

Lei 12.730 - Cidade Limpa - Ribeirão Preto/SP

Data de elaboração:	11/01/2012		
Data de publicação:	12/01/2012		
Processo:	02.11.060070.0		
Assunto:	Cidade Limpa		
Tipo de ato:	Lei Ordinária		
Autor(es):	Executivo Municipal		
Projeto:	1040	Ano do projeto:	2011
Autógrafo:	1036	Ano do autógrafo:	2011
Observações:			
Legislações complementares e/ou Regulamentadoras:			
Ementa:	DISPÕE SOBRE A IMPLANTAÇÃO DO CIDADE LIMPA - ORDENAÇÃO DA PAISAGEM URBANA NO MUNICÍPIO DE RIBEIRÃO PRETO.		
Conteúdo:	<p>Faço saber que a Câmara Municipal aprovou o Projeto de Lei nº 1040/2011, de autoria do Executivo Municipal e eu promulgo a seguinte lei:</p> <p>CAPÍTULO I</p> <p>DOS OBJETIVOS, DIRETRIZES, ESTRATÉGIAS E DEFINIÇÕES</p> <p>Art. 1º Esta lei dispõe sobre a ordenação dos elementos que compõem a paisagem urbana, visíveis a partir de logradouro público no território do Município de Ribeirão Preto.</p> <p>Art. 2º Para fins de aplicação desta lei, considera-se paisagem urbana o espaço aéreo e a superfície externa de qualquer elemento natural ou construído, tais como água, fauna, flora, construções, edifícios, anteparos, superfícies aparentes de equipamentos de infraestrutura, de segurança e de veículos automotores, anúncios de qualquer natureza, elementos de sinalização urbana, equipamentos de informação e comodidade pública e logradouros públicos, visíveis por qualquer observador situado em áreas de uso comum do povo.</p> <p>Art. 3º Constituem objetivos da ordenação da paisagem do Município de Ribeirão Preto o atendimento ao interesse público em consonância com os direitos fundamentais da pessoa humana e as necessidades de conforto ambiental, com a melhoria da qualidade de vida urbana, assegurando, dentre outros, os seguintes:</p> <p>I - o bem-estar estético, cultural e ambiental da população;</p>		

II - a segurança da população e das edificações;
III - a valorização do ambiente natural e construído;
IV - a segurança, a fluidez e o conforto nos deslocamentos das pessoas, inclusive as com deficiência ou com mobilidade reduzida e de veículos;
V - a percepção e a compreensão dos elementos referenciais da paisagem;
VI - a preservação da memória cultural;
VII - a preservação e a visualização das características peculiares dos logradouros e das fachadas;
VIII - a preservação e a visualização dos elementos naturais tomados em seu conjunto e em suas peculiaridades ambientais nativas;
IX - o fácil acesso e utilização das funções e serviços de interesse coletivo nas vias e logradouros;
X - o fácil e rápido acesso aos serviços de emergência, tais como bombeiros, ambulâncias e polícia;
XI - o equilíbrio de interesses dos diversos agentes atuantes na cidade para a promoção da melhoria da paisagem do Município.

Art. 4º Constituem diretrizes a serem observadas na colocação dos elementos que compõem a paisagem urbana:

I - o livre acesso de pessoas e bens à infraestrutura urbana;
II - a priorização da sinalização de interesse público com vistas a não confundir motoristas na condução de veículos e garantir a livre e segura locomoção de pedestres;
III - o combate à poluição visual, bem como à degradação ambiental;
IV - a proteção, preservação e recuperação do patrimônio cultural, histórico, artístico, paisagístico, de consagração popular, bem como do meio ambiente natural ou construído da cidade;
V - a compatibilização das modalidades de anúncios com os locais onde possam ser veiculados, nos termos desta lei;
VI - a implantação de sistema de fiscalização efetivo, ágil, moderno, planejado e permanente.

Art. 5º As estratégias para a implantação da política da paisagem urbana são as seguintes:

I - a elaboração de normas e programas específicos, considerando a diversidade da paisagem nas várias regiões que a compõem;
II - o disciplinamento dos elementos presentes nas áreas públicas, considerando as normas de ocupação das áreas privadas e a volumetria das edificações que, no conjunto, são formadoras da paisagem urbana;
III - a criação de novos padrões, mais restritivos, de comunicação institucional, informativa ou indicativa;
IV - a adoção de parâmetros de dimensões e posicionamento, adequados à sinalização de trânsito, aos elementos construídos e à vegetação, considerando a capacidade de suporte da região;
V - o estabelecimento de normas e diretrizes para a implantação dos elementos componentes da paisagem urbana e a correspondente veiculação de publicidade;
VI - a criação de mecanismos eficazes de fiscalização sobre as diversas intervenções na paisagem urbana.

