



## **LEI N. 7632.**

**Autor: Poder Executivo.**

**Dispõe sobre a ordenação dos elementos presentes na paisagem do Município, em especial sobre os anúncios visuais, e dá outras providências.**

**A CÂMARA MUNICIPAL DE MARINGÁ, ESTADO DO PARANÁ, aprovou e eu, PREFEITO MUNICIPAL, sanciono a seguinte**

**LEI:**

### **CAPÍTULO I DAS DISPOSIÇÕES PRELIMINARES**

#### **Seção I Dos Objetivos e das Diretrizes**

**Art. 1.º** A ordenação da paisagem processar-se-á visando a melhoria da qualidade de vida no Município, com os seguintes objetivos:

I - permitir a percepção e compreensão da estrutura urbana por toda a população;

II - propiciar a identificação dos principais marcos referenciais e atender às necessidades informativas referentes às funções urbanas, de forma a aumentar o conhecimento das possibilidades oferecidas pela cidade;

III - garantir a segurança da população;

IV - garantir e aumentar as condições de segurança, fluidez e conforto no deslocamento de veículos e pedestres;



V - estabelecer o equilíbrio dos diversos agentes atuantes na cidade, inclusive através do incentivo à cooperação de entidades e particulares, na promoção da melhoria da paisagem do Município;

VI - preservar a paisagem do Município, de modo a garantir sua fruição pela população em geral;

VII - regulamentar, de forma global, a inserção e operação do mobiliário urbano na paisagem do Município;

VIII - organizar, fiscalizar e orientar o uso de mensagens visuais de qualquer natureza, respeitando o interesse coletivo, as necessidades de conforto ambiental e as prerrogativas individuais;

IX - preservar os espaços abertos destinados à recreação pública ou à realização de eventos sociais e políticos;

X - levar em conta os problemas relativos à ecologia urbana, preservando o equilíbrio ambiental.

## Seção II Do Mobiliário Urbano

**Art. 2.º** São considerados como mobiliário urbano, para os efeitos desta Lei, os elementos presentes na paisagem que contenham características semelhantes às dos relacionados a seguir:

- 1) abrigo;
- 2) armário de distribuição de serviços públicos;
- 3) banca (de jornal, de revistas, de livros, de plantas, de flores);
- 4) banco, assento;
- 5) barraca (de frutas, de engraxates e outros);
- 6) bebedouro, bica;
- 7) bicicletário;
- 8) brinquedo (gangorras, balanças, caixas de areia, tubos, carrossel e outros);



9) cabina, guarita (policial, de vigia, de correio, telefônica, de informação, de fiscalização, de controle, de atendimento público e outras);

10) caixa de correio;

11) carrocinha;

12) chafariz, fonte;

13) coreto;

14) defesa;

15) elemento para manifestação eleitoral ou cultural;

16) escultura, estatuária;

17) floreira;

18) hidrante;

19) jardineira, vaso;

20) lixeira, caçamba, cesto;

21) luminária;

22) marco;

23) mastro;

24) mesa e assento;

25) monumento;

26) mural;

27) obelisco;

28) palanque;

29) palco;

- 30) painel informativo;
- 31) placa, dispositivo de denominação de logradouros ou próprio público;
- 32) placa, dispositivo de sinalização de trânsito;
- 33) ponto de parada;
- 34) poste, torre;
- 35) posto móvel, trailer;
- 36) quiosque;
- 37) relógio;
- 38) sanitário público;
- 39) semáforo;
- 40) tapumes;
- 41) termômetro.

**Art. 3.º** A instalação de mobiliário urbano nos logradouros públicos deverá respeitar:

- I - a circulação de veículos ou pedestres, ou o acesso necessário para bombeiros e serviços de emergência;
- II - a visibilidade da sinalização de trânsito;
- III - a visibilidade dos sítios significativos e o acesso às construções em geral;
- IV - a existência das redes de serviços públicos.

**Art. 4.º** A inserção do mobiliário urbano deverá ainda considerar:

- I - as diretrizes de planejamento da área ou projetos existentes da ocupação;



II - as características das atividades existentes nos arredores;

III - a conveniência ou a oportunidade do mobiliário para a área.

**Art. 5.º** No espaço privado somente será permitida a implantação de mobiliário urbano que atenda as condições fixadas na legislação pertinente.

**Art. 6.º** Fica proibida, nos logradouros públicos, a instalação do mobiliário urbano com atividade comercial, ou de serviço com fins lucrativos, com exceção do regulado por lei específica.

## CAPÍTULO II DAS DISPOSIÇÕES ESPECÍFICAS PARA A ORDENAÇÃO DOS ANÚNCIOS PRESENTES NA PAISAGEM DO MUNICÍPIO

**Art. 7.º** A instalação de engenhos de divulgação de publicidade e propaganda na paisagem e nos logradouros públicos, ou em qualquer lugar de acesso ao público, depende de licença da Prefeitura, emitida pela Secretaria do Desenvolvimento Urbano, Planejamento e Habitação – SEDUH, sempre a título precário e cassada sempre que o Município julgar necessário ou conveniente.

