

MENSAGEM Nº91

DE 6 DE NOVEMBRO DE 2023.

Excelentíssimo Senhor Vereador Presidente,

Excelentíssimas Senhoras Vereadoras e Excelentíssimos Senhores Vereadores da Câmara Municipal do Rio de Janeiro,

Dirijo-me a Vossas Excelências para encaminhar o presente Substitutivo ao Projeto de Lei Complementar nº 57/2021, que **“Dispõe sobre a veiculação de publicidade exterior na Cidade do Rio de Janeiro”**.

O presente Substitutivo ao Projeto de Lei Complementar nº 57/2021, que dispõe sobre a veiculação de publicidade exterior na Cidade do Rio de Janeiro, baseia-se fundamentalmente nas mesmas motivações provenientes dessa Casa Legislativa, por ocasião da apresentação do projeto original.

Entre os atributos positivos do texto, destacam-se a unificação das principais normas referentes à matéria em um único diploma legal, revogando a Lei nº 758, de 14 de novembro de 1985, e a Lei nº 1.921, de 5 de novembro de 1992, bem como, a apresentação formal de diretrizes de ordenamento, a atualização de conceitos publicitários e o disciplinamento de novas tecnologias de veiculação publicitária.

Consideramos conveniente, contudo, alterar disposições específicas do projeto e efetuar alguns acréscimos, com o fim de aperfeiçoá-lo. Discorreremos a seguir acerca das principais mudanças feitas.

Em primeiro lugar, incluímos no art. 41 a proibição de afixação de quaisquer painéis nos telhados ou coberturas das edificações, uma vez que esses engenhos publicitários são reconhecidamente muito impactantes para a paisagem urbana,

Ao
Excelentíssimo Senhor
Vereador CARLO CAIADO
Presidente da Câmara Municipal do Rio de Janeiro

que deve ser prioritariamente protegida, de acordo com as próprias diretrizes do projeto.

Também optamos por não adotar regras novas aplicáveis aos letreiros das fachadas de lojas e estabelecimentos em geral. Em vez disso, recolocamos no texto, praticamente intactas, conforme arts. 21 a 35, as normas em vigor que há décadas regem essas espécies de engenhos publicitários, com a finalidade principal de não onerar desnecessariamente os contribuintes, uma vez que os letreiros atuais não são motivo de grandes queixas ou insatisfações, tanto por parte dos estabelecimentos, quanto por parte da população. Essa decisão também leva em conta evidentemente o fato de que o comércio exercido por estabelecimentos de rua se encontra sabidamente em crise e sofre com a falta de crescimento econômico robusto. Nada impede, porém, que, futuramente, sejam revistas separadamente as regras referentes à instalação de letreiros.

Introduzimos no texto um título especial, que abrange os arts. 77 a 82, com o fito de oferecer ao Poder Executivo a possibilidade de celebração de acordos de cooperação com a iniciativa privada ou com órgãos do Poder Público para permitir a promoção, por prazo temporário, de publicidade de características especiais e diferenciadas, a ser explorada para gerar recursos financeiros necessários a obras ou projetos de restauração ou conservação de bens públicos ou particulares de valor cultural, histórico, artístico ou ambiental. Essa medida configurará relevante inovação no ordenamento concernente ao disciplinamento de publicidade na cidade.

Parece-nos necessário, por fim, rever o elenco e os valores das multas previstas, com o objetivo de corrigir uma das principais defasagens da legislação atual, que é a de não prever sanções efetivamente apropriadas para coibir diversas práticas de veiculação irregular de publicidade. Quanto a esse aspecto, julgamos importante que as multas permaneçam inseridas na Lei nº 691/1984, em respeito aos princípios que nortearam a reestruturação e sistematização das taxas do Município, conforme recentemente efetuada pela Lei nº 7.000/2021. Também foi necessário aperfeiçoar um ou outro dispositivo referente à taxa de publicidade, tendo em vista alterações previstas no âmbito do disciplinamento propriamente dito. Tais alterações estão previstas pelo art. 106 do projeto, que enuncia a nova redação de diversos dispositivos da Lei nº 691/1984 concernentes ao poder de

polícia para disciplinar a exploração de meios de publicidade ao ar livre ou em locais expostos ao público.

É importante assinalar que a proposta de alteração da Lei nº 691/1984 apresenta caráter complementar ao restante das normas do projeto, mas visa sobretudo a manter coerência entre as normas de disciplinamento e as normas tributárias.

Dentre as demais alterações pontuais da Lei nº 691/1984, destacamos a necessidade de diferenciar a cobrança de taxa devida pela concessão de licença de veiculação de meios de publicidade em áreas particulares e pela outorga de autorização de veiculação de publicidade em áreas públicas, uma vez que este projeto de lei complementar introduz tal distinção no ordenamento da matéria.

Propomos também o aperfeiçoamento de dispositivo referente ao cálculo da taxa relativa a publicidade em eventos, para maior clareza e precisão, conforme a nova redação do § 12 do art. 92-A da Lei nº 691/1984, evitando confusão com a hipótese de veiculação prevista no § 11 do mesmo artigo.

Procedemos igualmente à alteração de dispositivos referentes a publicidade em interiores, novamente para fins de compatibilização com inovações trazidas pelo presente projeto de lei complementar.

Por todo o exposto, solicitamos o apoio dos nobres vereadores para a aprovação deste Substitutivo.

Contando, desde já, com o apoio dessa ilustre Casa de Leis, renovomeusprotestosdeelevadaestima edistintaconsideração.

EDUARDO PAES

PROJETO DE LEI COMPLEMENTAR Nº 57/2021

DISPÕE SOBRE A VEICULAÇÃO DE PUBLICIDADE EXTERIOR NA CIDADE DO RIO DE JANEIRO

Autor(es): VEREADOR JORGE FELIPPE, VEREADOR RAFAEL ALOISIO FREITAS, VEREADOR DR. GILBERTO, VEREADOR FELIPE BORÓ

SUBSTITUTIVO Nº

DISPÕE SOBRE A VEICULAÇÃO DE PUBLICIDADE EXTERIOR NA CIDADE DO RIO DE JANEIRO

Autor(es): PODER EXECUTIVO

A CÂMARA MUNICIPAL DO RIO DE JANEIRO

DECRETA:

TÍTULO I

Diretrizes para o Ordenamento da Publicidade Urbana

Art. 1º. A exibição e o ordenamento da publicidade urbana mediante mídia exterior no Município do Rio de Janeiro serão estabelecidos com base nos seguintes princípios:

- I – preservação do meio ambiente, da paisagem e do patrimônio natural, cultural, histórico e arqueológico da cidade;
- II – função social da cidade e da propriedade urbana;
- III – garantia de qualidade da ambiência urbana como resultado do processo de planejamento e ordenação da publicidade no território municipal;
- IV – recuperação, reabilitação e conservação dos espaços livres públicos e do patrimônio construído em áreas degradadas ou subutilizadas.

TÍTULO II

Das Definições

Art. 2º. Para os fins desta Lei Complementar, considera-se:

I – altura de edificação: a distância entre o nível da calçada ou passeio fronteiro e a cota máxima da construção ou dos elementos construídos, excetuadas as caixas d'água e as torres de refrigeração;

II – anunciante: pessoa física ou jurídica que veicula sua marca, logomarca, logotipo, nome ou nome de fantasia e divulga o produto, serviço, atividade ou evento;

III – aplique: elemento acessório ao anúncio, de inserção temporária, e que não se apresenta constituindo superfícies contínuas ao quadro do engenho publicitário;

IV – área livre de imóvel edificado: toda área descoberta existente entre a edificação e qualquer divisa do imóvel que a contém;

V – área pública: área que compreende os logradouros e demais bens de uso comum; as faixas de domínio de estradas, ferrovias e rodovias; o espaço aéreo; as áreas marítimas, fluviais e lacustres; a orla marítima; o interior de estações da rede de transportes rodoviária, hidroviária, metroviária, ferroviária e aeroportos;

VI – autorização: ato discricionário de legalização de veiculação de meios de publicidade em áreas públicas;

VII – banca de jornais e revistas: artefato de mobiliário urbano quadrilátero, de dimensões variáveis, constituído de materiais diversos, passível de instalação em logradouros públicos e destinada à venda de publicações periódicas, artigos de pequeno valor não relacionados a publicações e produtos de valor agregado e colecionável;

VIII – calçada ou passeio: parte da via pública, normalmente segregada e em nível diferente, não destinada à circulação de veículos, reservada ao trânsito de pedestres e, quando possível, à implantação de mobiliário urbano, sinalização, vegetação e outros fins;

IX – carroceria: estrutura que envolve um determinado veículo e define a sua forma, construída em metal, fibra ou outro material, com exceção das partes envidraçadas, do interior no qual se alojam os passageiros e se instalam o motor e demais equipamentos do veículo;

X – cavalete: engenho publicitário móvel feito em material não flexível, destinado a anunciar preço ou promoção em curso no estabelecimento a que se refere;

XI – emboque: zona de transição exclusivamente para a entrada de túneis, pontes, viadutos e passarelas;

XII – empena cega: face externa e lateral ou traseira da edificação, desprovida de janelas, vãos de iluminação, vãos de ventilação e aberturas em geral, cujo plano pode coincidir com o limite do lote ou não;

XIII – empresa de propaganda ou de publicidade: pessoa jurídica, devidamente registrada na Coordenadoria de Licenciamento e Fiscalização da Secretaria Municipal de Fazenda e Planejamento, contratada para veicular propaganda ao ar livre em engenhos publicitários em nome de terceiros;

XIV – engenho ou veículo de publicidade: qualquer equipamento destinado à veiculação de mensagem, utilizando palavras, imagens, cores, trações, signos, estruturas de suporte monocromáticas ou policromáticas, recursos visuais e elementos gráficos em geral, tais como letreiros, painéis, tabuletas, artefatos de mobiliário urbano, bancas de jornais e revistas, totens, balões infláveis e outros de natureza similar;

XV – fachada: qualquer face externa da edificação contendo, em qualquer extensão, janelas, vãos de iluminação, vãos de ventilação e aberturas em geral, excetuados equipamentos e complementos como torres, caixas d'água, chaminés e similares;

XVI – faixa de domínio das estradas: o espaço de quinze metros contados a partir das margens de seu leito;

XVII – faixa de domínio de lagos e lagoas: o espaço compreendido entre a água e a pista de rolamento exclusive;

XVIII – faixa e galhardete: engenho publicitário feito em material não rígido, destinado à pintura de publicidade ou propaganda visual, de caráter transitório;

XIX – folhetos e cartazes: constituídos por material impresso, facilmente deteriorável e que se caracteriza pela alta rotatividade de mensagem e elevado número de exemplares;

XX – imóvel edificado: terreno ocupado total ou parcialmente com edificação permanente;

XXI – imóvel não edificado: terreno não ocupado ou ocupado com edificação transitória em que não se exerçam atividades nos termos da legislação de uso e ocupação do solo;

