstas nesta Lei;

XIV - nas partes externas de hospital, pronto-socorro e posto de atendimento médico, exceto os identificadores e os de eventos relacionados com a área da saúde;

XV - nas áreas de preservação permanente, conforme estabelecido na Constituição estadual e nos casos previstos na legislação municipal;

XVI - em monumentos tombados pela União, Estado ou Município, exceto quando autorizado pelas instituições das respectivas esferas de poder;

XVII - em edificações de uso exclusivamente residencial, exceto nos casos previstos nesta Lei;

XVIII - na pavimentação das vias e nos meios-fios;

XIX - em praças, calçadas, calçadões e jardins, exceto nos casos previstos neste;

XX - nas praias e áreas definidas nesta Lei, exceto:

- a) quando em eventos culturais ou esportivos de curta duração;
- b) por motivos institucionais;
- c) sob a forma de patrocínio, condicionado ao interesse público;
- d) em se tratando de letreiro identificador e misto em suporte preexistente;
- e) em elementos do mobiliário urbano;
- f) em suporte autoportante, quando por qualquer razão não for possível a utilização de base existente, caso em que a área deverá estar inscrita em um quadrado com 0,60cm (sessenta centímetros) de lado, no máximo.

XXI - em cobertura e apoiados diretamente na marquise de edificações;

XXII - sem acabamento final adequado em todas as suas superfícies ou que não esteja bem conservado, no que tange a estabilidade, resistência dos materiais e aspecto visual, ou que não ofereça condições de segurança ao público;

XXIII - quando colado ou pintado nas colunas, paredes e demais partes externas da edificação, excetuando-se as situações previstas nesta Lei;

XXIV - nas margens de rios, lagos, lagoas e represas, a uma distância inferior à 30,00m (trinta metros) da linha da cheia máxima;

XXV - nos canais, a uma distância inferior a 15,00m (quinze metros) da linha da cheia máxima;

XXVI - nas partes internas e externas de cemitérios, exceto o letreiro identificador;

XXVII - em cavaletes ou similares, nos logradouros públicos, exceto nas situações previstas nesta Lei;

XXVIII - em equipamentos contra incêndio;

XXIX - sempre que prejudique a paisagem natural e construída ou a perspectiva visual;

XXX - em posição que venha obstruir a visualização de engenhos já existentes;

XXXI - faixas veiculando mensagens e afixadas em suportes preexistentes dos estabelecimentos ou em áreas públicas;

XXXII - mensagens publicitárias nas áreas comuns de grupos de lojas, centros comerciais e shopping center, exceto nas situações previstas no art. 25 desta Lei;

XXXIII - afixada em edificações residenciais ou distando destas menos de 6,00m (seis metros), da rede elétrica de iluminação pública;

XXXIV - por meio de faixas e similares, sobre as vias públicas;

XXXV - ao ar livre em base de espelho;

XXXVI - sem prejuízo as demais normas desta Lei, em desacordo com recuos mínimos exigidos em vias arteriais e coletoras no que se refere a outdoor e painel.

Art. 16. Considera-se Extraordinário, qualquer meio, exceto gradis, letreiro identificador e misto em suporte preexistente, nos seguintes casos:

I - em canteiro divisor de avenidas e ruas;

II - em Áreas de Proteção Cultural e Paisagística (APCP);

III - em Áreas de Proteção aos Recursos Naturais (APRN);

IV - em Parques;

V - a menos de 100,00m (cem metros) de túneis, passarelas, viadutos e obras de arte;

VI - em empena;

VII - que utilize grafismos artísticos diretamente às superfícies, exceto quando em tapume e protetor de obras;

VIII - que altere ou componha a fachada da edificação;

IX - em lotes com testada superior à 80,00m (oitenta metros) tratando-se de letreiros autoportantes;

X - outras situações:

- a) em embarcações marítimas;
- b) audiovisual;
- c) adereço;
- d) veículo para show;
- e) ônibus;
- f) outras não previstas.

Art. 17. Quando enquadrado como extraordinário, nos termos do artigo anterior, a análise do meio deverá ser efetuada com base nas normas estabelecidas nesta Lei e na análise de interferência:

§ 1º A análise de interferência de que trata o caput deste artigo será efetuada com base nos seguintes critérios:

- a) danos causados à terceiros;
- b) danos ao meio antrópico, natural e urbanizado;
- c) danos à circulação.

§ 2º A análise de interferência deverá ser realizada por uma comissão constituída através de Decreto, composta por, no máximo, 05 (cinco) técnicos, sendo 01 (um) indicado pela Diretoria de Gestão Urbana, que a presidirá, 01 (um) indicado pela Secretaria Municipal de Planejamento, Ciência, Tecnologia e Inovação - SEPLANCTI, 01 (um) indicado pela Divisão de Imagem Urbana, 02 (dois) indicados pelo Poder Executivo Municipal, dos quais 01 (um) será escolhido de uma lista tríplice apresentada pela ABAP e um (1) integrante do Poder Legislativo Municipal, a ser indicado pelo Presidente da Casa Legislativa.

TÍTULO IV
DISPOSIÇÕES ESPECÍFICAS

CAPÍTULO I
DO LETREIRO

Art. 18. Letreiro é o engenho com as seguintes características:

- I - mensagem: identificadora ou mista;
- II - suporte: preexistente ou autoportante;
- III - duração: permanente;
- IV - apresentação: iluminado ou não iluminado;
- V - mobilidade: fixo;
- VI - animação: estático ou dinâmico;
- VII - complexidade: simples ou especial.

Art. 19. Nos letreiros enquadrados como mistos, a publicidade associada ao nome do estabelecimento não poderá ultrapassar 1/3 (um terço) da área do anúncio e deverá se referir exclusivamente aos produtos e serviços correlatos com a atividade principal do estabelecimento.

SEÇÃO I
EM SUPORTES PREEXISTENTES

Art. 20. Os suportes preexistentes para letreiros são;

- I - fachada(s) principal(is);
- II - empena.

Art. 21. O letreiro afixado diretamente em fachada deverá atender as seguintes exigências:

I - edificações com recuo:

a) quando afixado em posição paralela à fachada, inclusive sob marquise, deverá dispor de altura mínima de 2,30m (dois metros e trinta centímetros) e sua projeção ou avanço em relação à fachada não poderá ser superior à 0,50 (cinquenta) centímetros;

b) quando afixado em posição oblíqua ou perpendicular à fachada deverá dispor de altura mínima de 2,50m (dois metros e cinquenta centímetros) e sua projeção ou avanço em relação a fachada não poderá ser superior a

1,00m (um metros), inclusive sob marquise;
c) quota de anúncio de 1 (um).

II - edificações sem recuo:

- a) quando afixado em posição paralela à fachada, mesmo sob marquise, com altura mínima de 2,30m (dois metros e trinta centímetros) e projeção máxima ou avanço em relação à edificação de 0,20m (vinte centímetros);
- b) quando afixado em posição perpendicular ou oblíqua à fachada, deverá dispor de altura mínima de 2,50 (dois metros e cinquenta centímetros), sua projeção ou avanço em relação à edificação não poderá ser superior a 1/3 (um terço) da largura do passeio e deverá estar inscrito em um quadrado de 0,60m (sessenta centímetros) de lado, no máximo.
- c) a quota de anúncio será de 0,6 (zero vírgula seis), quando afixado em posição paralela à fachada.