**Parágrafo único.** As exigências do presente artigo abrangerão todos e quaisquer meios de publicidade e propaganda, e de qualquer natureza, exceto fachadas de edificações, que será tratado em lei específica.

**Art. 8.º** Para efeito desta Lei, ficam estabelecidas as seguintes definições:

I - paisagem é a configuração resultante da contínua e dinâmica interação entre os elementos naturais, os elementos edificados ou criados e o próprio homem, numa constante relação de escala, forma e movimento;

II - sítios significativos são os espaços públicos ou privados e demais bens de relevante interesse paisagístico; incluem-se, entre outros, os de valor cultural, turístico, arquitetônico, ambiental, legalmente definido;

III - mobiliário urbano é todo objeto, ou pequena construção, integrante da paisagem urbana, de natureza utilitária ou de interesse urbanístico, implantado em espaços públicos ou privados;



IV - engenhos de divulgação de publicidade, engenhos publicitários, anúncios publicitários complexos, anúncios, propaganda e publicidade têm o mesmo significado;

V - exploração de propaganda e publicidade nos logradouros públicos é o engenho de divulgação de publicidade que esteja voltado diretamente para as vias públicas e demais espaços públicos, expostos ao ar livre;

VI - engenho publicitário é o conjunto formado pela estrutura de fixação, pelo quadro próprio e pela publicidade ou propaganda nele contida;

VII - veículo de publicidade tem o mesmo significado de engenho de publicidade;

VIII - propaganda é qualquer forma de difusão de idéias, produtos, mercadorias ou serviços, mediante a utilização de quaisquer materiais, por parte de determinada pessoa física ou jurídica;

IX - publicidade tem o mesmo significado de propaganda;

X - publicidade ao ar livre é a veiculada exclusivamente por meio de engenhos externos, assim considerados aqueles afixados nos logradouros públicos ou em locais visíveis destes;

XI - quadro próprio de engenho é o elemento físico utilizado exclusivamente como suporte de publicidade;

XII - face é cada uma das superfícies de exposição de um engenho;

XIII - área total de um engenho é a soma das áreas de todas as superfícies de exposição, exceto sua estrutura ou suporte;

XIV - fachada é qualquer das faces externas de uma edificação, quer seja edificação principal, quer seja complementar, como torres, caixas d'água, chaminés ou similares;

XV - fachada principal é qualquer fachada voltada para o logradouro público;

XVI - empena cega é a face externa da edificação que não apresenta abertura à iluminação, ventilação e insolação;

XVII - lote é uma fração desmembrada de um terreno pertencente a uma gleba;

XVIII - data é uma fração desmembrada de um terreno pertencente a um loteamento previamente aprovado;

XIX - testada de lote ou data é a extensão da divisa do lote ou data com o logradouro público;

XX - recuo frontal é a menor distância entre a edificação e o alinhamento predial do imóvel onde se localiza;

XXI - imóvel edificado é o terreno ocupado total ou parcialmente com edificação de caráter permanente;

XXII - terreno não edificado é o imóvel não ocupado ou ocupado parcialmente com edificação de caráter transitório, como imóvel em construção, estacionamento, circo, parques e afins;

XXIII - alinhamento ou alinhamento predial é a linha divisória entre o lote e o logradouro público para a qual tem frente;

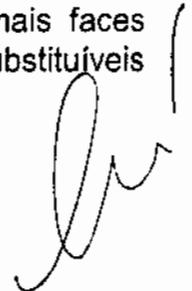
XXIV - via estadual e/ou federal – superfície por onde transitam veículos, pessoas e animais, de responsabilidade estadual e/ou federal, compreendendo a pista, a ilha e canteiro central, a calçada, o acostamento e a faixa lateral;

XXV - logradouro ou logradouro público é o espaço livre destinado pela municipalidade à circulação, parada ou estacionamento de veículos, ou à circulação de pedestres, tais como: pista de rolamento, ilhas, rotatória, calçadas, praças, parques, áreas de lazer e similares.

### CAPÍTULO III DOS TIPOS DE ENGENHOS PUBLICITÁRIOS

**Art. 9.º** Consideram-se engenhos de divulgação de propaganda e publicidade:

I - tabuleta ou *outdoor* - engenho fixo de uma ou mais faces destinado à colocação de cartazes em papel ou lona, substituíveis periodicamente, com ou sem iluminação artificial;



II - painel ou placa – engenho fixo ou móvel de uma ou mais faces constituída por materiais que, expostos por longo período de tempo, não sofrem deterioração física substancial, caracterizando-se pela baixa rotatividade da mensagem, sendo iluminado ou não;

III - folhetos e/ou cartazes – constituídos por material impresso facilmente deteriorável e que se caracteriza pela alta rotatividade de mensagem e elevado número de exemplares e afixações;