XXII – interior do estabelecimento: os espaços privativos onde o particular ou o poder público organiza e exerce atividades, com fins econômicos ou não, tais como interior dos prédios públicos, comerciais ou de uso misto, das lojas, das salas, dos condomínios de lojas, salas e unidades semelhantes, dos conjuntos de lojas em galerias, dos *shoppings centers*, das estações de trem, metrô, barcas, dos aeroportos, dos estádios de esporte, ainda que abertos ou descobertos, dos museus e galerias de arte e exposições, dos templos, dos clubes e agremiações, dos supermercados e de outros estabelecimentos com trânsito de público ou não, inclusive seus espaços em áreas abertas ou descobertas, como estacionamento e pátios;

XXIII – licença: ato vinculado de legalização de veiculação de meios de publicidade em áreas particulares;

XXIV – local de livre circulação: todo aquele aberto, ainda que em caráter não permanente, ao trânsito, passagem ou visitação dos interessados, tais como galerias comerciais e corredores de *shopping centers*;

XXV – local exposto ao público: qualquer área, edificação, construção ou estrutura, pública ou privada, onde sejam visualizados anúncios;

XXVI – maciço vegetal expressivo: o conjunto de árvores ou arbustos formando uma massa verde contínua;

XXVII – marquise: é o elemento da edificação construído em balanço em relação à fachada, integrante de projeto aprovado ou regularizado, destinado à cobertura e à proteção de transeuntes;

XXVIII – mensagem ou anúncio: comunicação destinada a indicar o nome de estabelecimento, empresa ou instituição, a divulgar marca, produto, serviço, atividade ou evento e a transmitir informações e orientações em geral;

XXIX – mobiliário urbano: artefato instalado em áreas públicas para integrar a infraestrutura urbana, tais como postes de eletricidade, postes luminosos, armários e hidrantes, ou para prover serviços e comodidades diversas à população, tais como cabines telefônicas, abrigos de paradas de ônibus, abrigos de pedestres, sanitários públicos, lixeiras, indicadores de hora e temperatura, bancas de jornais e revistas, módulos de chaveiros, módulos informativos, indicadores de locais turísticos, indicadores de logradouro público, indicadores de parada de veículos de transporte coletivo, colunas multiuso, postos de salvamento da orla marítima, quiosques, equipamentos diversos definidos em regulamento próprio ou regulados por licitação ou contrato de concessão e engenhos de sinalização pública em geral;

XXX – orla marítima: faixa de terra banhada pelo mar, inclusive a praia e seus relevos, bem como todas as áreas públicas adjacentes, tais como calçadões, canteiros, pistas de rolamento e calçadas situadas até o limite dos lotes particulares defronte;

XXXI – painel do tipo bandeira: veículo publicitário com área total não superior a vinte metros quadrados, constituído de materiais diversos, com iluminação ou não, sem alternância de imagens e movimento, afixado ao solo em terrenos particulares destinados a Postos de Serviço e Revenda de Combustíveis, não podendo conter apliques;

XXXII – painel indicativo: veículo de dimensões variáveis, constituído de materiais diversos, com iluminação ou não, sendo vedado qualquer tipo de alternância ou movimento, instalado no próprio local onde a atividade econômica é exercida, contendo referências ao próprio estabelecimento e suas atividades, destinado a divulgar mensagem exclusivamente indicativa;

XXXIII – painel provisório: engenho com área total não superior a vinte metros quadrados, destinado a veicular mensagem promocional, em caráter transitório, para divulgação de promoções, ofertas, liquidações, lançamentos e congêneres;

XXXIV – painel provisório em eventos: engenho com área total não superior a trezentos metros quadrados, destinado a veicular mensagem em caráter transitório para divulgação de eventos culturais, religiosos, esportivos, festividades e shows.

XXXV – painel publicitário: veículo geralmente plano, regular e quadrilátero, de dimensões variáveis, constituído de materiais diversos, com iluminação ou não, com alternância de imagens e movimento ou não, inclusive rotativa, eletrônica ou digital, passível de instalação em áreas públicas, terrenos particulares, fachadas, empenas cegas, artefatos de mobiliário urbano e outras estruturas e locais, podendo conter apliques, desde que não ultrapasse trinta por cento de sua área total;

XXXVI – 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;

XXXVII – prisma vertical ou sólido geométrico: engenho publicitário fixado diretamente no solo, podendo ter haste própria, de dimensões variáveis, constituído de materiais diversos, com iluminação ou não, sem alternância de imagens e movimento e passível de instalação em terrenos particulares;

XXXVIII – publicidade ou propaganda: exibição de mensagem por quaisquer meios em áreas públicas ou em áreas particulares expostas ao ar livre ou em locais de livre circulação;

XXXIX – tabuleta: veículo publicitário simples, instalado em áreas privadas, confeccionado em estrutura metálica e nas dimensões de 9 m (nove metros) de comprimento por 3 m (três metros) de altura, destinados à afixação de mensagens

substituíveis em lona vinílica ou papel, podendo conter apliques, desde que não ultrapasse trinta por cento de sua área total;

XL – tapume: elemento físico utilizado provisoriamente durante a construção, reconstrução, reforma ou demolição de um imóvel;

XLI – testada ou alinhamento: é a linha divisória entre o imóvel de propriedade particular ou pública e o logradouro ou via pública;

XLII – visibilidade: é a possibilidade de visualização de uma mensagem exposta em espaço externo ou interno da edificação.

TÍTULO III

Do Zoneamento de Publicidade

Art. 3º. A instalação de engenhos publicitários atenderá às normas de uso e ocupação do solo, conforme o Anexo I desta Lei Complementar, bem como às demais normas desta Lei Complementar e às normas aplicáveis do Plano Diretor de Desenvolvimento Urbano Sustentável do Município do Rio de Janeiro.

Art. 4º. Não está sujeita às restrições de zoneamento a veiculação de publicidade em:

I – painéis indicativos;

II – painéis promocionais;

III – painéis institucionais;

IV – imóveis em construção ou reforma, com exceção dos imóveis situados nas praias, na orla marítima e na faixa de domínio de lagoa e lagos;

V – mobiliário urbano licitado e sob contrato de concessão, bancas de jornais e revistas e módulos de chaveiros;

VI – eventos transitórios realizados em área pública;

VII – veículos de transporte de carga e de passageiros;

VIII – motocicletas, bicicletas e triciclos;

IX – balão inflável;

X – avião, asa delta, ultraleve, dirigível e assemelhados;

XI – interior de elevadores, de veículos metroviários, ferroviários e rodoviários, de veículos leves sobre trilhos (VLTs), de táxis e vans;

XII – áreas comuns em *shopping centers*, galerias e centros comerciais.

Art. 5º. Nos canteiros centrais das vias contíguas à praia, à orla marítima e à faixa de domínio de lagoa, fica permitida somente a publicidade:

I – autorizada pelo Prefeito por ocasião da realização de eventos de interesse coletivo;

II – constituinte de parte integrante de artefato de mobiliário urbano instalado por força de licitação, e demais tipos de mobiliário urbano, conforme definidos no inciso XXIX do art. 2º desta Lei Complementar.

Art. 6º. A veiculação de publicidade em painéis delimitados na Zona Especial do Corredor Cultural deverá obedecer às normas da Lei nº 1.139, de 16 de dezembro de 1987.

Parágrafo único. Será permitida a instalação de publicidade visando a divulgar atividades e eventos de interesse público, especialmente culturais, sociais e esportivos.

Art. 7º. Além das restrições peculiares a cada tipo de veículo publicitário quanto ao zoneamento, a apreciação do pedido de autorização ou licença observará os seguintes critérios quanto a Zonas Especiais (ZEs):

I – ZE-1; ZE-2; ZE-3; ZE-4; e ZE-6: é proibida a instalação de engenhos publicitários de qualquer natureza;

II – ZE-5: será permitida a instalação de engenhos publicitários, com os usos e tipos permitidos em Centro de Bairro 1 (CB-1), somente nas áreas e subzonas onde houver uso estritamente comercial;

III – ZE-7: será permitida a instalação de engenhos publicitários, com os usos e tipos liberados para CB-1, CB-2 e CB-3, desde que seja preliminarmente aprovado pela administração da área sob circunscrição militar;

IV – ZE-8: será observada a legislação especial para a região.

Art. 8º. Para os fins desta Lei Complementar, aplicar-se-á a tipologia e classificação de zoneamento prevista no Decreto nº 322, de 3 de março de 1976, também aos logradouros cujo zoneamento seja disciplinado por normas instituidoras de projeto especial de estruturação (PEU) ou por outras leis especiais.

§ 1º. Os logradouros limítrofes de duas zonas ou subzonas são considerados como pertencentes à zona ou subzona de categoria superior.

§ 2º. Para efeito do cumprimento do *caput*, o Poder Executivo editará, no prazo máximo de 90 (noventa) dias após a publicação desta Lei Complementar, norma para fixar as devidas correspondências entre a classificação de zoneamento adotada nesta Lei Complementar e as previstas nas legislações específicas.

§ 3º. O Poder Executivo efetuará, a qualquer tempo, a compatibilização e adequação das classificações de zoneamento referidas no *caput* com a

classificação de zoneamento que venha a ser aprovada pelo Plano Diretor de Desenvolvimento Urbano Sustentável do Município do Rio de Janeiro, no prazo máximo de 90 (noventa) dias após a sua promulgação, respeitadas as autorizações e licenças concedidas.

Art. 9º. Fica criado o corredor publicitário da Avenida Brasil em toda a sua extensão, respeitadas as seguintes condições.

- I- A altura máxima do painel será de 9 (nove) metros;
- II- A área total do painel será de até 40 (quarenta) metros quadrados;
- III- Permitidos todos os engenhos de publicidade elencados no Art. 19 desta Lei Complementar.

Art. 10. A veiculação de publicidade no Centro Histórico do Município do Rio de Janeiro deverá observar uma disciplina que garanta o bem-estar estético, cultural e ambiental, a visualização das fachadas, a preservação da memória cultural e a valorização da paisagem.

Parágrafo único. Para os fins do disposto neste artigo, considera-se Centro Histórico do Município do Rio de Janeiro a área compreendida conforme o Anexo II desta Lei Complementar.

Art. 11. A veiculação de publicidade no Centro Histórico do Município do Rio de Janeiro observará o seguinte:

I – fica proibida na área do Centro Histórico do Município do Rio de Janeiro a veiculação de publicidade por quaisquer meios, excluindo-se a publicidade veiculada por meio de mobiliário urbano licitado e sob contrato de concessão, bancas de jornais e revistas, painéis indicativos e painéis institucionais de interesse público;

II – a vedação de que trata o inciso I abrange todas as modalidades de anúncios publicitários que estejam presentes na paisagem do Centro Histórico, instalados em imóveis particulares ou públicos, edificados ou não;

III – as denominações dos estabelecimentos comerciais ficarão restritas a anúncio circunscrito à fachada do imóvel, na forma de painel ou letreiro, podendo ser instalado de modo paralelo, perpendicular ou inclinado em relação ao plano da fachada, desde que respeitadas as regras contidas nesta Lei Complementar.