Parágrafo Único - A critério da Diretoria de Gestão Urbana - DGU, o letreiro poderá ser pintado ou colado diretamente em fachada, respeitadas as demais exigências desta Lei.

Art. 22. O cálculo da área do letreiro será efetuado tomando-se por base a fachada na qual o mesmo irá ser fixado.

Parágrafo Único - Quando se tratar de lotes de esquina aplica-se a norma estabelecida no caput deste artigo.

Art. 23. O letreiro em empena será analisado de acordo com o estabelecido para o meio enquadrado como extraordinário, associado às exigências estabelecidas nesta Lei.

SEÇÃO II

EM SUPORTE AUTOPORTANTE

Art. 24. Ao letreiro em suporte autoportante aplicam-se as seguintes exigências:

I - deverão localizar-se na área de recuo do lote no qual se situa o estabelecimento, não sendo permitido a redução do número de vagas de estacionamento, bem como a redução da área de circulação de pedestres.

II - para o cálculo da área do letreiro deverão ser adotados os seguintes critérios:

- a) os lotes com testada inferior à 10,00m (dez metros) b. nos lotes com testada > 10,00m até 30,00m (maior do que dez até trinta metros) a área máxima do letreiro não poderá ultrapassar 2,00m² (dois metros quadrados), com altura máxima de 5,00m (cinco metros) em relação à cota de implantação;
- c) nos lotes com testada > 30,00m até 50,00m (maior do que trinta até

cinquenta metros) a área máxima do letreiro não poderá ser superior a 5,00m² (cinco metros quadrados), com altura máxima de 7,00m (sete metros) em relação à cota de implantação;

d) nos lotes com testada > 50,00m até 80,00m (maior do que cinquenta até oitenta metros) a área máxima do letreiro não poderá ultrapassar 12,00m² (doze metros quadrados), com altura máxima de 10,00m (dez metros) em relação à cota de implantação;

e) nos lotes com testada acima de 80,00m (oitenta metros), o letreiro se enquadra como Extraordinário.

III - no caso de haver projeção do letreiro sobre o passeio, a altura mínima das partes avançadas não poderá ser inferior a 2,50m (dois metros e cinquenta centímetros) e sua projeção não poderá ser superior a 1/3 (um terço) da largura do passeio, não podendo ultrapassar de 1,00m (um metro);

IV - os identificadores tipo Totem poderão receber acréscimo da área de exposição de até 50% (cinquenta por cento).

Parágrafo Único - Admite-se a aplicação de letreiro em suporte autoportante, em lotes com testada inferior a 10,00m (dez metros), desde que afixado em posição paralela ao eixo do logradouro público e limitado ao alinhamento das edificações limdeiras, quando a altura mínima será de 2,30 (dois metros e trinta centímetros) e altura máxima de 3,50 (três metros e cinquenta centímetros), não sendo permitido, neste caso, outro letreiro em base preexistente.

SEÇÃO III

EM EMPREENDIMENTOS DIVERSOS

Art. 25. Associam-se às normas estabelecidas nas Seções I e II, do Capítulo I - Título IV, normas complementares aplicáveis às categorias e subcategorias dos seguintes empreendimentos e ou atividades:

I - shopping-Center:

a) o suporte preexistente corresponde às fachadas, que ficam restritas à identificação do empreendimento shopping center e dos estabelecimentos de grande porte, como as lojas âncora;

b) o suporte autoportante poderá ser utilizado exclusivamente para a identificação do empreendimento shopping-center;

II - centros comerciais/grupo de lojas/centros empresariais/edifício de escritórios e lojas:

a) o suporte preexistente corresponde à fachada principal, que deverá conter exclusivamente a identificação do Centro Comercial/Grupo de Lojas/Centros Empresariais/ Edifício de Escritórios e Lojas;

b) as lojas, com acesso direto pela fachada principal, terão direito à

Letreiro identificador afixado paralelamente a esta e com quota de anúncio igual à 1 (um) para as edificações com recuo e 0,6 (zero vírgula seis) para as edificações sem recuo;

c) as lojas com acesso através de galeria interna e/ou das fachadas laterais terão direito a letreiro identificador, afixado paralelamente ao paramento de acesso direto às mesmas e com quota de anúncio igual a 1 (um);

d) em se tratando de centros comerciais/grupo de lojas o letreiro autoportante poderá apresentar a forma cooperada, contendo o nome do centro comercial/grupo de lojas e dos demais estabelecimentos, excetuando-se aqueles com acesso direto pela fachada principal;

e) em se tratando de centros empresariais/edifício de escritórios e lojas o letreiro autoportante poderá apresentar a forma cooperada, contendo o nome do centro empresarial/edifício de escritórios e lojas e dos estabelecimentos localizados exclusivamente no pavimento térreo e sobreloja;

f) o suporte autoportante quando não utilizado de forma cooperada, poderá ser utilizado exclusivamente para a identificação do empreendimento.

III - postos de abastecimento/revendas e concessionárias:

a) o suporte preexistente, que corresponde às fachadas, poderá conter exclusivamente a identificação da marca representada e/ou o nome do estabelecimento;

b) os preços, de exposição obrigatória por órgão federal, poderão ser exibidos em suportes autoportantes, de uso específico para este fim, vedado o anúncio de produtos;

c) para as lojas de conveniência aplicam-se os dispositivos desta Lei, referente à letreiros afixado diretamente em fachadas;

IV - supermercados /lojas de materiais de construção e similares:

a) o suporte preexistente, que corresponde à fachada principal, e o autoportante só poderão conter o nome e/ou a marca do estabelecimento;

b) admite-se o letreiro misto e outros meios de veiculação de propaganda, com posicionamento restrito à área de projeção da cobertura.

V - drive - thru:

a) será permitido letreiro autoportante, somente para a exposição de produtos ou serviços e seus respectivos preços.

CAPÍTULO II DO OUTDOOR

Art. 26. Outdoor é o engenho constituído de materiais duráveis, podendo dispor de dupla face, destinado à colagem de folhas substituíveis, com alta rotatividade de mensagens, possuindo ainda as seguintes características:

I - mensagem: publicitária, institucional ou mista;

II - suporte: autoportante;

III - duração: permanente;

IV - apresentação: iluminado ou não iluminado;

V - mobilidade: fixo;

VI - animação: estático ou dinâmico;

VII - complexidade: simples ou especial.