IV - dispositivo de transmissão de mensagem – engenho que transmite mensagem publicitária por meio de visores, telas de projeção e outros dispositivos eletrônicos e/ou cinematográficos e afins;

V - letreiro e painel luminoso tipo “front light”, “back light” - engenho publicitário de dimensão variável que conta com lâmpadas que iluminam a mensagem frontalmente, apoiado sobre estrutura própria, feita de material resistente e com área publicitária, em cada face, de até 50,00m<sup>2</sup> (cinquenta metros quadrados);

VI - painel luminoso tipo “front light triedro” - engenho publicitário de dimensão variável que conta com lâmpadas que iluminam a mensagem frontalmente, apoiado sobre estrutura própria, feita de material resistente; dispõe de diversos triedros em linha que rodam ao mesmo tempo, permitindo a visualização de três mensagens em seqüência, com face de até 50,00m<sup>2</sup> (cinquenta metros quadrados);

VII - painel digital – painel digital que transmite uma seqüência de animações comerciais controlada por computador;

VIII - tela de cinema é o anúncio projetado em tela de cinema, por ocasião da exibição dos filmes;

IX- “busdoor” padrão é a publicidade veiculada no vidro traseiro dos ônibus do transporte urbano em geral, não podendo ultrapassar a média de 2,10m (dois metros e dez centímetros de comprimento) e 1,10m (um metro e dez centímetros) de altura;

X - “busdoor backbus” é a publicidade veiculada na traseira completa do ônibus do transporte urbano, não podendo ultrapassar a média de 3m (três metros) de comprimento e 2,35m (dois metros e trinta e cinco centímetros) de altura;

XI - "busdoor sidebus" é a publicidade veiculada na lateral entre eixos dos ônibus do transporte urbano;

XII - mídia "indoor" – engenho destinado à veiculação de publicidade interna de terceiros em estabelecimentos comerciais;

XIII - adesivo para táxi é a publicidade veiculada no vidro traseiro dos veículos do transporte individual de passageiros, táxis, com medida máxima de 1,30m (um metro e trinta centímetros) de comprimento e 0,70m (setenta centímetros) de altura, com adesivos perfurados com transparência luminosa de 50% (cinquenta por cento), de acordo com a Resolução n. 073/98 do Conselho Nacional de Trânsito – CONTRAN, onde deverá constar sob forma de chancela o nome da empresa e número da autorização emitida pela Secretaria Municipal dos Transportes – SETRAN.

**Art. 10.** Também serão considerados engenhos de divulgação, quando utilizados para veicular mensagem publicitária:

I - mobiliário urbano, liberado mediante concessão do Poder Executivo, após parecer técnico favorável da Secretaria do Desenvolvimento Urbano, Planejamento e Habitação – SEDUH, e mediante licitação;

II - balões e bóias;

III - veículos de transporte coletivo e alternativo, ônibus, vans, kombis, táxis, dirigíveis aéreos e outros veículos automotores;

IV - veículos de pessoa física ou jurídica que ostentem propagandas.

#### **CAPÍTULO IV DA INSTALAÇÃO**

##### **Seção I Do Ordenamento**

**Art. 11.** Para os fins do disposto na presente Lei, o território do Município será dividido em níveis, segundo as características e delimitações próprias, conforme segue:

a) setor 1 - central: compreende o trecho entre as Avenidas Paraná e Pedro Taques, Avenida Tiradentes e Avenida Prudente de Moraes,

b) setor 2 - bairros: compreende as demais regiões do perímetro urbano;

c) setor 3 - rodovias de acesso ao perímetro urbano, trevos, contornos e rotatórias;

d) setor 4 - rodovias.

**Art. 12.** Os engenhos dividem-se em:

I - tipo A: com área utilizada para divulgação não superior a 18,00m<sup>2</sup>;

II - tipo B: com área utilizada para divulgação entre 19,00m<sup>2</sup> e 27,00m<sup>2</sup>;

III - tipo C: com área utilizada para divulgação até 50,00m<sup>2</sup>;

IV - tipo D: painéis rodoviários e "front light".

**Parágrafo único.** As molduras dos *outdoors* deverão obedecer à medida padrão de 0,15m (quinze centímetros) de largura, utilizando meia esquadria nos vértices.

**Art. 13.** A instalação de *outdoor* dar-se-á na forma a seguir:

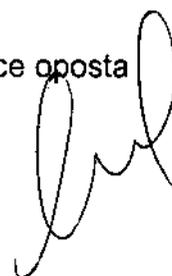
I - setor 1: engenhos publicitários especificados em lei, com ênfase para *outdoor* tipo A, B, C, em estrutura metálica ou eucalipto tratado, sem escoras;

II - setor 2: receberá os engenhos publicitários anunciados na legislação pertinente, com *outdoor* em estrutura de madeira tipo A, B e "front light";

III - setor 3: permitirá a implantação dos engenhos regulados por lei, e poderá receber *outdoor* tipo A, B, C e D;

IV - setor 4: painéis rodoviários e "front light" dentro do perímetro urbano.