§ 1º A exibição de qualquer publicidade não prevista na área delimitada do Centro Histórico, que for de interesse público, dependerá de prévia autorização do Prefeito, ouvido preliminarmente o Instituto Rio Patrimônio da Humanidade – IRPH.

§ 2º Ficam excetuadas das vedações e restrições previstas neste artigo toda publicidade veiculada em decorrência da celebração de acordo de cooperação para a restauração de bem de valor cultural, histórico, artístico ou ambiental, conforme prevista nos arts. 77 a 82.

TÍTULO IV

Do Objeto e da Obrigação Principal

Art. 12. Fica sujeita às disposições desta Lei Complementar toda publicidade veiculada em áreas e bens públicos e em áreas da propriedade particular expostas ao ar livre ou em locais de livre circulação na Cidade do Rio de Janeiro.

Parágrafo único. Nenhuma publicidade poderá ser exibida sem prévia autorização ou licença concedida pela autoridade competente.

Art. 13. A veiculação de propaganda e publicidade que utilize a qualquer título logradouro ou áreas públicas ou que veicule publicidade ou propaganda em áreas particulares poderá ser promovida por empresas que realizem este tipo de atividade, desde que registradas em órgão definido pelo Poder Executivo.

Parágrafo único. Observadas as disposições desta Lei Complementar, a publicidade das próprias atividades, por parte de qualquer estabelecimento, poderá ser feita independentemente de registro pelo próprio interessado.

Art. 14. O registro será efetuado mediante requerimento ao Coordenador de Licenciamento e Fiscalização, com os seguintes elementos:

I – nome da empresa e local de funcionamento da sede, ou, quando esta se situar fora do Município, de sua filial, sucursal ou agência no Município;

II – número de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas – CNPJ do Ministério da Fazenda.

Parágrafo único. O requerimento será instruído com cópia do Alvará de Licença para Estabelecimento e do contrato social da empresa.

Art. 15. Registrada e cadastrada no Município, a empresa estará habilitada a requerer licença ou autorização para veiculação publicitária, conforme o caso, na forma desta Lei Complementar.

Parágrafo único. A Coordenadoria de Licenciamento e Fiscalização manterá, além do cadastro de empresas autorizadas a promoverem exibição de publicidade de terceiros, cadastros de publicidades autorizadas e respectivos prazos de validade.

TÍTULO V

Das Formas de Veiculação de Publicidade

Art. 16. Para os fins desta Lei Complementar, consideram-se:

I – **anúncios institucionais:** aqueles que contêm mensagem de cunho cívico, cultural, educativo, esportivo, informativo, de utilidade pública ou interesse público, veiculada por órgão ou entidade do Poder Público;

II – **anúncios provisórios promocionais:** aqueles que veiculam mensagem promocional, em caráter transitório, promoções, ofertas, liquidações, lançamentos e congêneres;

III – **anúncios indicativos**: aqueles expostos no próprio local onde a atividade econômica é exercida, contendo referências ao próprio estabelecimento e suas atividades, sem menção a nomes, marcas, produtos, serviços, atividades ou eventos de terceiros;

IV – **anúncios publicitários**: aqueles que:

a) apresentam mensagem relativa a nomes, marcas, produtos, serviços, atividades ou eventos de terceiros, ainda que também apresentem referências ao próprio estabelecimento onde está instalada;

b) aqueles que apresentem dimensões, locais de instalação, formas de inserção de conteúdo, condições de instalação ou outra característica não própria dos letreiros indicativos, ainda que contenha apenas mensagem referente ao estabelecimento;

V – **anúncios provisórios**: aqueles destinados à divulgação de eventos culturais, esportivos, religiosos, comerciais, festivos, musicais, comemorativos e similares.

Parágrafo único. Considera-se indicativa a mensagem relativa a marcas e atividades de empresas franqueadoras, quando veiculada em letreiro de estabelecimento franqueado.

Art. 17. Para efeitos desta Lei Complementar, não são considerados anúncios:

I – os que contenham mensagens indicativas de órgãos do Poder Público;

II – os que contenham mensagens obrigatórias por legislação federal, estadual ou municipal;

III – aqueles instalados em áreas de proteção ambiental que contenham mensagens institucionais com patrocínio, desde que autorizados pelo Prefeito;

IV – logotipo de construtora responsável por obra quando em tela de proteção;

V – nomes, símbolos, entalhes, relevos ou logotipos incorporados à fachada por meio de aberturas ou gravados nas paredes, sem aplicação ou afixação, integrantes de projeto aprovado das edificações;

VI – denominações de prédios e condomínios;

VII – logotipos ou logomarcas de postos de abastecimento e serviços, quando veiculados nos equipamentos próprios do mobiliário obrigatório, como bombas, densímetros e similares;

VIII – mensagens informativas de fluxo de trânsito, condições de vias, condições climáticas se outras de interesse público, veiculadas por meio eletrônico em equipamentos regularmente instalados em vias de circulação de veículos e pedestres;

IX – as mensagens instaladas nas fachadas dos teatros, cinemas, casas de diversão e similares que se refiram exclusivamente ao espetáculo;

X – as mensagens com finalidade exclusivamente cívica ou educacional, ou exibidas por instituições sem fins lucrativos, desde que não mencionem marcas de terceiros;

XI – as identificações das empresas nos veículos automotores utilizados para a realização de seus serviços;

XII – 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;

XIII – os que contenham indicação de monitoramento de empresas de segurança com área máxima de 0,04 m² (quatro decímetros quadrados);

XIV – os que contenham as bandeiras dos cartões de crédito aceitos nos estabelecimentos comerciais, desde que não ultrapassem a área total de 0,09 m² (nove decímetros quadrados);

XV – os pôsteres indicativos ou *banners* dos eventos culturais que ocorrerão na própria edificação de museus ou teatros, desde que não ultrapassem dez por cento da área total da fachada onde estiverem instalados;

XVI – a denominação de hotéis ou a sua logomarca, quando inseridas ao longo da fachada das edificações onde é exercida a atividade, desde que exigida por legislação federal e nas dimensões ali previstas;

XVII – os que contenham mensagens indicativas de cooperação com o Poder Público federal, estadual ou municipal.

Art. 18. Todo anúncio deverá observar, entre outras, as seguintes normas:

I – ser mantido em bom estado de conservação, no que tange a estabilidade, resistência dos materiais e aspecto visual;

II – oferecer condições de segurança ao público;

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, ou a parecer técnico emitido pelo órgão público estadual ou empresa responsável pela distribuição de energia elétrica;

VI – respeitar a vegetação arbórea significativa definida por normas específicas constantes do Plano Diretor de Desenvolvimento Urbano Sustentável do Município do Rio de Janeiro;

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 visualização de bens de valor cultural.

TÍTULO VI

Dos Tipos de Engenhos de Publicidade

Art. 19. Para efeitos desta Lei Complementar, os engenhos de publicidade serão classificados da seguinte forma:

I – quanto ao gênero:

a) tabuletas: aqueles conforme conceituados no inciso XXXIX do art. 2º desta Lei Complementar;

b) painéis: aqueles engenhos conforme conceituados nos incisos XXXI a XXXV do art. 2º desta Lei Complementar;

II – quanto ao local de exibição:

- a) em imóveis edificados;
- b) em imóveis em construção ou reforma;
- c) em imóveis não edificados;
- d) em áreas públicas;

III – quanto à iluminação:

- a) simples: aquele que não apresenta iluminação, alternância ou movimento;
- b) iluminado: aquele cuja fonte luminosa é externa, podendo ou não ser acoplada à estrutura do engenho;
- c) luminoso: aquele em que a fonte luminosa é parte integrante da estrutura interna;

IV – quanto ao sistema de inserção da mensagem:

- a) fixo: aquele que apresenta mensagem fixa;
- b) rotativo: aquele que apresenta mensagens continuamente alternadas;
- c) eletrônico: aquele que utiliza diodos emissores de luz – LED ou tecnologia similar, para fins de veiculação de imagens, filmes, elementos gráficos e mensagens luminosas em geral com movimento, alternância, composição ou sucessão de imagens.

Art. 20. No horário entre as 20 h (vinte horas) e as 6 h (seis horas), os painéis eletrônicos deverão manter a luminosidade em, no máximo, 10% (dez por cento) da capacidade total.

Parágrafo único. A luminosidade máxima dos painéis eletrônicos instalados em mobiliários urbanos licitados e sob contrato de concessão poderá ser superior à indicada no *caput*, conforme decisão do Poder Executivo, a fim de garantir a utilidade e as comodidades proporcionadas por abrigos de ônibus, indicadores de hora e temperatura e outros equipamentos.

TÍTULO VII

Dos Anúncios Indicativos

Art. 21. Os anúncios indicativos, conforme definidos no art. 2º, inciso XXXII, somente serão permitidos nas fachadas das edificações, nas testadas das marquises, sob ou sobre essas estruturas, em toldos e em bambinelas, respeitadas as restrições existentes nas áreas para onde houver legislação específica.

Art. 22. Os anúncios indicativos localizados nas fachadas não poderão ultrapassar o piso do terceiro pavimento, considerado o primeiro ao rés-do-chão, devendo a sua instalação apresentar incorporação à fachada, sem acarretar obstrução de vãos de iluminação, ventilação, aeração, passagens e áreas de exposição de outros anúncios.

Art. 23. As dimensões dos anúncios indicativos ficam limitadas a altura de 1,50 m (um metro e meio) e comprimento que não ultrapasse os limites da testada do estabelecimento.

Art. 24. Observadas as restrições previstas no art. 21, os anúncios indicativos localizados nas fachadas das edificações de um único pavimento terão a sua cota superior limitada pela menor das seguintes dimensões:

I – a cobertura ou telhado da edificação;

II – 6,00 m (seis metros), contados do nível do passeio fronteiro ao imóvel.

Art. 25. Nos prédios de uso exclusivo ou em centros comerciais, os anúncios instalados no plano da fachada poderão ocupar toda a sua área, desde que não obstruam vãos de iluminação, ventilação, aeração ou passagens, nem ultrapassem o piso do 3º pavimento ou a altura de 6,00 m (seis metros).

Parágrafo único. Quando ultrapassarem o piso do 3º pavimento, serão considerados publicitários e assim taxados em toda a sua área.

Art. 26. O ponto máximo de afastamento da projeção horizontal dos anúncios colocados de forma inclinada ou perpendicular ao plano da fachada será de 1,50 m (um metro e meio), observados, em qualquer caso, a largura do passeio e os limites da marquise.

§ 1º Nas edificações de um único pavimento, os anúncios de que trata o *caput* deste artigo não poderão exceder a 1,00 m (um metro) de afastamento do plano da fachada e sua cota superior ficará limitada pela menor das seguintes dimensões:

I – a altura da edificação;

II – a altura de 6,00 m (seis metros), contados do nível do passeio fronteiro ao imóvel.

§ 2º Nas edificações não dotadas de marquises situadas em ruas de pedestres, o ponto máximo de afastamento da projeção horizontal desses anúncios será de 1/10 (um décimo) da largura do logradouro, não podendo exceder 1,50 m (um metro e cinquenta centímetros).