Art. 27. Sem prejuízo das demais normas desta Lei, ao outdoor aplicam-se as seguintes exigências:

I - sua localização somente será permitida em imóveis voltados para as vias enquadradas como Arterial I (VA-I), Coletora I (VC-I), nos casos previstos nesta Lei;

II - quando voltado para via arterial I (VA-I), deverá ser confeccionado em estrutura metálica;

III - poderá ser instalado em imóveis edificadas ou não edificadas, respeitado o afastamento mínimo de 5,00m (cinco) metros para qualquer edificação;

IV - quando instalado em imóvel voltado para logradouro em processo de ocupação já consolidado, o recuo frontal será o mesmo das edificações lindeiras, respeitado o recuo mínimo de 1,50m (um metro e cinquenta centímetros);

V - quando instalado em imóvel voltado para logradouro em processo de ocupação incipiente, deverá observar o recuo frontal mínimo de 1,00m (um metro) contado do limite interno do passeio;

VI - deverá dispor de molduras retas, sem recortes, com largura de 0,16m (dezesseis centímetros) a 0,20 m (vinte centímetros), e 0,05m (cinco centímetros) nas estruturas de madeira e metálicas respectivamente, cantos em meia esquadria, na cor característica de cada empresa;

VII - a estrutura quando metálica deverá ser com um único tubo em aço com o diâmetro mínimo de 300mm (trezentos milímetros) pintados na cor preta ou cinza;

VIII - deverá dispor de altura máxima de 7,00m (sete) metros em relação à cota de implantação, salvo nos terrenos em declive, quando a altura máxima será medida em relação ao meio fio que lhe for fronteiro;

IX - a área máxima do quadro não poderá ultrapassar 27,00m² (vinte e sete) metros quadrados), ou seja, 9m x 3m (nove metros de largura por três metros de altura);

X - admite-se o agrupamento composto de no máximo 03 (três) unidades, sempre do mesmo concessionário;

XI - o afastamento entre outdoors de um mesmo agrupamento não poderá ser superior a 2,00m (dois metros);

XII - o afastamento entre agrupamentos e/ou unidades isoladas e/ou entre outdoors e Painéis não poderá ser inferior a 100,00 m (cem metros);

XIII - a posição relativa em relação ao eixo da via deverá ser de no máximo 45° (quarenta e cinco graus);

XIV - quando iluminado, não será exigido a moldura e a instalação elétrica deverá ser embutida em tubulação apropriada;

XV - o nome do concessionário, sua logomarca e o número da licença, em letras de 11cm (onze centímetros) de altura, na cor preta, deverão constar em plaqueta branca com 70x35cm (setenta centímetros de comprimento por trinta e cinco centímetros de altura), que deverá nas estruturas em aço estar localizada na base superior, sempre voltada para a via;

XVI - será exigida autorização para todas as faces exploradas e para aquelas visíveis e não explorada será exigido tratamento estético;

XVII - todas as peças publicitárias de bebidas alcoólicas, deverão obrigatoriamente conter a seguinte frase: - "SE BEBER, NÃO DIRIJA"- inscrita em retângulo que ocupe no mínimo uma área correspondente a 5% (cinco por cento) da dimensão total do outdoor.

CAPÍTULO III DO PAINEL

Art. 28. Painel é o engenho com as seguintes características:

I - mensagem: publicitária, institucional, orientadora ou mista;

II - suporte: preexistente ou autoportante;

III - duração: permanente ou provisório;

IV - apresentação: iluminado ou não iluminado;

V - mobilidade: fixo;

VI - animação: estático ou dinâmico;

VII - complexidade: simples ou especial.

SEÇÃO I

EM SUPORTES PREEXISTENTES

Art. 29. Os suportes preexistentes para Painel são:

I - muro;

II - palanque;

III - palco;

IV - empena.

Art. 30. Ao painel afixado em palanque e palco, denominado de porta-cartaz e considerado provisório, aplicam-se as seguintes exigências:

I - poderá veicular mensagens institucionais ou mistas e publicitárias;

II - o anúncio deverá ser afixado paralelamente à base dos palanques e palcos;

III - a base do painel deverá dispor da espessura máxima de 0,10cm (dez centímetros), não podendo ultrapassar os limites do palanque e palco.

Art. 31. A placa de identificação de atividade exercida em imóvel residencial uni domiciliar, deverá dispor de dimensões máximas de 0,60mx0,30m (sessenta centímetros de comprimento por trinta centímetros de altura) e será isenta de autorização.

SEÇÃO II

EM SUPORTES AUTOPORTANTES

Art. 32. São considerados autoportantes:

I - backlight;

II - frontlight;

III - triface;

IV - eletrônico publicitário;

V - orientadores;

VI - outros.

Art. 33. Sem prejuízo das demais normas desta Lei, aplicam-se ao outdoor iluminado e aos painéis tipo backlight, frontlight, triface e eletrônico publicitário em suportes autoportantes, as seguintes exigências:

I - sua localização somente será permitida em imóveis voltados para vias enquadradas como, arterial I (VA-I), e coletora I (VC-I);

II - poderão ser instalados em imóveis edificadas ou não edificadas, respeitado o afastamento mínimo de 5,00m (cinco metros) para qualquer edificação;

III - quando instalados em imóvel voltado para logradouro em processo de ocupação já consolidado, o recuo frontal será o mesmo das edificações lindas, respeitado o recuo mínimo de 1,50m (um metro e cinquenta centímetros);

IV - quando instalados em imóvel voltado para logradouro em processo de ocupação incipiente, deverá observar o recuo frontal mínimo de 1,00m (um metro) contado do limite interno do passeio;

V - deverá dispor de altura máxima de 9,00m (nove) metros em relação à cota de implantação, salvo nos terrenos em declive, quando a altura máxima será medida em relação ao meio-fio que lhe for fronteiro;

VI - o quadro deverá dispor de área máxima de 32,00m² (trinta e dois) metros quadrados, com largura máxima de 9,00m (nove) metros.

VII - admite-se agrupamento de painel frontlight, sempre do mesmo concessionário, composto de no máximo 03 unidades, com afastamento máximo entre si de 2,00m (dois) metros, todos com altura máxima de 7,00m (sete) metros em relação à cota de implantação, dispondo cada uma das unidades de quadro com área máxima de 27,00m² (vinte e sete) metros quadrados;

VIII - o afastamento entre agrupamentos, unidades isoladas e/ou entre unidades isoladas e agrupamento de painéis não poderá ser inferior a 300,00m (trezentos) metros;

IX - o afastamento entre painéis e/ou agrupamento de painéis frontlight e outdoor ou agrupamento de outdoor não poderá ser inferior a 100,00m (cem) metros;

X - a posição relativa em relação ao eixo da via deverá ser de no máximo 45° (quarenta e cinco graus), quando dispuser de quadro com largura superior a 5,00m (cinco metros);

XI - só poderão divulgar anúncios com mensagens publicitárias, institucionais ou mistas;

XII - quando iluminado, toda a instalação elétrica deverá ser embutida em tubulação apropriada;

XIII - será exigida autorização para todas as faces exploradas e para aquelas visíveis e não exploradas será exigido tratamento estético;

XIV - o nome do concessionário e o número da licença serão em letras de 0,09m (nove) centímetros de altura, na cor preta, deverão constar em plaqueta branca com 60cmx30cm (sessenta centímetros de comprimento por trinta centímetros de altura) afixada no suporte do painel, no sentido horizontal e voltada para a via, conforme especificação;

XV - deverão localizar-se na área de recuo do lote no qual se situa o estabelecimento, não sendo permitido a redução do número de vagas de estacionamento, bem como a redução da área de circulação de pedestres;

Art. 34. Ao painel eletrônico publicitário, enquadrado como especial, aplicam-se as normas estabelecidas nos artigos anteriores desta seção, associadas às seguintes exigências:

I - sua localização somente será permitida em imóveis voltados para vias enquadradas como arterial I (VA-I);

II - a área máxima do quadro não poderá ultrapassar 40,00m² (quarenta metros quadrados);

III - o afastamento mínimo entre painéis eletrônicos não poderá ser inferior a 500,00m (quinhentos) metros.