**Parágrafo único.** Em todos os casos, a estrutura e a face oposta dos engenhos serão pintadas na cor verde fosco.



**Art. 14.** A publicidade nos muros, muralhas e paredões não poderá ser superior a 10% (dez por cento) da área destes e, obrigatoriamente, terá que constar o número da licença.

**Parágrafo único.** O anunciado e o proprietário do imóvel serão co-responsáveis pela publicidade.

**Art. 15.** Os setores 2 e 3 receberão no máximo 03 (três) engenhos publicitários (*outdoors*) por face de quadra.

§ 1.º Nos casos em que forem instalados engenhos curvos ou acompanhando o chanfro da esquina, serão permitidos 02 (dois) engenhos por cada face.

§ 2.º Os engenhos excedentes, existentes, serão retirados pelas empresas.

§ 3.º A retirada dos engenhos excedentes será regida pela ordem cronológica de implantação, protegendo os direitos da empresa que construiu o engenho primeiro.

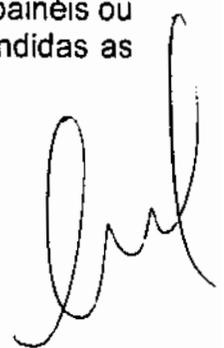
**Art. 16.** Nos setores 1 (um) e 2 (dois) será admitida a instalação de engenhos publicitários alinhados no mesmo ângulo de visualização quando o segundo conjunto distar no mínimo 60,00m (sessenta metros) do primeiro, na mesma quadra.

**Art. 17.** Os engenhos publicitários instalados no perímetro urbano, com exposição ao tráfego de veículos e/ou pedestres, e edificações residenciais em geral, deverão ter a estrutura e parte oposta pintada na cor verde fosco.

**Parágrafo único.** A Secretaria Municipal do Desenvolvimento Urbano, Planejamento e Habitação – SEDUH – poderá indicar os locais onde as empresas deverão priorizar a adequação prevista no *caput* deste artigo.

## Seção II Dos Critérios Para Instalação

**Art. 18.** A exibição de publicidade por meio de tabuleta, painéis ou *outdoors* será permitida em terrenos edificados ou não, desde que atendidas as seguintes exigências:



I - ser instalados de forma que sua superfície configure um mesmo plano, proibindo-se superfícies curvas e irregulares, que causem impacto de vizinhança, e respeitando o chanfro;

II - ser instalados individualmente ou em grupos de no máximo 03 (três), observando-se a distância mínima de 0,50m (cinquenta centímetros) entre cada anúncio, sendo vedada a instalação de outra unidade ou grupo, num ralo inferior a 60,00m (sessenta metros), com visão no mesmo sentido e no mesmo lado, e limitando-se a um total máximo de 3 (três) engenhos publicitários destinados a locação comercial;

III - instalados, quanto ao recuo, de acordo com o estabelecido pela Lei de Uso e Ocupação do Solo para o local, sendo que:

a) existindo edificações contíguas, construídas no alinhamento do terreno, a instalação se fará obedecendo à mesma linha do edifício;

b) no caso do lote situar-se entre edificações construídas com recuos diferentes, a instalação de painéis e tabuletas terá que obedecer à linha de construção com maior recuo, quando este for inferior ao estabelecido pela lei competente;

c) nos terrenos de esquina, existindo ou não edificações contíguas ou construídas com recuos diferentes, a instalação se fará obedecendo aos recuos estabelecidos na lei competente;

d) nos terrenos murados e cercados, as tabuletas e painéis poderão ser afixados nos seus respectivos muros e cercas, e deverão obedecer ao estabelecido na lei competente.

**Parágrafo único.** A licença não implica no reconhecimento, por parte do Município, do direito de uso ou propriedade do terreno.

**Art. 19.** Fica restrita a instalação de no máximo 2 (dois) engenhos publicitários por face, respeitando-se o artigo 18, inciso III e alíneas, no perímetro seguinte:

a) nas Avenidas João Paulino Vieira Filho, Horácio Raccanello Filho e Tamandaré, em toda sua extensão;

b) nas Avenidas Paraná, Duque de Caxias, Herval e São Paulo, nos trechos compreendidos entre as Avenidas Tamandaré e João Paulino Vieira Filho;

c) nas Ruas Vereador Basílio Saltchuk e Piratininga, nos trechos compreendidos entre as Avenidas João Paulino Vieira Filho e Tamandaré.