Art. 27. Nenhum anúncio com afastamento ou espessura superior a 0,10 m (dez centímetros), medidos perpendicularmente à linha da fachada, poderá ser instalado em altura inferior a 2,50 m (dois metros e cinquenta centímetros), medidos do nível do passeio.

Art. 28. O anúncio colocado sobre ou sob marquise não poderá ultrapassar as dimensões desta.

Parágrafo único. O anúncio instalado sobre marquise dependerá de autorização do condomínio.

Art. 29. O anúncio colocado na testada da marquise não poderá ultrapassar o comprimento desta, respeitada a altura máxima de 1,50 m (um metro e cinquenta centímetros).

Art. 30. No interior de *shopping centers*, centros comerciais, galerias e similares, aplicar-se-ão, no que couber, as disposições relativas a anúncios projetados para o logradouro, vedada a fixação de anúncios no teto.

Art. 31. A veiculação de publicidade em portas ou vitrines de lojas e sobrelojas só será permitida em prédios comerciais, podendo ser feita através de pintura ou de adesivo.

Art. 32. Será admitido anúncio indicativo em toldo retrátil e bambinela, observadas as medidas aplicáveis a letreiros indicativos.

Art. 33. Não serão permitidos pinturas, apliques ou quaisquer outros elementos com fins promocionais ou publicitários que sejam vistos dos logradouros públicos, além daqueles definidos nesta Lei Complementar.

Art. 34. Na hipótese de o imóvel abrigar mais de uma atividade, o letreiro indicativo poderá apresentar subdivisões relativas a cada estabelecimento.

Art. 35. Nos imóveis edificados, públicos ou privados, somente serão permitidos anúncios indicativos das atividades neles exercidas e que estejam em conformidade com a legislação em vigor.

TÍTULO VIII

Dos Anúncios Publicitários

CAPÍTULO I

Em Imóveis Edificados

Art. 36. Ressalvadas as regras previstas neste Capítulo, aplicar-se-ão aos anúncios publicitários em fachadas abaixo das marquises as disposições relativas a anúncios indicativos.

Art. 37. Os painéis publicitários em fachadas não poderão obstruir, em nenhuma hipótese, janelas, vãos de iluminação, áreas de aeração e aberturas em geral.

Art. 38. O painel publicitário localizado em fachada acima do piso do último pavimento e abaixo da cobertura será obrigatoriamente relativo à atividade exclusiva ou a que seja considerada preponderante no local, podendo ocupar toda a área correspondente da fachada, desde que não obstruam vãos, janelas e áreas de aeração.

Art. 39. Os painéis publicitários poderão ser instalados nas fachadas do imóvel, podendo ocupar até 50% (cinquenta por cento) da fachada, desde que não obstruam vãos e áreas de aeração.

Art. 40. A instalação de painéis em fachadas de edificações não poderá:

I – ultrapassar os limites da fachada;

II – apresentar área superior a 300 m² (trezentos metros quadrados).

Art. 41. Fica proibida a afiação de painéis, indicativos ou publicitários, nos telhados ou coberturas das edificações.

Art. 42. Os engenhos que configurem prismas verticais ou sólidos geométricos instalados sobre o solo, em áreas pertencentes ao imóvel, terão as seguintes características:

I – a projeção do engenho no plano horizontal deverá estar inscrita num círculo com três metros de diâmetro;

II – a altura máxima será de 6 m (seis metros);

III – será instalado no centro de um círculo imaginário, situado no solo, com raio de no mínimo três vezes a altura deste prisma, estando contido, obrigatoriamente, dentro dos limites do terreno, não se admitindo sobreposição de círculos no caso de instalação de outro prisma, na mesma área, ou em áreas distintas.

Art. 43. Os painéis instalados em empenas cegas de imóveis edificados subordinar-se-ão às seguintes disposições:

I – ocupação de área máxima de 300 m² (trezentos metros quadrados);

II – afiação no mesmo plano da empena cega, não podendo sua projeção horizontal ou vertical ultrapassar os limites da empena cega;

III – proibição em bens tombados;

IV – instalação de somente um painel por empena cega;

V – instalação de até dois painéis por edificação, nas hipóteses em que esta apresentar mais de uma empena cega;

VI – não obstrução de quaisquer aberturas destinadas à circulação, iluminação ou ventilação de compartimentos da edificação;

VII – observância de espaçamento mínimo de 200 m (duzentos metros) em relação a outro engenho instalado na mesma posição de outro imóvel;

VIII – a frente de exposição do painel deverá manter a distância mínima de 40 m (quarenta metros) de outra edificação.

Art. 44. Em áreas livres de imóveis edificados, a instalação de painéis subordina-se às seguintes disposições:

I – em prédios de uso exclusivo, o anúncio colocado de forma inclinada ou perpendicular ao plano da fachada e que ultrapasse o piso do terceiro pavimento não poderá exceder o limite de 6 m (seis metros);

II – quando for assentado paralelamente ao eixo do logradouro, não poderá ultrapassar o comprimento da testada da edificação;

III – quando for apoiado diretamente no solo ou em estrutura nele fixada, poderá ser instalado um único painel, devendo a sua cota máxima ficar limitada pela menor das alturas:

a) cobertura ou telhado da edificação;

b) seis metros contados no nível do passeio fronteiro ao imóvel.

IV – os painéis instalados nas áreas livres dos imóveis deverão manter a distância mínima de 10 m (dez metros) do alinhamento da calçada.

Art. 45. Nas edificações exclusivamente residenciais será permitida somente a instalação de painéis nas empenas cegas, vedada a instalação de qualquer outro veículo publicitário.

Art. 46. Em áreas livres de imóveis edificados fica permitida a instalação de uma ou, no máximo, um conjunto de três tabuletas, não podendo a aresta superior do engenho ultrapassar a altura de seis metros a partir do nível do meio-fio fronteiro ao imóvel.

Parágrafo único. As tabuletas instaladas nas áreas livres de imóveis edificados deverão manter um espaçamento mínimo de 50 m (cinquenta metros), medidos no alinhamento, em relação a outro veículo publicitário instalado na mesma posição de outro imóvel.

Capítulo II

Em Centros Comerciais e *Shopping Centers*

Art. 47. Será permitida na extensão das fachadas não caracterizadas como empenas cegas das edificações de uso exclusivo, dos centros comerciais e das edificações reconhecidas pelo Poder Executivo como *shopping centers*, a instalação de painéis, limitando-se a área total de todos os painéis a cinquenta por cento das fachadas, observada a desobstrução integral de janelas, aberturas ou quaisquer vãos de iluminação, ventilação ou observação.

Art. 48. Nas áreas livres dos *Shopping Centers* e Centros Comerciais, quando for apoiado diretamente no solo ou em estruturas nele fixadas, não poderá exceder a altura máxima de 6 m (seis metros) e deverão manter a distância mínima de 10 m (dez metros) do alinhamento da calçada.

§ 1º. Fica dispensado de licenciamento e pagamento da Taxa de Licença de Publicidade, os painéis instalados nas fachadas de lojas situadas no interior de *shopping centers*, centros comerciais e galerias, desde que a publicidade não esteja projetada para o exterior da edificação.

§ 2º. Nas áreas internas comuns dos *shopping centers* e centros comerciais, fica permitida a instalação de painéis previstos nos incisos III e IV do art. 16 desta Lei Complementar, observando-se o disposto no Código Tributário do Município.

§ 3º São livres as dimensões dos painéis e engenhos publicitários instalados em interiores de *shopping centers* e centros comerciais, desde que não projetados para o exterior, observados o disposto no § 2º deste artigo e no art. 97.

Capítulo III

Em Postos de Combustíveis

Art. 49. Os engenhos instalados em postos de serviços e revenda de combustíveis deverão obedecer às seguintes disposições:

I – é permitida a instalação de “bandeira do posto” fixada ao solo, de acordo com as normas da legislação federal, sem projeção horizontal total ou parcial no logradouro público e sem ultrapassar a menor das seguintes alturas:

- a) altura da edificação (ou cobertura);
- b) altura de 6 m (seis metros).

II - é permitido um painel eletrônico abaixo da cobertura e nos limites da projeção horizontal desta, com as seguintes características:

- a) dimensões máximas de 2,5 m (dois metros e cinquenta centímetros) de largura e de 1 m (um metro) de altura;
- b) observância de cota máxima do painel em 4 m (quatro metros), medida a partir do nível do solo até a parte superior do painel
- c) veiculação de mensagem apenas em uma face da estrutura;

d) veiculação de publicidade exclusivamente de produtos e serviços relativos às atividades constantes do Alvará de Licença para Estabelecimento;

e) afixação de apenas um engenho no imóvel.

III – não é permitida a instalação de publicidade de terceiros na área dos postos de combustíveis;

IV – é permitida a livre instalação de painéis, faixas, galhardetes, cavaletes e outros engenhos publicitários no interior do posto ou nos limites internos da cobertura, observada a restrição quanto ao painel eletrônico, conforme o inciso II.

Art. 50. A veiculação de publicidade por meio das estruturas referidas nos incisos I e II do art. 49 está sujeita à prévia obtenção licença e ao pagamento do valor correspondente da Taxa de Veiculação de Publicidade em Áreas Particulares.

Art. 51. A veiculação de publicidade por meio dos equipamentos referidos no inciso IV do art. 49 independe de licença prévia e não está sujeita à Taxa de Veiculação de Publicidade em Áreas Particulares.

Art. 52. Considera-se interior do posto, para efeito da aplicação do benefício previsto no art. 51, a área compreendida nos limites da cobertura.

Art. 53. Os postos deverão manter, no interior da área compreendida pelos limites do terreno, placas de indicação dos preços dos combustíveis.

Parágrafo único. As dimensões das placas e dos dizeres serão livres, garantindo-se em qualquer caso a perfeita leitura dos preços pelos consumidores.

Capítulo IV

Em Estádios e Outras Dependências de Clubes

Art. 54. A veiculação de publicidade em estádios e outras edificações e dependências integrantes de clubes de futebol de campo profissional ou de clubes sociais reconhecidos como associações civis sem fins lucrativos atenderá às normas gerais desta Lei Complementar, excetuando-se as restrições de zoneamento, e observando-se as seguintes disposições:

I – a área máxima de cada painel não ultrapasse 30 m² (trinta metros quadrados);

II – a área máxima total destinada à exibição em engenhos compostos por mais de dois painéis não ultrapasse 60 m² (sessenta metros quadrados);

III – a distância mínima entre os engenhos seja de 15 m (quinze metros);

IV – não será permitida a instalação de painéis e engenhos nas coberturas;

V – os engenhos e painéis não ultrapassem os limites frontais, laterais e posteriores da edificação;

VI – quando em estrutura apoiada diretamente no solo, a altura máxima do painel não poderá exceder a 6 m (seis metros);

VII – será permitida a publicidade por qualquer tipo de iluminação e sistema de inserção de imagem, nos termos definidos nos incisos III e IV do art. 19 desta Lei Complementar.