Art. 35. São painéis orientadores as placas de sinalização viária, turística e outras placas indicativas, consideradas como de interesse público.

Art. 36. Ao painel provisório, aplicam-se as seguintes exigências:

I - quando em canteiro de obras:

- a) só poderá permanecer instalado durante o período de duração das obras;
- b) a área máxima permitida será de 8,00m² (oito metros) quadrados para aquele com mensagem publicitária ou mista;
- c) a mensagem publicitária ou mista, a que se refere a alínea anterior, só poderá veicular os produtos utilizados na obra;
- d) aquele de responsabilidade técnica, será de controle do CREA;
- e) aquele que divulga ou identifica e exclusivamente os empreendimentos em fase de obras, poderá dispor de área máxima de 30,00m² (trinta metros quadrados).

II - os de uso eventual tipo aluga-se, vende-se, deverá dispor de área máxima de 2,00m² (dois metros) quadrados e altura máxima de 3,00m (três) metros, em relação à cota mais elevada do meio fio do imóvel.

CAPÍTULO IV DA BÓIA E DO FLUTUANTE

Art. 37. Bóia/flutuante são engenhos com as seguintes características:

I - mensagem: institucional, publicitária ou mista;

II - suporte: autoportante;

III - duração: provisório;

IV - apresentação: iluminado ou não iluminado;

V - mobilidade: fixa;

VI - animação: estática ou dinâmica;

VII - complexidade: simples ou especial.

Art. 38. Só poderão ser instalados em locais previamente estabelecidos pela Prefeitura, atendendo as seguintes exigências:

I - dependem de autorização prévia da Capitania dos Portos de Salvador;

II - a sua instalação não poderá ocorrer dentro das faixas de segurança das embarcações e banhistas;

III - o órgão responsável pela autorização deverá definir:

a) o local de ancoramento;

b) o tipo de embarcação a ser utilizada para reboque.

CAPÍTULO V DO BALÃO E DO INFLÁVEL

Art. 39. Balão/inflável são engenhos com as seguintes características:

I - mensagem: publicitária, institucional ou mista;

II - suporte: autoportante;

III - duração: provisório;

IV - apresentação: iluminado ou não iluminado;

V - mobilidade: fixo;

VI - animação: estático ou dinâmico;

VII - complexidade: especial.

Art. 40. Aplicam-se à balão/infiável às seguintes exigências:

I - sua utilização se restringe os eventos ocasionais como inaugurações, exposições, lançamentos e similares;

II - deverão ser presos em cabos de aço e isolantes elétricos;

III - o uso de gás inflamável não será permitido;

IV - o órgão responsável pela autorização deverá definir a altura máxima, de forma a assegurar as condições de segurança do entorno.

CAPÍTULO VI

DA FAIXA REBOCADA POR AVIÃO

Art. 41. Faixa rebocada por avião é o engenho com as seguintes características:

I - mensagem: publicitária, institucional ou mista;

II - suporte: autoportante;

III - duração: provisório;

IV - apresentação: não iluminado;

V - mobilidade: móvel;

VI - animação: estático;

VII - complexidade: especial.

Art. 42. Sem prejuízo da autorização do órgão competente do Município, o uso de faixa rebocada por avião depende de prévia autorização do Departamento de Aviação Civil - DAC

CAPÍTULO VII

DO PORTAS-FAIXA

Art. 43. Portas-faixa é o engenho destinado à colocação de faixas removíveis e com as seguintes características:

I - mensagem: publicitária, institucional ou mista;

- II - suporte: autoportante;
- III - duração: permanente;
- IV - apresentação: não iluminado;
- V - mobilidade: fixo;
- VI - animação: estático;
- VII - complexidade: simples.

Art. 44. O portas-faixa só poderá ser instalado em locais particulares, atendendo as seguintes exigências:

- I - para cada local será permitida a instalação de apenas 01 (um) portas-faixa, não sendo permitido a formação de "grupo de portas-faixa";
- II - deverá dispor de desenho padronizado, parte integrante desta Lei, comportando no máximo 03 (três) com dimensões padronizadas de 5,00m x 0,80m (cinco metros de comprimento por oitenta centímetros) de altura.

CAPÍTULO VIII

DO GALHARDETE, DO ESTANDARTE, DA FLÂMULA E SIMILARES

Art. 45. Galhardete, estandarte, fiâmula e similares são engenhos destinados a veicular mensagem de eventos de curta duração e com as seguintes características:

- I - mensagem: publicitária, institucional ou mista;
- II - suporte: preexistente ou autoportante;
- III - duração: provisório;
- IV - apresentação: não iluminado;
- V - mobilidade: fixo;
- VI - animação: estático;
- VII - complexidade: simples.

Art. 46. Quando instalados em área particular, os engenhos a que se refere o artigo anterior terão área máxima de 2,00m² (dois metros) quadrados e poderão ser afixados em suporte preexistente ou autoportante do tipo "porta-galhardete".

Art. 47. Quando instalados em área pública, os engenhos a que se refere o art. 46, só poderão veicular mensagem institucional e cultural, de interesse público, e deverão ser afixados em postes preexistentes.

Parágrafo Único - Quando afixados em postes de iluminação pública, será exigido a autorização da empresa concessionária do serviço e da Secretaria Municipal de Serviços Públicos - SESP.

CAPÍTULO IX DA TORRE DE CAIXA D'ÁGUA

Art. 48. Torre de caixa d'água é o meio com as seguintes características:

- I - mensagem: identificadora;
- II - suporte: preexistente;
- III - duração: permanente;
- IV - apresentação: iluminado ou não iluminado;
- V - mobilidade: fixo;
- VI - animação: estático;
- VII - complexidade: simples.

Art. 49. À torre de caixa d'água aplicam-se as seguintes exigências:

- I - poderá receber pinturas ou películas auto-adesivas aplicadas diretamente sobre sua superfície;
- II - a área a ser utilizada para veiculação de mensagem não poderá ultrapassar 50% (cinquenta por cento) da soma das áreas de suas faces.

CAPÍTULO X DO TOLDO

Art. 50. Toldo é o meio com as seguintes características:

- I - mensagem: identificadora ou mista;
- II - suporte: preexistente;
- III - duração: permanente;
- IV - apresentação: não iluminado;

V - mobilidade: fixo;

VI - animação: estático;

VII - complexidade: simples.

Art. 51. Ao Toldo aplicam-se as seguintes exigências:

I - poderá receber aplicação de pinturas e (ou) películas auto-adesivas;

II - a área do anúncio não poderá ser superior a 10% (dez por cento) da área total do toldo;

III - a altura mínima do seu ponto mais baixo não poderá ser inferior a 2,30m (dois metros e trinta centímetros);

IV - a projeção máxima sobre o passeio não poderá ser superior a 2/3 (dois terços) da largura do mesmo, não podendo exceder a 2,00m (dois) metros;

V - não poderá se apoiar sobre o passeio ou a rua.