**Art. 20.** A instalação de engenhos publicitários tipo painel "back light", "front light", "front light triedro" e painel digital em terrenos edificados será feita de acordo com os seguintes critérios:

I - a altura máxima de qualquer ponto de um engenho ficará limitada a 20m (vinte metros), contado do nível do passeio frontal do imóvel, quando forem apoiados no solo ou em estruturas fixadas no mesmo;

II - os engenhos de publicidades deverão ser mantidos em perfeito estado de conservação e segurança pelos seus proprietários e responsáveis;

III - o recuo da frente deverá ser o mesmo exigido para as edificações existentes nos lotes lindeiros;

IV - ter sua projeção horizontal limitada no máximo ao alinhamento predial;

V - não poderá apresentar quadros superpostos;

VI - a área máxima de um quadro não poderá exceder a 50,00m<sup>2</sup> (cinquenta metros quadrados) e uma de suas dimensões a 10,00m (dez metros);

VII - quando da instalação de mais de 01 (um) quadro na mesma estrutura, cada quadro será considerado como um engenho distinto para fins de licenciamento e tributação;

VIII - ter distância mínima de 2,00m (dois metros) da rede elétrica de alta e baixa tensão, medidos perpendicularmente à direção da rede;

IX - ter entre cada engenho destinado a locação comercial, com visão no mesmo sentido e no mesmo lado, 60,00m (sessenta metros), e ter seus pontos de instalação previamente aprovados pela Secretaria do Desenvolvimento Urbano, Planejamento e Habitação - SEDUH, com Anotação de Responsabilidade Técnica do profissional responsável.

**Art. 21.** Será permitida a publicidade em veículos de transporte coletivo, vans e táxis do Município.



**Parágrafo único.** A emissão da licença estará condicionada, além das disposições gerais desta Lei, ao parecer favorável do órgão responsável pelo gerenciamento do transporte municipal, Secretaria dos Transportes – SETRAN.

**Seção III  
Das Proibições**

**Art. 22.** É expressamente proibida a inscrição e afixação, inclusive em cavaletes, de anúncios e publicidade de qualquer natureza nos seguintes casos:

- I - quando sua espécie provoque aglomeração prejudicial ao trânsito público;
- II - quando for ofensiva à moral ou contiver referências desprimorosas a indivíduos, estabelecimentos, instituições ou crenças;
- III - quando o vernáculo for utilizado incorretamente;
- IV - quando constituídos por inscrições ou letreiros na pavimentação das vias, meios-fios e calçadas;
- V - em postes da rede elétrica;
- VI - em árvores de logradouros públicos, margens de lagos, represas e rios;
- VII - em cemitérios;
- VIII - em monumentos que constituam o patrimônio histórico, em obras públicas de arte, tais como viadutos, pontes, túneis e semelhantes;
- IX - em qualquer bem público, a exemplo de estátuas, parques públicos, canteiros centrais, passeios públicos, praças e jardins, exceto as publicidades instaladas no mobiliário urbano, mediante concessão do Poder Executivo;
- X - quando equipados com luzes ofuscantes;
- XI - em bancas de jornal, revistas e similares, exceto as pertinentes à atividade;



XII - em passagem de nível;

XIII - nas faixas de domínio das vias férreas e rodovias estaduais e federais, dentro do limite do Município; a menos de 10 (dez) metros da pista de rolamento nas estradas municipais, exceto quando não representarem qualquer prejuízo à visão necessária dos condutores de veículos e pedestres;

XIV - sob rede de transmissão de energia elétrica;

XV - 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, mediante concessão do Poder Executivo;

XVI - em zonas de proteção ambiental, especificadas na legislação municipal, exceto as publicidades instaladas no mobiliário urbano, mediante permissão ou concessão do Poder Executivo;

XVII - em imóveis situados em vias de uso estritamente residencial;

XVIII - fazer publicidade em desacordo com o Código da Auto-regulamentação Publicitária – CONAR – e a legislação publicitária – Lei Federal n. 4.680/65 e seu Código de Ética;

XIX - quando perturbarem a visualização da sinalização de trânsito e outras destinadas à orientação do público;

XX - quando, possuindo dispositivo luminoso, produzirem ofuscamento ou causarem insegurança ao trânsito de veículos e pedestres;

XXI - quando, com dispositivo luminoso de luz intermitente, em período noturno, prejudicarem, de qualquer forma, as edificações lindeiras;

XXII - quando, por qualquer forma, prejudicarem a insolação ou aeração da edificação em que estiverem colocadas ou imóveis vizinhos;

XXIII - nos edifícios e próprios públicos, nos tapumes de obras públicas, em áreas externas de estádio e de autódromo, excetuados os casos previstos em lei.



§ 1.º Será permitida a afixação de anúncios com finalidade patriótica e educativa, na forma, períodos e locais indicados pelo Executivo Municipal.

§ 2.º Os próprios públicos de outras esferas de poder ficam sujeitos às mesmas restrições previstas para os próprios municipais.

§ 3.º Fica proibida a instalação de *outdoor*, "back light", "front light", "front light triedro" e painel digital sobre telhados e marquises.

**Art. 23.** É proibida a instalação nos logradouros públicos de quaisquer engenhos publicitários que divulguem o uso e o consumo de bebidas alcoólicas e de produtos fumígenos.