Art. 55. A veiculação de publicidade não amparada nas condições elencadas no art. 54 sujeitar-se-á estritamente às regras relativas à veiculação de publicidade em imóveis edificados.

CAPÍTULO V

Em Imóveis em Construção

Art. 56. Nos engenhos instalados em imóveis em construção, permitir-se-á apenas mensagens do empreendimento imobiliário e dos empreendedores.

§ 1º Serão considerados publicitários os anúncios veiculados nos imóveis em construção, excluídos os obrigatórios por legislação federal, estadual ou municipal.

§ 2º Somente será permitida a instalação de painéis, sem alternância ou movimentos, em imóveis em construção e não poderão projetar-se sobre o passeio ou a calçada.

§ 3º Fica vedado anúncio em toda a extensão do tapume de obra, salvo aqueles que mencionem, exclusivamente, o empreendimento imobiliário.

Art. 57. Fica autorizada, nos imóveis em construção, a colocação de painéis afixados ao solo com área máxima de 42 m² (quarenta e dois metros quadrados) e cuja aresta superior não ultrapasse o limite máximo de 6 m (seis metros), contados do nível do solo.

Parágrafo único. Fica permitida a instalação de conjunto de painéis em imóveis em construção, com as mesmas dimensões, de modo a manter em relação a grupos adjacentes ou qualquer outro engenho publicitário, um espaçamento mínimo de 200 m (duzentos metros) entre eles, medidos no alinhamento.

Art. 58. Nos imóveis em construção ou em reforma, com exceção dos localizados em Zona Turística, permitir-se-á a afixação de uma mensagem por face, em telas de proteção de obra, desde que não exceda a cinquenta por cento da área total da tela protetora, podendo ser iluminada.

§ 1º A mensagem deverá ser aplicada por método de impressão digital que preserve a transparência e a aeração da tela suporte, sem alterar suas características funcionais.

§ 2º O período de exibição da mensagem não poderá exceder ao concedido formalmente para a execução da obra.

Art. 59. Uma vez concedido o habite-se parcial, a autorização para exibir ou manter o painel poderá ser deferida até o prazo máximo de trinta dias após a sua concessão.

CAPÍTULO VI

Em Imóveis não Edificados

Art. 60. Em área livre de imóveis não edificados, a instalação de painéis apoiados diretamente no solo ou em estruturas nele fixadas não poderá exceder a altura máxima de 6 m (seis metros) e a área máxima do engenho não poderá ultrapassar a 30 m² (trinta metros quadrados).

Art. 61. Em área livre de imóveis não edificados, fica permitida a instalação de duas tabuletas, apoiadas em estruturas metálicas fixadas ao solo, não podendo exceder a altura máxima de 6 m (seis metros) contados a partir do nível do meio-fio fronteiro ao imóvel.

Art. 62. Fica permitida a instalação de, no máximo, um conjunto de até cinco painéis com as mesmas dimensões, de modo a manter em relação a grupo adjacente ou qualquer outro engenho um espaçamento mínimo de 50 m (cinquenta metros) entre eles, medidos no alinhamento, não podendo a aresta superior do engenho publicitário ultrapassar a altura de 6 m (seis metros).

Art. 63. Os painéis ou tabuletas instaladas nas áreas livres de imóveis não edificados deverão manter um espaçamento mínimo de 200 m (duzentos metros) em relação a outro veículo publicitário instalado na mesma posição de outro imóvel.

CAPÍTULO VII

Em Áreas Públicas

Seção I

Mobiliário Urbano

Art. 64. A veiculação de anúncios em mobiliário urbano deverá respeitar os termos estabelecidos no processo licitatório de iniciativa do Poder Executivo, não podendo o artefato de mobiliário:

I – obstruir a circulação de pedestres ou configurar perigo ou impedimento à locomoção de pessoas com deficiência ou mobilidade reduzida;

II – ocupar ou estar projetado sobre o leito carroçável das vias.

Seção II

Bancas de Jornais e Revistas

Art. 65. Nas bancas de jornais e revistas serão permitidas as seguintes formas de publicidade:

I – a fixação de cartazes referentes aos jornais, revistas e demais periódicos comercializados, não podendo o seu tamanho exceder o de uma folha da publicação divulgada;

II – a instalação na cobertura de um engenho luminoso com dimensões que não ultrapassem as dimensões da banca, espessura máxima de dez centímetros, altura máxima de quarenta centímetros e número máximo de faces igual ao número de lados da cobertura;

III – a instalação de um painel, luminoso ou não, com espessura máxima de dez centímetros e área total não superior a 10 m² (dez metros quadrados), na face posterior da banca ou em uma de suas faces laterais.

§ 1º As mensagens exibidas no painel indicado no inciso III poderão ser fixas, rotativas ou eletrônicas.

§ 2º O painel referido no inciso III deverá ser afixado no mesmo plano da banca, não podendo sua projeção horizontal ou vertical ultrapassar os limites do equipamento.

§ 3º Pelo menos uma das vitrines das laterais das bancas será destinada exclusivamente à fixação de jornais, revistas e demais periódicos comercializados.

Art. 66. A banca de jornais e revistas deverá ser posicionada na calçada de modo que a sua face posterior fique rigorosamente paralela com o alinhamento do logradouro e em contiguidade com o limite interno do meio-fio.

Art. 67. A autorização de publicidade em bancas de jornais e revistas será mantida enquanto estiverem sendo:

I – observadas as normas previstas na Lei nº 3.425, de 22 de julho de 2002, especialmente no que se refere às atividades exercidas, conforme previsão do art. 2º da Lei nº 3.425, de 2002;

II – pagas as taxas previstas na legislação tributária;

III – respeitadas as demais normas que regem a matéria.

Art. 68. Na hipótese de caracterização da utilização da banca de jornais e revistas apenas para veiculação de publicidade, sem funcionamento do equipamento nos termos do art. 67, será imediatamente cancelada a autorização de veiculação de publicidade e a autorização de funcionamento da banca de jornais e revistas.

Seção III

Módulos de Chaveiros

Art. 69. Nos módulos de chaveiros, somente será permitida a instalação de um painel luminoso em sua face posterior e um painel luminoso em uma das laterais, referente à razão social ou nome de fantasia do responsável pelo módulo, com área total dos painéis não superior a 2 m² (dois metros quadrados) e espessura máxima de 12 cm (doze centímetros), contando a partir da superfície de apoio, não sendo permitido veiculação de publicidade de terceiros.

Parágrafo único. Os painéis deverão ser afixados no mesmo plano do módulo de chaveiro, podendo sua projeção horizontal ou vertical ser de, no máximo, 10 cm (dez centímetros).

Seção IV

Dispositivos Especiais

Art. 70. A exibição de publicidade em veículos de transporte de carga será autorizada em sua carroceria e nas áreas envidraçadas, desde que:

- I – a mensagem se vincule com a atividade do seu proprietário ou arrendatário, exceto nos veículos de transporte de passageiros;
- II – a mensagem seja pintada diretamente na carroceria, sobreposta por adesivos ou por meio de painéis a ela afixados;
- III – seja observada a Lei Federal nº 9.503, de 23 de setembro de 1997 - Código de Trânsito Brasileiro (CTB), que rege a matéria.

Parágrafo único. A publicidade poderá ser exibida nas laterais e na traseira do veículo.

Art. 71. A veiculação de publicidade em veículos automotores de transporte individual de passageiros (táxis) será permitida através de painéis e/ou inscrição de publicidade, obedecidas as seguintes normas:

- I – os painéis serão afixados sobre o teto do veículo, no sentido longitudinal, com altura máxima de vinte centímetros e não poderão ultrapassar os limites do teto;
- II – a inscrição de publicidade no vidro traseiro do veículo poderá ser feita através da aplicação de adesivo que mantenha cinquenta por cento de transparência de dentro para fora;
- III – poderá ser exibido painéis digitais, rotativos ou eletrônicos.

Art. 72. É permitida a exibição de publicidade apenas nas áreas internas e no vidro traseiro dos ônibus integrantes do Sistema de Transportes Coletivos do Município e nos ônibus de serviço de fretamento e turismo e seus equivalentes.

§ 1º A publicidade exibida no para-brisa traseiro do veículo não poderá exceder um metro e quarenta centímetros de comprimento e oitenta centímetros de altura ou, alternativamente, outras medidas de comprimento e largura, desde que não ultrapasse 1,12 m² (um metro quadrado e doze decímetros quadrados).

§ 2º O número do telefone do Disque-Denúncia, previsto no art. 1º da Lei nº 2.422, de 4 de junho de 1996, passa a ser obrigatório na parte traseira da carroceria de todos os ônibus do Município do Rio de Janeiro.

§ 3º A propaganda interna dos ônibus integrantes do Sistema de Transportes Coletivos do Município poderá ser feita por meio de:

I – adesivos instalados no vidro atrás do assento do motorista e/ou instalados em sancas acima dos vidros;

II – mídia digital, projetada exclusivamente para os lados internos do veículo.

Art. 73. Será permitida a veiculação de publicidade em veículos metroviários, ferroviários, barcas e de transporte público que integram o sistema do Veículo Leve Sobre Trilhos (VLT), por meio de envelopamento e adesivos sobre a carroceria e embarcação, inclusas as suas áreas envidraçadas laterais.

§ 1º O envelopamento das unidades do sistema VLT poderá ser feito em todas as áreas laterais do veículo, desde que respeitem as normas de segurança e visibilidade das áreas envidraçadas.

§ 2º Fica permitido o envelopamento de veículos de transporte de condomínios e de clubes.

§ 3º É permitida a veiculação de publicidade de terceiros em veículos de condomínios, mediante o pagamento da Taxa de Autorização de Publicidade.

§ 4º É vedada a veiculação de publicidade de terceiros em veículos de clubes.

Art. 74. Os textos, logotipos e imagens veiculadas em veículos de transporte de carga e de passageiros não poderão confundir os condutores em relação à sinalização de trânsito, os sinais luminosos dos veículos e impedir sua identificação, atendidas as definições da Lei Federal nº 9.503, de 1997, Código de Trânsito Brasileiro – CTB.

Art. 75. As publicidades expostas em veículos de transporte de carga, de passageiros e nos ônibus de serviço de fretamento e turismo e seus equivalentes deverão observar as normas dos órgãos competentes, inclusive as normas gerais do Conselho Nacional de Trânsito – CONTRAN.

Art. 76. Para os demais veículos publicitários, observar-se-ão as seguintes disposições:

I – boia, flutuante ou embarcação:

- a) serão permitidos somente em eventos esportivos devidamente autorizados pelo Poder Executivo, não podendo permanecer em instalações fixas nas praias, nas encostas, nas margens dos lagos e lagoas;
- b) sua instalação não poderá ocorrer dentro das faixas de segurança das embarcações e banhistas.

II – balão inflável:

- a) a instalação do engenho seguirá as normas de segurança da Agência Nacional de Aviação Civil – ANAC;
- b) somente poderá ser autorizado para instalação no interior de áreas particulares, durante a realização de eventos.