Art. 6º Para os efeitos de aplicação desta lei, ficam estabelecidas as seguintes definições:

I - anúncio: qualquer veículo de comunicação visual presente na paisagem visível do logradouro e do acesso público, composto de área de exposição e estrutura, podendo ser:

- a) anúncio indicativo: aquele que visa apenas identificar, no próprio local da atividade, os estabelecimentos e/ou profissionais que dele fazem uso;
- b) anúncio publicitário: aquele destinado à veiculação de publicidade, fora do local onde se exerce a atividade por meio de painéis, panfletos ou balões;
- c) anúncio especial: aquele que possui características específicas, com finalidade cultural, eleitoral, educativa ou imobiliária, nos termos do disposto no art. 23 desta

lei;

II - área de exposição do anúncio: a área que compõe cada face da mensagem do anúncio, devendo, caso haja dificuldade de determinação da superfície de exposição, ser considerada a área do menor quadrilátero regular que contenha o anúncio;

III - área livre de imóvel edificado: a área descoberta existente entre a edificação e qualquer divisa do imóvel que a contém;

IV - área total do anúncio: a soma das áreas de todas as superfícies de exposição do anúncio, expressa em metros quadrados;

V - bem de uso comum: aquele destinado à utilização do povo, tais como as áreas verdes e institucionais, as vias e logradouros públicos, e outros;

VI - bem de valor cultural: aquele de interesse paisagístico, cultural, turístico, arquitetônico, ambiental ou de consagração popular, público ou privado, composto pelas áreas, edificações, monumentos, parques e bens tombados pela União, Estado e Município, e suas áreas envoltórias;

VII - espaço de utilização pública: a parcela do espaço urbano passível de uso e fruição pela população;

VIII - Lambe lambe: pôster artístico de tamanho variado que é colado em engenhos publicitários ou em espaços públicos;

IX - fachada: qualquer das faces externas de uma edificação principal ou complementar, tais como torres, caixas d'água, chaminés ou similares;

X - imóvel: o lote, público ou privado, edificado ou não, assim definido:

a) imóvel edificado: aquele ocupado total ou parcialmente com edificação permanente;

b) imóvel não edificado: aquele não ocupado ou ocupado com edificação transitória, em que não se exerçam atividades nos termos da lei de parcelamento, uso e ocupação do solo.

XI - lote: a parcela de terreno resultante de loteamento, desmembramento ou desdobro, contida em uma quadra com, pelo menos, uma divisa lindeira a via de circulação oficial;

XII - testada ou alinhamento: a linha divisória entre o imóvel de propriedade particular ou pública e o logradouro ou via pública.

Art. 7º Para os fins desta lei, não são considerados anúncios:

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

II - as denominações de prédios e condomínios;

III - 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;

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

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

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

VII - os que contenham indicação de monitoramento de empresas de segurança com área máxima de 0,04 m² (quatro centímetros quadrados);

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

IX - indicativos de estacionamento e bandeiras dos cartões de crédito aceitos nos estabelecimentos comerciais, desde que não ultrapassem a área total de 0,09m² (nove centímetros quadrados);

X - os "banners" ou pôsteres indicativos dos eventos culturais que serão exibidos na própria edificação, para museu ou teatro, desde que não ultrapassem 10% (dez por cento) da área total de todas as fachadas;

XI - a denominação de hotéis ou a sua logomarca, quando inseridas ao longo da fachada das edificações onde é exercida a atividade, devendo o projeto ser aprovado pela Comissão de Proteção à Paisagem Urbana - CPPU;

XII - a identificação das empresas nos veículos automotores utilizados para a realização de seus serviços.