**Art. 24.** Não será permitida a distribuição de folhetos e cartazes em parques públicos, ilhas e áreas ajardinadas.

#### CAPÍTULO V DA APROVAÇÃO E DO LICENCIAMENTO

**Art. 25.** Caberá à Secretaria do Desenvolvimento Urbano, Planejamento e Habitação - SEDUH - analisar previamente, aprovar e autorizar a exploração e utilização de engenhos de publicidade, requeridas pelos interessados.

§ 1.º A licença para exploração de publicidade será fornecida pela Secretaria da Fazenda, após Vistoria Técnica Fiscal realizada pela SEDUH.

§ 2.º Deverão ser requeridas tantas licenças quantos forem os engenhos a serem instalados.

§ 3.º No caso de remanejamento do engenho (mudança de local), o procedimento se dará da mesma forma do primeiro licenciamento, com exceção da cobrança da taxa de publicidade, cabendo ao requerente pagar taxa de expediente e protocolo.

**Art. 26.** Para aprovação e licenciamento de engenhos publicitários, o interessado deverá apresentar requerimento destinado à SEDUH, juntamente com os seguintes documentos:

I - documentação comprobatória da propriedade do imóvel onde será instalado o engenho, no caso de imóvel do próprio solicitante;



II - cópia autenticada do contrato de locação do imóvel, quando este pertencer a terceiros;

III - especificação do tipo de engenho de divulgação de publicidade que se pretende instalar e dos materiais nele utilizados;

IV - planta ou croqui, com pelo menos três logradouros, indicando a localização precisa do imóvel onde será instalado o engenho;

V - planta ou croqui de situação, para o caso de engenhos publicitários instalados em terrenos edificados ou não edificados, contendo:

- a) a área do engenho disponível à publicidade;
- b) a altura do engenho;
- c) locação do engenho;
- d) distância do logradouro mais próximo;
- e) distância da edificação ou elemento fixo mais próximo;
- f) afastamento do engenho mais próximo.

**Art. 27.** Para o pedido de licenciamento dos engenhos publicitários, tipo painel luminoso "back light", "front light", "front light triângulo", painel digital, *outdoor* ou similares, será obrigatória a juntada dos seguintes documentos:

I - planta ou croqui, contendo elevações, seções e detalhes em escala adequada, com todos os elementos necessários à compreensão do engenho, inclusive, conforme o caso, sistema de armação, afixação, ancoragem, instalações elétricas ou outras instalações especiais, assinadas pelo proprietário e profissionais responsáveis pelo projeto, construção e instalação do engenho;

II - Anotação de Responsabilidade Técnica – ART, por profissionais legalmente habilitados;

III - contrato de manutenção do engenho;

IV - termo de responsabilidade.

**Parágrafo único.** Para o pedido de *outdoor* será dispensada a exigência de Anotação de Responsabilidade Técnica – ART.

**Art. 28.** Após o protocolo, se a solicitação atender todas as exigências legais, será fornecida a Licença de Publicidade, com seu respectivo número.

§ 1.º Em todo *outdoor* e painel luminoso, tipo "back light", "front light", "front light triedro", painel digital ou similares, será obrigatória a afixação de uma plaqueta padrão (30cmx10cm), indicando o número do licenciamento, colocada na base do engenho, expedido pela Secretaria do Desenvolvimento Urbano, Planejamento e Habitação – SEDUH.

§ 2.º A Licença de Publicidade deverá ser mantida em local de fácil acesso, à disposição da Fiscalização do Município.

**Art. 29.** A licença poderá ser renovada quantas vezes forem necessárias, desde que respeitadas as normas legais vigentes.

**Art. 30.** A renovação da licença do engenho de publicidade será feita, a pedido do interessado, com antecedência mínima de 15 (quinze) dias do término de sua vigência.

§ 1.º Verificada, por vistoria ou fiscalização, infração a qualquer norma desta Lei, a licença será passível de cancelamento, independente de indenização de qualquer espécie.

§ 2.º Verificada, por vistoria ou fiscalização, a retirada do engenho de publicidade, a respectiva licença será cancelada.

§ 3.º Por necessidade ou conveniência, a qualquer tempo, o Município poderá solicitar a remoção dos engenhos.

**Art. 31.** A renovação da licença do engenho publicitário será feita mediante requerimento simples, declarado pelo interessado, segundo o qual o engenho publicitário não sofreu alteração em suas características informadas por ocasião do licenciamento inicial.

**Art. 32.** Nos casos em que forem constatadas irregularidades, a Secretaria do Desenvolvimento Urbano, Planejamento e Habitação – SEDUH - poderá deixar de renovar a licença de exploração de publicidade, devendo o interessado, após o prazo de licença, e a não regularização dos engenhos, promover a remoção de seus equipamentos no prazo máximo de 15 (quinze) dias, a partir da notificação das decisões do Contencioso.

**Art. 33.** Quando se tratar de anúncios transitórios, faixas, cartazes em geral, anúncios veiculados em cavaletes, relativos a empreendimento imobiliário, será exigido elemento identificador (plaquetas), indicando o número da licença.