CAPÍTULO XI DOS VEÍCULOS

Art. 52. Veículos são meios com as seguintes características:

I - mensagem: publicitária, institucional ou mista;

II - suporte: preexistente;

III - duração: permanente;

IV - apresentação: não iluminado e iluminado;

V - mobilidade: móvel;

VI - animação: estático;

VII - complexidade: simples.

Art. 53. Os veículos nos quais é permitida a utilização para a veiculação de mensagens são:

I - caminhão, caminhonete, reboque e similares e veículos leves;

II - táxis - qualquer que seja a marca do veículo;

III - ônibus;

IV - embarcações.

Art. 54. Aos veículos tipo caminhão, caminhonete, reboque e similares e veículo leve, aplicam-se as seguintes exigências:

I - o anúncio só poderá ser veiculado no espaço correspondente à carroceria;

II - só poderão ser utilizadas películas auto-adesivas, pinturas ou quadros com no máximo 0,03m (três centímetros) de espessura;

III - a propaganda fica limitada à marca, produtos ou serviços da empresa proprietária ou arrendatário do veículo;

IV - admite-se o uso de iluminação unicamente nos veículos destinados a show.

Art. 55. Ao veículo utilizado como "TAXI" aplicam-se as seguintes exigências:

I - fica proibida a aplicação de anúncio em qualquer parte da carroceria e partes envidraçadas;

II - na carroceria só será permitida a pintura oficial do táxi e a marca identificadora de empresa, com dimensões máximas de 0,50mx0,25m (cinquenta centímetros de comprimento por 25 centímetros) de altura;

III - a veiculação de anúncio deverá ser efetuada em elemento próprio instalado exclusivamente na capota do veículo, atendendo às normas estabelecidas pelo Código Nacional de Trânsito - CNT;

IV - o anúncio poderá ser iluminado, desde que com intensidade inferior à das lanternas traseiras.

Art. 56. Ao ônibus será permitida a veiculação de mensagens publicitárias mediante a utilização de películas auto-adesivas e excetuadas as partes envidraçadas, a parte dianteira da carroceria e os espaços destinados à identificação oficial do sistema de transporte urbano, mediante as seguintes condições:

I - Em toda a frota:

a) na traseira da carroceria, onde a área máxima será de 1,00m² (um metro quadrado) com dimensões máximas de 2,00m x 0,50m (dois metros por cinquenta centímetros);

b) na extremidade lateral esquerda, partindo da traseira para a dianteira, onde a área máxima admitida será de 2,10m² (dois metros e dez centímetros quadrados);

c) empresas situadas no município ficam sujeitas a regularização.

Art. 57. Independente do estabelecido neste capítulo, deverão ser respeitadas as normas específicas do Código Brasileiro de Trânsito - CBT devendo a autorização para a exploração da publicidade nos veículos relacionados nesta Lei ser precedida de parecer favorável da Secretaria Municipal de Trânsito e Transportes - SMTT.

Art. 58. À embarcação marítima, ao veículo utilizado para show e ao balão dirigível, enquadrados como meios extraordinários aplicam-se os dispositivos específicos estabelecidos nesta Lei para o meio extraordinário.

CAPÍTULO XII DO EQUIPAMENTO AMBULANTE

Art. 59. Equipamento ambulante é o meio com as seguintes características:

I - mensagem: identificadora, publicitária ou mista;

II - suporte: preexistente;

III - duração: permanente;

IV - apresentação: não iluminado;

V - mobilidade: móvel ou fixo;

VI - animação: estático;

VII - complexidade: simples.

Art. 60. A autorização para veiculação de publicidade em equipamentos ambulantes será precedida de parecer favorável da Secretaria Municipal de Planejamento, Ciência, Tecnologia e Inovação - SEPLANCTI quanto à área e proporção da mensagem publicitária.

CAPÍTULO XIII DO MURO

Art. 61. Muro é o meio com as seguintes características:

I - mensagem: identificadora, publicitária ou mista;

II - suporte: preexistente;

III - duração: permanente;

IV - apresentação: não iluminado;

V - mobilidade: móvel ou fixo;

VI - animação: estático;

VII - complexidade: simples.

Art. 62. Ao muro em terreno baldio aplicam-se as seguintes exigências:

I - será permitido apenas o grafismo artístico, que poderá ocupar até 100% (cem por cento) de sua superfície;

II - a marca ou o nome do patrocinador poderá também figurar, não ultrapassando 10% (dez por cento) da área total do desenho;

III - a área correspondente ao grafismo será isenta de taxas;

IV - o painel, denominado porta-cartaz, não será permitido.

Art. 63. Ao muro em imóveis institucionais aplicam-se as seguintes exigências:

I - em estabelecimentos de ensino:

a) será permitido apenas o grafismo artístico, que poderá ocupar a totalidade da sua superfície;

b) a marca ou o nome do estabelecimento poderá também figurar, não podendo ultrapassar 25% (vinte e cinco por cento) da área total do desenho;

c) a área corresponde ao grafismo será isenta de taxas;

d) o painel, denominado porta-cartaz, não será permitido.

II - nos demais imóveis institucionais, efectuando-se as situações previstas nesta Lei, só poderá ser afixado o painel denominado porta-cartaz, para o qual aplicam-se as seguintes exigências:

a) área máxima de 2,80m² (dois metros e oitenta centímetros quadrados) com dimensão de 2,0x1,40 (dois metros de comprimento por um metro e quarenta centímetros) de altura;

b) poderá compor agrupamento composto de no máximo 3 (três) unidades e com afastamento mínimo entre agrupamentos de 4,0m (quatro) metros;

c) afastamento entre molduras, de um mesmo agrupamento, de no máximo de 0,50m (cinquenta centímetros);

d) poderá veicular exclusivamente mensagens institucionais ou mistas apenas para a divulgação de eventos culturais;

e) poderá receber exclusivamente folhas impressas colocadas diretamente sobre o painel.

Art. 64. a utilização do muro de imóvel de propriedade pública deverá obedecer aos termos desta Lei.

CAPÍTULO XIV DA EMPENA

Art. 65. Empena é o meio com as seguintes características:

- I - mensagem: identificadora ou publicitária;
- II - suporte: preexistente;
- III - duração: permanente;
- IV - apresentação: não iluminado;
- V - mobilidade: fixo;
- VI - animação: estático;
- VII - complexidade: simples ou especial.

Art. 66. À empena aplicam-se as seguintes exigências:

- I - o letreiro, apenas para mensagem identificadora, será permitido, exclusivamente, nas edificações ocupadas integralmente por uma única empresa ou uma "holding";
- II - o cálculo da área do letreiro será efetuado tomando-se por base a fachada na qual o mesmo irá ser fixado.
- III - a mensagem publicitária somente será permitida junto à aplicação do grafismo artístico e em conformidade com as seguintes exigências:
- IV - o nome ou marca do patrocinador não poderá exceder a 5% (cinco por cento) da área total do desenho;
- V - o nome ou marca do patrocinador deverá ser aplicado na base inferior do desenho; considerando engenho extraordinário está sujeito a análise de interferência e o projeto deverá ser analisado pela Comissão de Análise, formada por representantes do Departamento de Gestão Urbana - DGU e da Divisão de Imagem Urbana - DIU.