III – avião, asa delta, ultraleve, dirigível e assemelhados: poderão apresentar mensagem publicitária em sua estrutura, ou conduzirem faixas, respeitadas as normas de segurança da Agência Nacional de Aviação Civil – ANAC;

IV – motocicletas, bicicletas e triciclos:

- a) poderá ser utilizado para veiculação de mensagem promocional em painel, com área total de um metro e meio quadrado;
- b) os condutores deverão observar as normas de segurança estabelecidas pela Lei Federal nº 9.503, de 1997 – Código de Trânsito Brasileiro - CTB.

V – faixas ou galhardetes:

- a) serão permitidos como propaganda de caráter assistencial, cívico, esportivo, educacional, científico, turístico, festivo, artístico ou cultural, em locais determinados e transitoriamente;
- b) serão permitidos como propaganda provisória quando objetive a promoção de festas, reuniões e comemorações afins, se colocadas em imóveis de clubes e entidades similares.

Parágrafo único. A veiculação de marcas ou quaisquer referências a empresas e produtos em faixas e galhardetes observará as seguintes restrições:

I – ocupação de no máximo 20% (vinte por cento) da área total da faixa ou galhardete;

II – inserção dentro dos limites do quinto inferior da faixa ou galhardete.

TÍTULO IX

Dos Acordos de Cooperação para a Restauração de Bens de Valor Cultural, Histórico, Artístico ou Ambiental

Art. 77. O Poder Executivo, por decisão do Prefeito, poderá celebrar acordos de cooperação com a iniciativa privada ou com órgãos públicos de outros entes da Federação para autorizar a veiculação de publicidade de características diferenciadas, de maior ou menor impacto na paisagem urbana, em caráter excepcional e por prazo determinado, para viabilização financeira de obras ou projetos de restauração ou conservação de bens públicos ou particulares de valor cultural, histórico, artístico ou ambiental.

Parágrafo único. Incluem-se entre os bens suscetíveis de celebração de acordos de cooperação as praças, parques, áreas verdes, canteiros ajardinados, jardineiras, monumentos, chafarizes, fontes e elementos paisagísticos em geral.

Art. 78. A veiculação de publicidade decorrente da celebração de acordo de cooperação referido no art. 77 ficará dispensada de atender às condições restritivas previstas nesta Lei Complementar, inclusive no que concerne a zoneamento, tombamentos, áreas de proteção histórica ou cultural, localização, dimensões e meios de veiculação, comprovando-se, em qualquer caso:

I – a devida proporcionalidade entre os rendimentos e vantagens auferidos com a veiculação de publicidade e os valores e serviços destinados a obras ou projetos de restauração ou conservação do bem;

II – os motivos que justificam a celebração do acordo de cooperação;

III – o planejamento ou a adoção de providências que eliminem ou atenuem eventuais incômodos à coletividade e aos particulares afetados pela veiculação publicitária objeto do acordo de cooperação;

Art. 79. O Poder Executivo providenciará a plena publicidade dos termos constantes dos acordos de cooperação para a restauração de bens de valor cultural, histórico, artístico ou ambiental celebrados, assim como dos procedimentos administrativos associados com a celebração.

Art. 80. O Poder Executivo publicará, no prazo máximo de 90 (noventa) dias, a partir da data de publicação desta Lei Complementar, decreto para disciplinar a celebração dos acordos de cooperação instituídos pelo art. 77, definindo competências, condições, vedações, procedimentos administrativos e outras normas específicas pertinentes à matéria.

Art. 81. Qualquer particular poderá propor ao Poder Executivo a celebração de acordo de cooperação para a restauração de bens de valor cultural, histórico, artístico ou ambiental, devendo a apresentação da proposta conter todas as informações necessárias para a sua apreciação.

Art. 82. A constatação de descumprimento, total ou parcial, do acordo de cooperação acarretará o cancelamento da veiculação publicitária, procedendo-se à sua imediata inativação e retirada, sem prejuízo de outras medidas administrativas e providências cabíveis.

TÍTULO X

DAS PROIBIÇÕES E RESTRIÇÕES

Art. 83. Não será permitida, em todo o território do Município do Rio de Janeiro, a veiculação de publicidade:

I – por meio de engenhos publicitários nas praias, na orla marítima e na faixa de domínio de lagoa, lagos e represas, exceto em caso de:

a) hipóteses previstas no art. 463, §§ 7º e 8º, da Lei Orgânica do Município;

b) eventos;

c) publicidades instaladas em mobiliário urbano licitado e sob contrato de concessão;

d) bancas de jornais e revistas.

II – em encosta de morro, habitado ou não;

III – em área florestada;

IV – em cabines de segurança, lixeiras, quiosques de plantas e flores e postos de salvamento da orla marítima, excetuados, neste último, os painéis institucionais de interesse público;

V – por meio de engenhos publicitários em Unidades de Conservação da Natureza;

VI – contrária à legislação penal;

VII – que prejudique o direito de terceiros;

VIII – ofensiva à moral e aos bons costumes ou a indivíduos, estabelecimentos, instituições ou crenças;

IX – por meio de engenhos publicitários instalados sobre ou no interior de túnel;

X – com uso incorreto do vernáculo;

XI – que prejudique a aeração, ventilação ou a iluminação do imóvel, ressalvadas situações temporárias, em caráter excepcional;

XII – por meio de pintura, painéis, cartazes, adesivos e outros engenhos afixados em gradis, torres ou postes de transmissão de energia elétrica, pilotis e árvores;

XIII – em parques públicos, praças e jardins, ressalvados os casos de veiculação publicitária associada ao mobiliário urbano licitado, às bancas de jornais e revistas e à celebração de acordos de cooperação indicados no art. 77;

XIV – em postes, colunas e placas da sinalização de trânsito vertical e semafórica ou em quaisquer outros equipamentos ou instalações dos logradouros públicos, exceto as publicidades instaladas no mobiliário urbano licitado e sob contrato de concessão, módulos de chaveiros e bancas de jornais e revistas e as de caráter educativo e informativo de condições de trânsito e outras de interesse público;

XV – por meio de engenhos publicitários afixados na estrutura de pontes, passarelas e viadutos;

- XVI – que vedem a visão de áreas verdes, praias, lagos, rios, riachos, ilhas, praças e curvas de logradouros públicos;
- XVII – por meio de pintura direta ou colagem sobre muro ou tapume;
- XVIII – nos dutos de gás e abastecimento de água, hidrantes ou castelos e torres d'água;
- XIX – na pavimentação asfáltica, em meios-fios ou em quebra-molas;
- XX – relativa a fumo e seus derivados;
- XXI – em equipamentos contra incêndio;
- XXII – relativa a bebidas alcoólicas cujo teor de álcool seja superior a 13 °GL (treze graus Gay-Lussac);
- XXIII – em próprios municipais sem autorização expressa de uso do imóvel para este fim por parte do órgão competente;
- XXIV – que ofereça perigo físico ou risco material, atual ou iminente, à vida ou a segurança da população;
- XXV – em mau estado de conservação no aspecto visual e estrutural;
- XXVI – em locais significativos da paisagem do Rio de Janeiro, assim considerados os morros, os maciços vegetais expressivos, os parques, os monumentos públicos, as obras de arte, os prédios tombados e as estátuas;
- XXVII – em escolas públicas municipais, templos e outros locais destinados a cultos religiosos, sem autorização expressa de uso do imóvel para este fim por parte do órgão ou instituição competente;
- XXVIII – que não observe a distância mínima em relação a emboques e desemboques de túneis, de pontes e de viadutos, conforme prevista na Lei Orgânica do Município;
- XXIX – que encubra, mesmo que parcialmente, a visibilidade de bens tombados;
- XXX – que prejudique a edificação em que estiver instalado ou as edificações vizinhas;
- XXXI – que prejudique, por qualquer forma, a insolação ou a aeração da edificação em que estiver instalado ou a dos imóveis vizinhos;
- XXXII – que apresente conjunto de formas e cores que se confundam com as convencionadas internacionalmente para as diferentes categorias de sinalização de trânsito;
- XXXIII – que apresente conjunto de formas e cores que se confundam com as consagradas pelas normas de segurança para a prevenção e o combate a incêndios;
- XXXIV – em cabines de segurança, cabines de telefone, lixeiras e quiosques de flores;
- XXXV – em veículos de transporte coletivo de passageiro tipo “van” e congêneres;
- XXXVI – na área do Centro Histórico do Município do Rio de Janeiro, criado pelo Decreto nº 29.411, de 10 de junho de 2008, excluindo-se a publicidade veiculada por meio de mobiliário urbano licitado e sob contrato de concessão; a publicidade veiculada em veículos de transporte coletivo do Sistema de Transportes Coletivos do Município e Individual (táxi); a publicidade veiculada em bancas de jornais e revistas, painéis indicativos e painéis institucionais de interesse público;

XXXVII – nas partes internas e externas de hospitais públicos, prontos-socorros e postos de atendimento médico municipais, exceto as que digam respeito à denominação e a eventos relacionados com a área de saúde;

XXXVIII – veiculada mediante uso de animais;

XXXIX – em cavaletes nas calçadas e nos logradouros públicos;

XL – que obstrua ou prejudique a visibilidade da sinalização, placas de numeração, nomenclatura dos logradouros e outras de interesse público;

XLI – que tenha sua projeção horizontal avançando sobre a faixa de rolamento das vias públicas;

XLII – que avance com sua projeção além da divisa do lote ou projeção no qual estiver situado, para os meios de publicidade fixados no solo;

XLIII – que danifiquem ou ponham em risco o funcionamento das redes de infraestrutura das concessionárias de serviços públicos;

XLIV – que se localizem nas proximidades de redes de energia elétrica ou de telefonia, no caso de equipamento eólico com capacidade de flutuação no ar;

XLV – em linhas e postes de transmissão ou em qualquer equipamento ou objeto de sinalização;

XLVI – em qualquer lugar dos assentos dos veículos de passageiros que compõem os ônibus do sistema municipal de passageiros;

XLVII – em painéis publicitários que tenham visibilidade para o fluxo de trânsito nos seguintes logradouros, independentemente do zoneamento:

a) Avenida Carlos Lacerda (Linha Amarela);

b) Corredor Presidente Tancredo Neves (Trans Olímpica);

c) Viaduto Engenheiro Freyssinet (Viaduto da Avenida Paulo de Frontin).

§ 1º. Para os efeitos da aplicação do inciso XXVIII do *caput*, considerar-se-á somente a distância medida a partir dos emboques e desemboques propriamente ditos.

§ 2º Exclui-se da vedação do inciso I do *caput* a exposição de publicidade em mobiliários urbanos e seus acréscimos e periféricos, localizados na calçada limítrofe às faixas de areia banhadas pelo mar, desde que:

I – a veiculação de publicidade não ultrapasse os limites dos mobiliários e de suas partes acessórias;

II – a utilização dos mobiliários e exploração de publicidade que estejam autorizados em contrato precedido de licitação

III – sejam respeitados os convênios com a União Federal.