**Parágrafo único.** Poderá o Município, sem prévio aviso, recolher qualquer anúncio irregular ou sem licença.

## CAPÍTULO VI DA TAXA DE FISCALIZAÇÃO DE PUBLICIDADE

**Art. 34.** A Taxa de Fiscalização de Publicidade, devida em razão da atividade municipal de fiscalização do cumprimento da legislação disciplinadora da exploração de utilização de engenhos de publicidade, incidirá sobre todos os engenhos instalados nas vias e logradouros públicos do Município.

**Parágrafo único.** Poderá o Município retirar aqueles que não se enquadrarem nas disposições desta Lei.

**Art. 35.** O contribuinte da Taxa de Fiscalização de Publicidade é a pessoa física ou jurídica proprietária do engenho de divulgação de publicidade.

**Parágrafo único.** Respondem solidariamente, como sujeitos passivos da taxa, todas as pessoas, físicas ou jurídicas, às quais a publicidade venha a beneficiar, uma vez que a tenha autorizado.

**Art. 36.** Estão isentas do pagamento da Taxa de Fiscalização de Publicidade e independem de autorização as indicações por meio de placas, tabuletas ou outras formas de inscrições, quando:

I - referentes a estabelecimentos de qualquer natureza, se colocadas ou inscritas nas edificações onde se localizam os estabelecimentos, desde que se refiram apenas à sua denominação, razão social, endereço, logotipo e ramo;

II - colocadas ou inscritas em veículos de propriedade de empresa em geral, desde que nelas constem apenas a denominação, razão social, logotipo, ramo, produto, telefone e endereço;

III - colocadas ou inscritas no interior de estabelecimentos, desde que pertinentes à atividade da empresa;

IV - a distribuição de programas de diversões de companhias teatrais, cinematográficas ou de outras empresas similares, desde que sejam distribuídos no interior das mesmas.



**Parágrafo único.** Denominação e razão social para efeitos desta Lei é o nome da sociedade constante no contrato ou estatuto devidamente registrado nos órgãos competentes.

**Art. 37.** A Taxa de Fiscalização de Publicidade será lançada anualmente, e "pró-rata temporis", tomando-se como base as características do engenho de divulgação de publicidade.

**Art. 38.** A Taxa de Fiscalização de Publicidade será exigida por engenho, segundo suas características, sendo seu valor determinado conforme o Código Tributário Municipal, de acordo com o que dispuser o Calendário Fiscal do Município.

**Parágrafo único.** Os anúncios tipo "mídia indoor", "busdoor padrão", "sidebus", "backbus", "outbus" e interiores, veiculados em ônibus do sistema integrado de transporte coletivo da Região Metropolitana de Maringá, serão considerados similares aos *outdoors* para efeito do cálculo da Taxa de Fiscalização de Publicidade.

**Art. 39.** A incidência da Taxa de Fiscalização de Publicidade independe:

I - do cumprimento de quaisquer exigências legais, regulamentares ou administrativas, relativas ao engenho;

II - da licença, autorização, concessão, outorgada pela União, Estado ou Município, exceto se a União ou Estado já tributarem a mesma taxa nas concessões e outorgas;

III - do pagamento de preços, emolumentos e quaisquer importâncias eventualmente exigidas, inclusive para expedição de licenças ou vistorias.

**Art. 40.** O eventual pagamento da Taxa de Fiscalização de Publicidade não implica na aprovação de engenhos nem na concessão da licença para sua exposição.

## CAPÍTULO VII DAS PENALIDADES

**Art. 41.** A fiscalização dos engenhos e a aplicação de penalidades tratadas nesta Lei serão de responsabilidade da Secretaria do



Desenvolvimento Urbano, Planejamento e Habitação – SEDUH – ou de outra que por ventura vier a substituí-la.

**Art. 42.** Consideram-se infrações passíveis de punição prevista nesta Lei:

I - exibir anúncio:

a) sem a necessária licença ou autorização;

b) em desacordo com o tipo licenciado ou com as dimensões e características aprovadas;

c) fora do prazo constante da licença;

II - manter o anúncio em mau estado de conservação;

III - manter o anúncio em condições precárias de segurança;

IV - não atender à intimação do órgão competente quanto à remoção do anúncio;

V - colocar ou exibir anúncios nos locais e modalidades proibidos;

VI - praticar qualquer outra violação às normas previstas nesta Lei.

**Art. 43.** Pela inobservância das normas desta Lei, fica o responsável sujeito às seguintes penalidades:

I - multa de R\$ 200,00 (duzentos reais) a R\$ 1.000,00 (um mil reais), aplicada progressivamente, a critério da autoridade administrativa, segundo a natureza e a gravidade da infração;

II - cancelamento da licença;

III - remoção do anúncio;

IV - suspensão do cadastro dos responsáveis pelos anúncios;

V - suspensão do cadastro da empresa instaladora do anúncio publicitário.