Art. 67. Na empena de edificação em ruína, somente quando houver recuperação das fachadas, admite-se a utilização de painel para mensagem publicitária e mista.

CAPÍTULO XV DO TAPUME E PROTETOR DE OBRAS

Art. 68. Tapume e protetor de obras são meios com as seguintes características:

- I - mensagem: publicitária;
- II - suporte: preexistente;
- III - duração: provisória;
- IV - apresentação: não iluminado;
- V - mobilidade: fixo;
- VI - animação: estático;
- VII - complexidade: simples ou especial.

Art. 69. Aplicam-se ao tapume e ao protetor de obras as seguintes exigências:

- I - a aplicação direta de pinturas ou películas adesivas só será permitida em 50% (cinquenta por cento) de sua superfície;
- II - a divulgação dos produtos e serviços utilizados será permitida apenas durante a fase execução das obras;
- III - no caso do grafismo artístico, será permitido a utilização de 100% (cem por cento) da sua superfície e o nome ou marca do patrocinador poderá ocupar a área máxima de 50% (cinquenta por cento) desta;
- IV - a área ocupada pelo grafismo artístico será isenta de taxas.

CAPÍTULO XVI DO FOLHETO, PROSPECTO, ABANO E SIMILARES

Art. 70. Folheto, prospecto, abano e similares são meios com as seguintes características:

- I - mensagem: publicitária;
- II - suporte: preexistente ou autoportante;
- III - duração: provisório;
- IV - apresentação: iluminado ou não iluminado;
- V - mobilidade: fixo ou móvel;

VI - animação: dinâmico;

VII - complexidade: especial.

Art. 71. Os meios a que se refere o artigo anterior somente poderão ser distribuídos nos locais e datas estabelecidas na autorização e deverão conter, obrigatoriamente, a seguinte mensagem: "Cidade limpa. Povo civilizado" ou "Não jogue este impresso em via pública".

CAPÍTULO XVII DO ÁUDIO VISUAL

Art. 72. Áudio visual é meio com as seguintes características:

I - mensagem: publicitária;

II - suporte: preexistente ou autoportante;

III - duração: provisório;

IV - apresentação: iluminado ou não iluminado;

V - mobilidade: fixo ou móvel;

VI - animação: dinâmico;

VII - complexidade: especial.

Art. 73. Consideram-se audiovisuais os equipamentos de transmissão visual tais como: filmetes comerciais em seções cinematográficas, vídeos em locais expostos ao público, projetores e efeitos luminosos de qualquer tipo.

CAPÍTULO XVIII DO MOBILIÁRIO URBANO

Art. 74. Mobiliário urbano é o meio com as seguintes características:

I - mensagem: publicitária, identificadora, mista e institucional;

II - suporte: preexistente;

III - duração: provisório/permanente;

IV - apresentação: não iluminado/iluminado;

V - mobilidade: fixo;

VI - animação: estático;

VII - complexidade: simples ou especial.

Art. 75. Os elementos do mobiliário urbano nos quais é permitida a utilização para veiculação de mensagem publicitária, são:

I - conjunto identificador de logradouro (poste de esquina);

II - placa de identificação de logradouro (placa de parede);

III - sinalização turística;

IV - relógio/termômetro;

V - gradil de proteção e orientação;

VI - protetor de árvore;

VII - lixeira;

VIII - abrigo de parada de coletivo;

IX - sanitário público;

X - posto salva-vidas;

XI - posto de informações;

XII - cadeira, mesa, guarda sol.

Art. 76. Os elementos do mobiliário urbano passíveis de utilização para veiculação de mensagem identificadora ou mista, são:

I - barraca de praia;

II - banca de jornal, revista e flores;

III - quiosque.

Art. 77. Para cada elemento do mobiliário urbano, a Prefeitura deverá definir a área, a forma e o material apropriado para a veiculação de publicidade, bem como as regras para a sua exploração.

Art. 78. A publicidade em mobiliário urbano deverá obedecer às exigências desta Lei, referentes à publicidade em imóvel público.

SEÇÃO I

GRADIL DE PROTEÇÃO E ORIENTAÇÃO

Art. 79. Gradil é o meio destinado à proteção e orientação de pedestres e com as seguintes características:

I - mensagem: publicitária, mista, institucional;

II - suporte: preexistente;

III - duração: permanente;

IV - apresentação: não iluminado;

V - mobilidade: fixo;

VI - animação: estático;

VII - complexidade: simples.

Art. 80. A autorização para a instalação de gradil depende de parecer favorável da entidade de Engenharia de Tráfego do Município.

Art. 81. O gradil só poderá ser instalado em locais que se enquadre em uma das seguintes situações:

I - travessias de pedestre em locais de grande movimento;

II - para coibir práticas consolidadas ou inibir a travessia de pedestres em locais inadequados.

Art. 82. Aplicam-se ao gradil as seguintes exigências:

I - deverá dispor de desenho padronizado, na forma estabelecida, nesta Lei;

II - só poderá ser instalado em passeios com largura mínima de 1.50m (um metro e meio), exceto quando por indicação da entidade de tráfego do município;

III - em se tratando da situação prevista no inciso I do artigo anterior, desta Lei, será permitido grupo composto de no máximo seis unidades, sendo quatro unidades com tela e duas unidades com publicidade;

IV - em se tratando da situação prevista no inciso II do artigo anterior, desta Lei, a Secretaria Municipal de Trânsito e Transportes - SMTT deverá fixar o número de unidades e sua distribuição para cada situação, ficando estabelecido uma unidade com publicidade para até dez unidades com tela;

V - quando localizados em esquinas, a Secretaria Municipal de Trânsito e Transporte - SMTT deverá definir a posição do gradil com publicidade,

respeitada a proporcionalidade estabelecida no inciso IV, deste artigo;

VI - a Prefeitura poderá, por sua iniciativa e por período não superior à cento e vinte dias por ano, utilizar-se de dois gradis por grupo de seis para veiculação de publicidade institucional, executada em painel próprio.

VII - identificador de logradouro

SEÇÃO II

Art. 83. Placa de identificação de logradouro é o meio com as seguintes características:

I - mensagem: identificadora;

II - suporte: preexistente;

III - duração: permanente;

IV - apresentação: iluminado ou não iluminado;

V - mobilidade: fixo;

VI - animação: estático;

VII - complexidade: simples.

Art. 84. Independente da hierarquia da via, a placa de identificação de logradouro só poderá se localizar, exclusivamente, em imóvel situado na confluência de vias.

Art. 85. A placa de identificação de logradouro só poderá ser afixada em suporte próprio, denominado conjunto identificador, em fachadas de edificações sem recuo ou em muros com altura superior à 2,80m (dois metros e oitenta) centímetros.

Parágrafo Único - O conjunto identificador, desta Lei, deverá ser instalado em um dos pontos extremos da confluência dos passeios.