§ 3º. Em nenhuma hipótese será permitido painéis publicitários rotativos ou eletrônicos em veículos de transporte de qualquer natureza, excetuada a previsão do art. 71 desta Lei Complementar.

Art. 84. Nenhum anúncio poderá ser exibido se:

I – veicular mensagens de produtos proibidos ou que estimulem qualquer tipo de poluição ou degradação do ambiente natural;

II – for ofensivo à moral e aos bons costumes ou contiver referências desprimorosas a indivíduos, estabelecimentos, instituições ou crenças;

III – favorecer ou estimular qualquer espécie de ofensa ou discriminação racial, social, política ou religiosa;

IV – veicular elementos que possam induzir as atividades criminosas ou ilegais à violência, ou que possam favorecer, enaltecer ou estimular tais atividades;

V – exibir imagens que sugiram a oferta de práticas sexuais, em propagandas de boates, casas noturnas e estabelecimentos congêneres.

TÍTULO XI

Da Licença e da Autorização

Art. 85. Compete ao Secretário Municipal de Fazenda e Planejamento autorizar a exibição de publicidade, podendo delegá-la ao Coordenador de Licenciamento e Fiscalização.

Parágrafo único. O Coordenador de Licenciamento e Fiscalização poderá subdelegar, conforme a necessidade e especificidade dos painéis, aos gerentes dos setores da estrutura da coordenadoria.

Art. 86. A licença ou a autorização para exibir publicidade, conforme o caso, poderá ser requerida diretamente pelo próprio estabelecimento, nos termos do parágrafo único do art. 13 desta Lei Complementar, ou através de empresa de publicidade registrada na Secretaria designada pelo Poder Executivo, nos termos definidos nesta Lei Complementar.

§ 1º O pedido de licença ou autorização para veiculação de publicidade será formulado exclusivamente por requerimento eletrônico e deverá ser apreciado no prazo máximo de 30 (trinta) dias após a protocolização, instruído dos seguintes elementos, conforme cada caso:

I – tabuletas:

a) planta de situação contendo a posição do engenho em relação ao logradouro e/ou estabelecimento;

b) prova de direito ao uso de local;

c) Alvará de Licença para Estabelecimento;

d) termo de registro na Coordenadoria de Licenciamento e Fiscalização.

II – painéis indicativos:

a) planta de situação contendo a posição do engenho em relação ao logradouro e/ou estabelecimento, incluindo o projeto cotado com a área total na qual será inserida a mensagem ou anúncio, o tipo de material e a iluminação a ser empregada, conforme o caso;

b) Alvará de Licença para Estabelecimento.

III – painéis publicitários:

a) planta de situação contendo a posição do engenho em relação ao logradouro e ao estabelecimento, incluindo o projeto cotado com a área total na qual será inserida a mensagem ou anúncio, o tipo de material e a iluminação a ser empregada, conforme o caso;

b) prova de direito ao uso do local;

c) Alvará de Licença para Estabelecimento, Autorização de Uso de Área Pública em vigor ou comprovante de pagamento da Taxa de Uso de Área Pública, conforme cada caso;

d) termo de registro na Coordenadoria de Licenciamento e Fiscalização;

e) autorização do condomínio, para os painéis instalados nas empenas cegas das edificações.

IV – equipamentos de mobiliário urbano, incluídos os indicadores de logradouros, hora e temperatura, abrigos de pedestres, totens informativos (MUPI'S), aspersores, sanitários públicos, colunas multiuso e outros equipamentos de mobiliário urbano, desde que tenham sido licitados e estejam sob contrato de concessão; bancas de jornais e revistas, módulos de chaveiros:

a) planta de situação com exato posicionamento do lado par ou ímpar de um logradouro com o lado par ou ímpar do logradouro interceptor, incluindo o projeto cotado com a área total na qual será inserida a mensagem ou anúncio, o tipo de material e a iluminação a ser empregada, conforme o caso;

b) prova de direito ao uso do local, que poderá ser substituída pela Taxa de Obras Realizadas em Logradouros Públicos ou pela Taxa de Uso de Área Pública, conforme o caso;

c) autorização de uso de área pública;

d) termo de registro na Coordenadoria de Licenciamento e Fiscalização.

V – faixas, balões, boias flutuantes, bicicletas, motocicletas, triciclos e aviões:

a) indicação da mensagem a ser veiculada, bem como cópia de desenho e alegorias a serem empregados, quando for o caso;

b) projeto cotado, incluindo a área total na qual será inserida a mensagem ou anúncio, o tipo de material e a relação das placas dos veículos a ser inserida a mensagem;

c) autorização do órgão competente, quando for o caso.

VI – veículos de transporte de carga e de transporte de passageiros coletivo: projeto cotado, incluindo a área total na qual será inserida a mensagem ou anúncio, o tipo de material e a relação das placas dos veículos nos quais será inserida a mensagem.

§ 2º Caso o órgão competente da Secretaria Municipal de Fazenda e Planejamento não aprecie injustificadamente o pedido no prazo previsto no § 1º, o interessado estará autorizado a instalar o painel requerido.

Art. 87. Cumpridas as exigências no processo administrativo, a Taxa de Autorização de Publicidade ou a Taxa de Licença de Publicidade será expedida em até setenta e duas horas.

Art. 88. A licença de veiculação de publicidade em áreas particulares será renovada enquanto estiver sendo paga a taxa prevista na legislação tributária e respeitando o disposto nas demais normas que regem a matéria.

§ 1º A renovação da licença e da autorização para veiculação de publicidade será feita anualmente, quando exigível nos termos do Código Tributário do Município, com a apresentação do projeto aprovado do engenho no ano anterior e do comprovante de pagamento da taxa do exercício anterior, sendo ultimada com o pagamento da taxa do exercício corrente, dispensada a formalidade do requerimento.

§ 2º Nos termos do Código Tributário do Município, não se considera alteração de mensagem a simples alteração de características de texto, cor, imagem ou elementos gráficos do anúncio.

Art. 89. A autorização de veiculação de publicidade será revogada em caso de interesse público justificado e fundamentado.

TÍTULO XII

Da Tributação

Art. 90. A Taxa de Licença de Veiculação em Áreas Particulares e a Taxa de Autorização de Veiculação de Publicidade em Áreas Públicas será calculada de acordo com as normas estabelecidas no Código Tributário do Município.

TÍTULO XIII

DAS INFRAÇÕES E PENALIDADES

Art. 91. As multas e outra sanções aplicáveis por veiculação irregular de publicidade estão previstas na Lei nº 691, de 24 de dezembro de 1984.

Art. 92. A licença de veiculação de publicidade será:

I – **cassada**, quando:

a) for constatada a alteração das características do anúncio referente à estrutura, sustentação e forma de veiculação;

b) houver infringência a qualquer das disposições desta Lei Complementar, caso não sejam sanadas as irregularidades dentro dos prazos previstos;

II – **anulada**, quando:

a) o licenciamento tiver sido concedido com inobservância de preceitos legais ou regulamentares;

b) ficar comprovada a falsidade ou a inexatidão de qualquer declaração ou documento.

§ 1º. A decisão da autoridade de cassar ou anular a licença deverá ser precedida de prazo de dez dias corridos, para defesa prévia, contados do recebimento da notificação pelo interessado.

§ 2º. Conceder-se-á ao interessado prazo de dez dias corridos da publicação da cassação ou anulação da licença para retirada da publicidade e do respectivo equipamento.

Art. 93. A autorização de veiculação de publicidade será:

I – **cassada**, quando:

a) for constatada a alteração das características do anúncio referente à estrutura, sustentação e forma de veiculação;

b) houver infringência a qualquer das disposições desta Lei Complementar, caso não sejam sanadas as irregularidades dentro dos prazos previstos.

II – **anulada**, quando:

a) o licenciamento tiver sido concedido com inobservância de preceitos legais ou regulamentares;

b) ficar comprovada a falsidade ou a inexatidão de qualquer declaração ou documento.

§1º. A decisão da autoridade de cassar ou anular a autorização deverá ser precedida de prazo de dez dias corridos, para defesa prévia, contados do recebimento da notificação pelo interessado.

§2º. Conceder-se-á ao interessado prazo de dez dias corridos da publicação da cassação ou anulação da autorização para retirada da publicidade e do respectivo equipamento.

Art. 94. Para os efeitos desta Lei Complementar são considerados infratores as empresas exibidoras responsáveis pela veiculação da publicidade ou o anunciante, quando este fizer diretamente a exibição da publicidade.

TÍTULO XIV

Das Disposições Gerais

Art. 95. Nos dispositivos desta Lei Complementar que disponham sobre espaçamento mínimo entre engenhos de publicidade, isolados ou em conjunto, da mesma espécie ou não, na mesma posição relativamente a outro imóvel, terá preferência para instalação:

I – o anunciante ou a empresa de propaganda que há mais tempo, de forma ininterrupta, exiba no local publicidade regularmente autorizada em processo da Secretaria Municipal de Fazenda e Planejamento;

II – o anunciante ou a empresa de propaganda que detenha contrato de locação mais antigo para o local de instalação do engenho averbado no Registro de Imóveis ou outro título concessivo do direito de uso do local, com os registros competentes conforme o caso.

Art. 96. Em todos os anúncios veiculados por terceiros, excetuando-se os instalados em veículos de transporte de passageiros individuais e coletivos, deverão constar, de forma visível, o nome da empresa exibidora e o número de registro na Gerência de Publicidade da Secretaria Municipal de Fazenda e Planejamento.

Art. 97. Os engenhos afixados em empenas cegas, bem como os engenhos cuja área, isolada ou conjuntamente, ultrapasse 30 m² (trinta metros quadrados), terão seu pedido de autorização ou licença instruído com projeto assinado por profissional que será responsável por sua instalação e segurança.

Parágrafo único. Os profissionais que assinarem os projetos responderão pelo cumprimento das normas desta Lei Complementar, bem como pela segurança dos engenhos, não cabendo ao Poder Público Municipal responsabilidade decorrente de danos materiais ou pessoais que porventura venham a ser causados em razão da instalação ou conservação dos engenhos.

Art. 98. As disposições desta Lei Complementar aplicam-se à propaganda eleitoral, naquilo que não contrariar a legislação federal específica.

Art. 99. Os painéis indicativos e os painéis instalados em bancas de jornais e revistas e demais mobiliários urbanos na forma definida no inciso XXIX do art. 2º desta Lei Complementar não sofrem restrições de zoneamento.

Art. 100. A exibição de qualquer publicidade não prevista nesta Lei Complementar, bem como a delimitação e definição de áreas especiais para a exibição de publicidade de interesse público, especialmente em áreas que sofreram transformações arquitetônicas ou áreas específicas degradadas que necessitam de recuperação, dependerá de prévia autorização do Poder Executivo.

Parágrafo único. Os engenhos de publicidade previstos no *caput* deste artigo deverão ser apresentados em forma de projetos de revitalização de áreas degradadas ou de transformação, acompanhados de estudo de viabilidade econômica, bem como definindo a contrapartida destinada à Prefeitura.