**Art. 44.** Após a aplicação da primeira multa, o infrator será intimado a regularizar o anúncio ou a removê-lo, no prazo de 15 (quinze) dias, sem prejuízo da aplicação das demais penalidades administrativas.

**Parágrafo único.** No caso do anúncio apresentar risco iminente, o prazo poderá ser reduzido para até 24 (vinte e quatro) horas.

**Art. 45.** As multas serão reaplicáveis, conforme dispõe a Lei Complementar Municipal n. 413/2001, que disciplina o exercício do Poder de Polícia no Município de Maringá.

**Art. 46.** A empresa instaladora ou o profissional responderá solidariamente pelas infrações.

**Parágrafo único.** O proprietário do imóvel também poderá responder solidariamente pelas infrações, conforme a Lei Complementar Municipal n. 413/2001.

**Art. 47.** Os infratores da presente Lei poderão ter seus veículos de publicidade e propaganda apreendidos e recolhidos ao Depósito Público Municipal, sem prejuízo da aplicação de outras penalidades.

**§ 1.º** O Executivo Municipal não terá qualquer responsabilidade em caso de eventuais danos causados aos materiais utilizados ou a terceiros, durante a remoção dos engenhos publicitários.

**§ 2.º** O infrator somente poderá reaver seu material após pagar a penalidade cabível, mais as despesas que o Executivo tiver tido com sua remoção e guarda.

**§ 3.º** Caso o infrator não reclame o material dentro do prazo de 30 (trinta) dias, o Executivo vendê-lo-á em hasta pública ou doá-lo-á a entidades sem fins lucrativos, sem prejuízo da ação fiscal competente para recuperar as despesas que tiver tido e para aplicar as penalidades cabíveis.

## CAPÍTULO VIII DAS DISPOSIÇÕES GERAIS

### Seção I Das Responsabilidades

**Art. 48.** São responsáveis perante o Município e terceiros:



I - pela segurança do engenho: os profissionais legalmente habilitados e os proprietários ou interessados;

II - pela conservação do engenho: os proprietários ou interessados, pessoalmente;

§ 1.º Consideram-se proprietários dos engenhos as pessoas físicas ou jurídicas detentoras do processo de veiculação.

§ 2.º Não sendo encontrado o proprietário do engenho, responde por este o interessado, direta ou indiretamente, pela propaganda veiculada, e/ou o proprietário do imóvel.

## Seção II Das Competências

**Art. 49.** Compete à Secretaria do Desenvolvimento Urbano, Planejamento e Habitação - SEDUH - a aplicação e fiscalização do contido na presente Lei.

## Seção III Das Disposições Finais

**Art. 50.** Os casos omissos e não contemplados por esta Lei ou pelo Código de Posturas do Município serão analisados pela Secretaria do Desenvolvimento Urbano, Planejamento e Habitação - SEDUH - e Secretaria da Fazenda - SEFAZ.

**Parágrafo único.** As Secretarias Municipais do Desenvolvimento Urbano, Planejamento e Habitação - SEDUH - e da Fazenda - SEFAZ, e outros órgãos da municipalidade, poderão firmar convênios de cooperação técnica entre si e associações de representantes do setor de publicidade exterior, com o intuito de efetivar parceria no apoio à fiscalização de engenhos, implantação do cadastro de engenhos de publicidade exterior, bem como assessoramento operacional e logístico às atividades diversas de licenciamento de engenhos, além de ações técnicas, campanhas educativas, de utilidade pública e outras.

**Art. 51.** O Executivo fará licitação pública visando à instalação de anúncios publicitários em equipamentos urbanos de interesse público.

**Art. 52.** O disposto nesta Lei será aplicado, inclusive, na propaganda eleitoral, naquilo que não contrariar a legislação federal específica.



**Art. 53.** Os engenhos publicitários de grande estrutura de fixação instalados anteriormente a esta Lei poderão ser mantidos, mediante autorização da SEDUH.

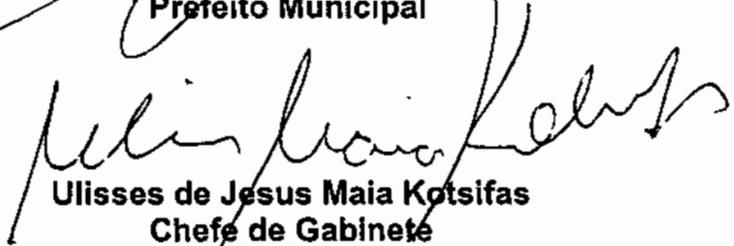
**Art. 54.** As empresas terão prazo de 90 (noventa) dias para se adequar a esta Lei.

**Art. 55.** Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

**Art. 56.** Revogam-se as disposições em contrário, em especial a Lei n. 4.780/1999 e a Lei n. 6.237/2003.

**Paço Municipal Silvío Magalhães Barros, 08 de agosto de 2007.**

  
**Silvío Magalhães Barros II**  
**Prefeito Municipal**

  
**Ulisses de Jesus Maia Kotsifas**  
**Chefe de Gabinete**