Art. 86. A placa de identificação de logradouro afixada em fachada e muro terá o seu padrão definido pela Prefeitura.

Art. 87. A placa de identificação de praças e largos deverá ser definida pela Prefeitura, para cada situação.

TÍTULO V

PROCEDIMENTOS ADMINISTRATIVOS

CAPÍTULO I AUTORIZAÇÃO

Art. 88. A colocação de quaisquer anúncio e engenho publicitário, ainda que localizado em áreas de domínio privado, fica sujeita à liberação, pela Divisão de Imagem Urbana - DIU, do Alvará de Autorização e pagamento das respectivas taxas.

§ 1º As taxas serão calculadas de acordo com o Código Tributário e de Rendas do Município de Lauro de Freitas.

§ 2º Quando a solicitação não se enquadrar nas tabelas do Código Tributário e de Rendas do Município, o cálculo deverá ser efetuado pelo item que guardar maior identidade com aquele solicitado.

Art. 89. A autorização para a instalação de outdoor, painel publicitário autoportante permanente, e a veiculação de mensagem publicitária em veículos, só será concedida quando requerida por empresas de publicidade cadastrada na Divisão de Imagem Urbana - DIU.

Art. 90. A autorização para a instalação de engenhos permanentes será concedida pelo prazo de 1 (um) ano.

Art. 91. O engenho deverá ser instalado no prazo de 30 (trinta) dias, contados a partir da data do deferimento da solicitação, podendo este prazo ser prorrogado por até 60 (sessenta) dias, mediante requerimento e deferimento.

Art. 92. A solicitação do Alvará de Autorização para instalação de engenhos e de outros meios deverá ser acompanhada dos seguintes documentos:

I - para os meios provisórios:

- a) formulário apropriado, devidamente preenchido, no qual o interessado declarará ser de sua exclusiva responsabilidade os elementos que caracterizem perfeitamente o engenho, a quantidade, o prazo e os locais de exibição e em se tratando de impressos deverá ser apresentado o modelo a ser distribuído;
- b) comprovante de pagamentos da taxa correspondente;
- c) em caso de painel de lançamento imobiliário, deverá ser apresentado o alvará de construção.

II - para os meios permanentes:

- a) formulário apropriado, devidamente preenchido, no qual o interessado declarará ser de sua exclusiva responsabilidade o layout da mensagem a ser veiculada;
- b) cópia do Alvará de Localização e Funcionamento;
- c) cópia do Alvará de Construção do Empreendimento quando se tratar de

instalação de obra;

d) em área de terceiros, deverá ser apresentada autorização do proprietário ou dos condôminos, nos termos definidos na convenção do Condomínio, onde fique expressa a permissão para o acesso da fiscalização da Secretaria Municipal de Serviços Públicos - SESP;

e) em veículos de transporte coletivo, deverá ser apresentado Termo de Permissão da Secretaria Municipal de Trânsito e Transportes - SMTT e relação dos veículos a serem utilizados, com identificação da empresa concessionária, e nos demais veículos a apresentação da cópia do IPVA ou contrato de locação do veículo com a Empresa requerente;

f) plantas de situação, localização e croquis do engenho;

g) para os engenhos que dependem de autorização prévia de outros órgãos da Polícia Militar - PM ou outras esferas de governo, as plantas referidas no item anterior deverão ser carimbadas pelos respectivos órgãos, sendo que no caso de gradil e qualquer meio enquadrado como dinâmico, o órgão responsável é a entidade executiva de trânsito do Município;

h) cópia da escritura do terreno e de seu respectivo Imposto Predial e Territorial Urbano - IPTU quando se tratar de outdoor ou painel publicitário, em áreas particulares.

Art. 93. Para o pedido de instalação de engenhos e outros meios enquadrados como Extraordinários aplicam-se, no que couberem, as exigências do artigo anterior desta Lei e serão exigidas plantas de localização, situação, elevação, croquis, layout a cores, em 02 (duas) vias, da área de exposição do anúncio.

Art. 94. Para o pedido de instalação de engenhos e outros meios, enquadrados como especiais, será exigido além do previsto no inciso II, do artigo 88, desta Lei, no que couber:

I - projeto completo assinado por responsável técnico regularmente inscrito no CREA contendo:

a) plantas de localização, de situação, elevações, projeto estrutural, de fundações e de instalações elétricas e mecânicas, se for o caso, em duas vias e escalas adequadas;

b) memorial descritivo das especificações dos materiais a serem utilizados;

c) Anotação de Responsabilidade Técnica - ART do engenho, junto ao CREA.

II - parecer técnico dos órgãos públicos competentes, quando for o caso, como Ministério da Aeronáutica, Ministério da Marinha, DNER, DERBA, dentre outros solicitados pela Secretaria Municipal de Planejamento, Ciência, Tecnologia e Inovação - SEPLANCTI;

III - termo de compromisso para manutenção;

IV - cartas de viabilidade fornecidas pelas concessionárias dos serviços públicos, quando em logradouros públicos.

Art. 95. Qualquer alteração nas características físicas do engenho e outros meios, a sua substituição por outro, mudança do local de instalação, assim como a transferência de proprietário a qualquer título, implicará sempre em nova autorização.

§ 1º Havendo cancelamento, por interesse do Poder Público, do engenho licenciado, a empresa proprietária do mesmo fica com o crédito, pelo período restante da autorização, que poderá ser utilizado para um novo engenho de igual porte.

§ 2º A retirada e colocação de cartazes de papel colados nos cartazes murais, não estão sujeita à exigência prevista no "caput" deste artigo.

§ 3º Quando, por força de obra de conservação do engenho Extraordinário, ocorrer a desmontagem de sua estrutura, a Secretaria Municipal de Serviços Públicos - SESP e Secretaria Municipal de Planejamento, Ciência, Tecnologia e Inovação - SEPLANCTI deverá ser comunicada pelo interessado.

Art. 96. Independem de aprovação e autorização, os seguintes anúncios:

I - indicativos do tipo: Precisa-se de empregados, Vende-se, Alugam-se, Aulas Particulares e similares, desde que exibidos no próprio local de exercício da atividade e não ultrapassem a área de 0,25m² (vinte e cinco decímetros quadrados);

II - os anúncios em vitrines e mostruários, exceto quando se tratarem de letreiro identificador, aplicado diretamente no vidro;

III - painéis orientadores, tais como as placas de sinalização viária e de trânsito, turística e outras placas indicativas, consideradas como de interesse público.

Art. 97. Os pedidos de licença de que trata este Capítulo serão analisados e receberão despacho 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 completarem as diligências que o processo exigir.

§ 2º As diligências que dependem do requerente e a este comunicadas oficialmente interrompem quaisquer prazos até o efetivo atendimento da solicitação, fato este registrado no processo.

Art. 98. O não atendimento, pelo requerente, ao convite formulado para cumprimento das diligências dentro do prazo de 20 (vinte) dias úteis, contados da data de envio do comunicado do convite, prorrogável por motivo justificado, implicará no imediato indeferimento do processo.

CAPÍTULO II

RENOVAÇÃO E CANCELAMENTO DA AUTORIZAÇÃO

Art. 99. O Alvará será renovado, mediante solicitação, pelo prazo de (01) um ano, com o pagamento da taxa anual na data do vencimento.