Art. 101. Os painéis de publicidade que não estiverem previstos nesta Lei Complementar, bem como os que não estejam enquadrados nos zoneamentos previstos no Anexo I desta Lei Complementar poderão ser autorizados excepcionalmente pelo Poder Executivo, em caráter temporário e especial, visando a divulgar eventos de interesse público, especialmente nas áreas de saúde, educação, cultural, social e esportivo.

Art. 102. Os anunciantes e as empresas de publicidade terão um prazo máximo de 90 (noventa) dias para adaptarem os engenhos autorizados às normas desta Lei Complementar, a partir da data de sua publicação.

Parágrafo único. As novas licenças e autorizações para exibição de publicidade deverão observar o disposto na presente Lei Complementar, a partir da data de sua publicação.

Art. 103. O Poder Executivo terá direito a um minuto a cada hora de exibição em painéis rotativos ou eletrônicos, visando a divulgar eventos de interesse público, especialmente de saúde, educação, cultural, social e esportivo.

Art. 104. As autorizações provisórias em eventos, prevista no inciso V do art. 16 desta Lei Complementar, serão concedidas pelo prazo máximo de 30 (trinta) dias, prorrogável uma única vez.

Parágrafo único. O Poder Executivo regulamentará as normas de publicidade em eventos no prazo de 90 (noventa) dias após a publicação desta Lei Complementar.

Art. 105. Nos espaços culturais, especialmente teatros, museus e casas de espetáculos, será permitido painel publicitário externo, com área máxima de 20 m² (vinte metros quadrados), visando a divulgar, ao vivo, para o público externo, as peças e demais eventos culturais, observadas as normas desta Lei Complementar.

Parágrafo único. Será permitida a exibição de publicidade dos patrocinadores fora dos horários das peças e eventos citados no *caput* deste artigo, com o objetivo de custear as produções.

Art. 106. A Lei nº 691, de 24 de dezembro de 1984, passa a vigorar com as seguintes alterações e acréscimos em sua redação:

“(…)

Art. 87. (...)

(...)

IV – da veiculação de meios de publicidade em áreas particulares – Taxa de Licença de Veiculação de Publicidade;

V – da veiculação de meios de publicidade em áreas públicas – Taxa de Autorização de Veiculação de Publicidade;

VI – da execução de obras em geral e da urbanização de áreas particulares – Taxa de Obra sem Áreas Particulares;

VII – da execução de obras em logradouros públicos – Taxa de Obras em Logradouros Públicos;

VIII – das instalações e atividades das permissionárias de cemitérios particulares e das concessionárias que administram cemitérios públicos – Taxa de Fiscalização de Cemitérios;

IX – das instalações e atividades sujeitas ao licenciamento e fiscalização da Vigilância Sanitária do Município – Taxa de Licenciamento Sanitário;

X – das atividades de drenagem pluvial urbana – Taxa de Licenciamento de Drenagem Pluvial Urbana.

(...)

Seção IV

Taxa de Licença de Veiculação de Publicidade e Taxa de Autorização de Veiculação de Publicidade.

(...)

Art. 92-A. A Taxa de Licença, relativa à veiculação de publicidade em áreas particulares e a Taxa de Autorização, relativa à disciplina da exploração de meios de publicidade em áreas públicas, a que se referem, respectivamente os incisos IV e V do art. 87, deverão ser pagas pela concessão da licença ou da autorização inicial para instalação de meio de exibição de publicidade, ou pela renovação, e será calculada de acordo com a aplicação da seguinte tabela e conforme o disposto nos parágrafos deste artigo:

(...)

A – FATOR ÁREA LICENCIADA OU AUTORIZADA PARA VEICULAÇÃO DA PUBLICIDADE.

P – FATOR PERÍODO DE VALIDADE DA LICENÇA OU AUTORIZAÇÃO.

§ 2º O Fator Área Licenciada ou Autorizada para Veiculação da Publicidade (A) utilizado na fórmula do § 1º corresponderá ao somatório das áreas contidas no meio de exibição de publicidade e utilizadas para veiculação, incluindo-se nelas as molduras e o fundo de base dos desenhos e mensagens, nos termos da legislação própria.

§ 3º Nos casos em que for estabelecido na legislação o modelo do meio de exibição de publicidade, o Fator Área Licenciada ou Autorizada para Veiculação da Publicidade (A) utilizado na fórmula do § 1º terá o valor da respectiva área, devendo essa área constar na especificação do modelo, desde que não superior ao valor resultante da aplicação das linhas da tabela do caput, observando-se, em todos os casos, o valor mínimo da taxa o equivalente à área de 1,0 (um) metro quadrado.

§ 4º O Fator Período de Validade da Licença ou da Autorização (P) utilizado na fórmula do § 1º será o valor resultante da multiplicação do número de meses ou fração do licenciamento por 1/12 (um doze avos).

§ 5º A taxa de Licença ou Autorização relativa à instalação de meios de exibição de publicidade:

I – situados nas empenas cegas, fachadas de edifícios, monitores de TV, painéis fixados no solo, Veículo Leve sobre Trilhos (VLT), Metrô, Rede Ferroviária e Aeroportos terá seu valor calculado com aplicação do fator multiplicador 4,0 (quatro);

(...)

VII – quando instaladas em bancas de jornais e revistas, terá seu valor calculado com aplicação do fator multiplicador 1,5 (um inteiro e cinco décimos).

(...)

§ 7º Quando se tratar de meio de exibição de publicidade instalado no próprio estabelecimento ou no local onde a atividade é exercida e sua mensagem contiver referência apenas à atividade ou ao estabelecimento, sem fazer menção a produtos, marcas ou nomes de terceiros, a taxa deverá ser paga apenas na licença inicial e terá seu valor calculado com a aplicação do fator multiplicador 0,3 (três décimos), observado o disposto no § 8º, e considerando-se o Fator Período de Validade da Licença (P) igual a 1 (um).

(...)

§ 10. A simples troca da mensagem veiculada em meio de exibição de publicidade já licenciada ou autorizada não acarretará exigência de nova taxa, salvo no caso da instalação no próprio estabelecimento ou no local onde a atividade é exercida a que se refere o § 7º, se a nova mensagem deixar de conter referência apenas à atividade ou ao estabelecimento ou passar a fazer menção a produtos, marcas ou nomes de terceiros.

(...)

§ 12. A taxa relativa à autorização para instalação, em logradouros públicos, de galhardetes e similares para divulgação de eventos, festividades ou atividades provisórias será de R\$ 150,00 (cento e cinquenta reais) por unidade e por dia.

(...)

Art. 124. (...)

I – instalar meio de publicidade sem a devida autorização:

Multas de:

a) cem por cento sobre o valor atualizado e calculado para tributação da taxa relativa a uma autorização ou licença para o período de 12 (doze) meses, observado o limite mínimo de R\$ 300,00 (trezentos reais);

b) cento e cinquenta por cento sobre o valor atualizado e calculado para tributação da taxa relativa a uma autorização ou licença para o período de 12 (doze) meses, observado o limite mínimo de R\$ 300,00 (trezentos reais), em caso de reincidência;

c) duzentos por cento sobre o valor atualizado e calculado para tributação da taxa relativa a uma autorização ou licença para o período de 12 (doze) meses, observado o limite mínimo de R\$ 300,00 (trezentos reais), em caso de segunda reincidência e demais reincidências;

II — instalar meio de publicidade em desacordo com as características aprovadas:

Multa: cinquenta por cento sobre o valor atualizado e calculado para tributação da taxa relativa a uma autorização ou licença para o período de 12 (doze) meses, observado o limite mínimo de R\$ 300,00 (trezentos reais);

III — instalar meio de publicidade em mau estado de conservação:

Multa: R\$ 300,00 (trezentos reais) por dia;

IV – escrever, pendurar faixas ou colar cartazes de qualquer espécie sobre coluna, fachada ou parede cega de prédio, muro de terreno, poste ou árvore de logradouro público, monumento, viaduto, elevado, ponte e entrada e saída de túneis ou qualquer outro local exposto ao público, inclusive calçadas e pistas de rolamento:

Multa: R\$ 2.000,00 (dois mil reais);

V – exibir publicidade atentatória à legislação penal:

Multa: R\$ 2.000,00 (dois mil reais);

VI – exibir publicidade com erro gramatical da língua portuguesa:

Multa: R\$ 120,00 (cento e vinte reais) por dia;

VII – Inobservância das restrições referentes a redução de luminosidade de painel eletrônico:

Multas:

a) cinquenta por cento sobre o valor atualizado e calculado para tributação da taxa relativa a uma autorização ou licença para o período de 12 (doze) meses, observado o limite mínimo de R\$ 300,00;

b) setenta e cinco por cento sobre o valor atualizado e calculado para tributação da taxa relativa a uma autorização ou licença para o período de 12 (doze) meses, observado o limite mínimo de R\$ 300,00, em caso de reincidência;

c) cem por cento sobre o valor atualizado e calculado para tributação da taxa relativa a uma autorização ou licença para o período de 12 (doze) meses, observado o limite mínimo de R\$ 300,00, em caso de segunda reincidência e demais reincidências;

VIII — veiculação de publicidade sem autorização por meio de painel eletrônico em veículos em circulação ou estacionados: R\$ 200,00 por metro quadrado, observado o limite mínimo de R\$ 300,00;

IX — veiculação de publicidade sem autorização por meio de painel eletrônico em veículos em circulação ou estacionados, na primeira reincidência: R\$ 300,00 por metro quadrado e apreensão do veículo e equipamentos;

X — veiculação de publicidade sem autorização por meio de painel eletrônico em veículos em circulação ou estacionados na segunda reincidência e demais reincidências: R\$ 400,00 por metro quadrado e apreensão do veículo e equipamentos;

XI — praticar qualquer outra infração às normas desta Lei não prevista neste artigo:

Multa: R\$ 120,00 (cento e vinte reais) a R\$ 12.000,00 (doze mil reais), conforme a gravidade da infração, nos termos do Regulamento;

§ 1º no caso de publicidade em eventos realizados em vias e logradouros públicos, as multas previstas nos incisos I e II do *caput* serão calculadas sobre o período de 30 (trinta) dias, para cada meio de publicidade.

§ 2º no caso de instalação, em logradouros públicos, de galhardetes e similares para a divulgação de eventos, festividades ou atividades provisórias, as multas previstas nos incisos I e II do *caput* serão calculadas sobre o período de 6 (seis) dias, para cada meio de publicidade.

§ 3º no caso de distribuição de panfletos ou prospectos, as multas previstas nos incisos I e II do *caput* serão calculadas sobre o período de 10 (dez) dias, por local de distribuição”.

TÍTULO XV

Disposições Finais

Art. 107. Ficam respeitados os prazos de vigência das autorizações de publicidade deferidas de acordo com a legislação revogada por esta Lei Complementar.

Art. 108. Ficam revogadas a Lei nº 758, de 14 de novembro de 1985, e a Lei nº 1.921, de 5 de novembro de 1992.

Art. 109. Esta Lei Complementar entra em vigor na data de sua publicação.