Art. 100. A autorização para a instalação de engenho e outros meios, será cancelada, anulada ou cassada, nos seguintes casos:

- I - por solicitação do interessado, mediante requerimento padronizado;
- II - quando não instalado no prazo estabelecido;
- III - quando for constatada sua instalação fora do local previamente autorizado;
- IV - pelo não pagamento da taxa de autorização, na data do vencimento;
- V - por infração a qualquer disposição desta Lei, quando não forem sanadas as irregularidades nos prazos estabelecidos pelo órgão regulamentador do Município;
- VI - quando constatada qualquer irregularidade;
- VII - quando do não atendimento das disposições desta Lei.

CAPITULO III

CADASTRAMENTO DE EMPRESAS

Art. 101. Para efeito de cadastramento, deverá a empresa de publicidade requerer sua inscrição junto à Divisão de Imagem Urbana - DIU, anexando os documentos estabelecidos em Edital Anual, publicado pela Secretaria Municipal de Planejamento, Ciência, Tecnologia e Inovação - SEPLANCTI.

Art. 102. A validade do cadastro será do ano em exercício.

CAPÍTULO IV

RESPONSABILIDADES

Art. 103. São considerados, para os efeitos desta Lei, responsáveis pelos engenhos e outros meios de divulgação:

- I - os profissionais responsáveis pelo projeto e instalação, em relação aos aspectos técnicos;
- II - o proprietário ou a empresa detentora da autorização, quanto à conservação, manutenção e segurança;

III - responde solidariamente com o proprietário e/ou a empresa detentora da autorização, o anunciante da mensagem veiculada.

Art. 104. Considera-se proprietário do engenho e outros meios publicitários, a pessoa física ou jurídica indicada em campo próprio no formulário de autorização.

Art. 105. Se o profissional responsável pelo projeto, cálculo, instalação ou manutenção do engenho e outros meios, solicitar baixa de sua responsabilidade perante Secretaria Municipal de Planejamento, Ciência, Tecnologia e Inovação - SEPLANCTI, ou tiver seu registro do CREA suspenso, fica o proprietário do engenho obrigado a providenciar sua substituição no prazo de 48 (quarenta e oito) horas, sob pena de cancelamento da autorização.

Art. 106. Os Particulares, autorizados a instalar engenhos em área pública, ficam obrigados à:

I - recuperação ou execução do passeio da área frontal;

II - urbanização e manutenção da área de entorno do engenho ou do grupo de engenhos, no limite de 4,00m (quatro metros) ao redor, medidos em projeção horizontal, a partir dos extremos do(s) engenho(s).

CAPÍTULO V

INFRAÇÕES E PENALIDADES

Art. 107. Consideram-se infrações passíveis de punição:

I - exibir anúncios:

- a) sem a devida autorização do Órgão Regulamentador;
- b) em desacordo com as características aprovadas;
- c) fora dos prazos constantes da autorização.

II - não atender determinação da autoridade competente quanto à retirada do engenho e de outros meios;

III - não manter o engenho e outros meios, em bom estado de conservação;

IV - praticar qualquer outra infração às normas previstas nesta Lei.

Art. 108. Os engenhos e outros meios de publicidade que forem encontrados sem a necessária autorização ou em desacordo com as disposições desta Lei deverão ser retirados e apreendidos, sem prejuízo da aplicação das penalidades aos responsáveis.

§ 1º Caso não seja solicitada sua devolução no prazo de 30 (trinta) dias

após a retirada, o material poderá ser doado a instituições de caráter social ou aos órgãos municipais de obras ou ação social;

§ 2º Pela permanência do material apreendido, será cobrado os valores estabelecidos no decreto de preços públicos e pela retirada serão cobrados os custos de remoção acrescidos de 30% (trinta por cento);

§ 3º Apreensão do anúncio, não cabendo à Prefeitura quaisquer responsabilidades aos danos causados com sua remoção.

Art. 109. As penalidades serão aplicadas devendo ser cumulativas, desde que ocorra mais de uma infração.

TÍTULO VI DISPOSIÇÕES FINAIS E TRANSITÓRIAS

Art. 110. Compete à Secretaria Municipal de Planejamento, Ciência, Tecnologia e Inovação - SEPLANCTI a aplicação das normas constantes da presente Lei, podendo o seu titular baixar normas e rotinas complementares.

Art. 111. A instalação de engenhos publicitários e outros meios em imóvel de propriedade pública dependerão de licitação e autorização, de acordo com a legislação pertinente, enquanto que os engenhos e outros meios publicitários a serem afixados em imóvel de propriedade privada dependerão apenas de autorização.

Parágrafo Único - Para os engenhos e outros meios já autorizados em área pública em data anterior à publicação desta Lei, as normas estabelecidas no caput deste artigo serão aplicadas após a extinção do prazo concedido na autorização.

Art. 112. A Prefeitura poderá, mediante celebração de termo próprio e observada a legislação pertinente, estabelecer parceria com a iniciativa privada para patrocínio, prestação de serviços, execução de obras, implantação de equipamentos e mobiliário urbano, como contrapartida à autorização de publicidade em espaços públicos da cidade.

Art. 113. Na divulgação de publicidade na mídia impressa, relativa ao empreendimento imobiliário, deverão constar do anúncio o número do alvará, o nome do autor do projeto e o nome do responsável técnico.

Art. 114. Qualquer engenho a ser explorado em terreno particular, à exceção de letreiro identificador, somente será licenciado depois de verificada a execução de muros e passeios ao longo da testada da propriedade.

Art. 115. Por ocasião de eventos populares e/ou institucionais, a

critério do Poder Executivo Municipal, poderão ser expedidos atos administrativos especiais dispondo sobre a publicidade, observados os princípios estabelecidos nesta Lei.

Art. 116. Para todos os engenhos e outros meios de publicidade, instalados em data anterior a publicação desta Lei, será obrigatória a comprovação de autorização e/ou do direito de uso do local público ou privado.

Art. 117. Os engenhos e outros meios de publicidade, autorizados anteriormente à vigência desta Lei, deverão adequar-se às normas aqui estabelecidas respeitadas o prazo da respectiva autorização.

Art. 118. Não se incluem nas disposições desta Lei, exceto para efeito de taxaço:

I - referências que indiquem lotação, capacidade e as que recomendem cautela ou indiquem perigo, desde que sem publicidade;

II - os anúncios não visíveis de logradouro público, instalados em locais de acesso ao público, como estádios, autódromos, e assemelhados.

Art. 119. A veiculação temporária de propaganda eleitoral será emitida nos termos da legislação federal pertinente, obedecidas às normas e padrões municipais, somente em locais determinados pelo órgão competente da Prefeitura Municipal e mediante a utilização de suporte ou estrutura de sustentação removível, sendo obrigatória sua retirada dentro dos prazos fixados pelo Tribunal Superior Eleitoral - TSE, pelo beneficiário da propaganda, sob sua integral responsabilidade.

Art. 120. A presente Lei entra em vigor na data de sua publicação.

Art. 121. Revogam-se as disposições em contrário