CAPÍTULO II

DAS NORMAS GERAIS

Art. 8º. Todo anúncio deverá observar, dentre outras, as seguintes normas:

- I - oferecer condições de segurança ao público;
- II - ser mantido em bom estado de conservação, no que tange a estabilidade, resistência dos materiais e aspecto visual;
- III - receber tratamento final adequado em todas as suas superfícies, inclusive na sua estrutura;
- IV - atender as normas técnicas pertinentes à segurança e estabilidade de seus elementos;
- V - atender as normas técnicas emitidas pela Associação Brasileira de Normas Técnicas - ABNT, pertinentes às distâncias das redes de distribuição de energia elétrica, 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;
- 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 provocar reflexo, brilho ou intensidade de luz que possa ocasionar ofuscamento, prejudicar a visão dos motoristas, interferir na operação ou sinalização de trânsito ou, ainda, causar insegurança ao trânsito de veículos e pedestres, quando com dispositivo elétrico ou com película de alta refletividade;
- IX - não prejudicar a visualização de bens de valor cultural;
- X - os anúncios publicitários na Paisagem Urbana do município de Ribeirão Preto somente serão permitidos por meio de outdoors, panfletos e balões, de acordo com as regras constantes nesta lei;
- XI - Vetado.

Art. 9º. É proibida a instalação de anúncios:

- I - publicitários em leitos dos rios e cursos d'água, reservatórios, lagos e represas, ou a menos 30,00 (trinta metros) destes, conforme legislação federal específica;
- II - em vias, praças e outros logradouros públicos, salvo os anúncios de cooperação entre o Poder Público e a iniciativa privada, a serem definidos por legislação específica;
- III - em postes de iluminação pública ou de rede de telefonia, inclusive cabines e telefones públicos, conforme autorização específica, exceção feita ao mobiliário urbano nos pontos permitidos pela Prefeitura;
- IV - em torres ou postes de transmissão de energia elétrica;
- V - nos dutos de gás e de abastecimento de água, hidrantes, torres d'água e outros similares;
- VI - em faixas ou placas acopladas à sinalização de trânsito;
- VII - em obras públicas de arte, tais como pontes, passarelas, viadutos e túneis, ainda que de domínio estadual e federal;
- VIII - nos muros, paredes, tapumes e empenas cegas de lotes públicos ou privados, edificadas ou não;
- IX - nas árvores de qualquer porte, conforme o Código do Meio Ambiente;
- X - nos veículos automotores, motocicletas, bicicletas e similares e nos "trailers" ou carretas engatados ou desengatados de veículos automotores, excetuados aqueles utilizados para transporte de carga.
- XI - anúncios publicitários no Quadrilátero Central, sendo permitido a partir de um raio de 100,00 m (cem metros) iniciando-se na face lindeira que delimita o quadrilátero, compreendido entre as avenidas, Jerônimo Gonçalves, Francisco Junqueira, Independência e Nove de Julho, fazendo desta um prolongamento projetado até encontrar a Jerônimo Gonçalves;
- XII - anúncios publicitários a menos de 50,00 m (cinquenta metros) das rotatórias do sistema viário, medidos a partir da guia externa da rotatória.
- XIII - anúncios publicitários a menos de 60,00m (sessenta metros) da delimitação de parques ou Áreas de Preservação Ambiental (APA), Áreas de Preservação Permanente (APP), ou nas Áreas de Preservação Máxima, nos termos do Código do Meio Ambiente, medidos a partir do perímetro do equipamento;

XIV – luminosos, faixas, banners e lambe lambe;

Art. 10 É proibido colocar anúncio na paisagem que:

- I - oblitere, mesmo que parcialmente, a visibilidade de bens tombados;
- II - prejudique a edificação em que estiver instalado ou as edificações vizinhas;
- III - prejudique, por qualquer forma, a insolação ou a aeração da edificação, assim como a sinalização de trânsito e combate a incêndio;

Art. 11 A aprovação do anúncio indicativo ou nas edificações e áreas enquadradas como áreas de Preservação Cultural e nos bens tombados pelo Poder Público que apresentar características e dimensões peculiares deverá receber parecer do Conselho de Preservação do Patrimônio Cultural de Ribeirão Preto – CONPPAC/RP.

CAPÍTULO III

DA ORDENAÇÃO DA PAISAGEM URBANA

Art. 12 Para ordenação são considerados todos os anúncios desde que visíveis de logradouros públicos, em movimento ou não, instalados em:

- I - imóvel de propriedade particular, edificado ou não;
- II - imóvel de domínio público, edificado ou não;
- III - bens de uso comum do povo;
- IV - obras de construção civil em lotes públicos ou privados;
- V - faixas de domínio, pertencentes a redes de infraestrutura, e faixas de servidão de redes de transporte, de redes de transmissão de energia elétrica, de oleodutos, gasodutos e similares;
- VI - veículos automotores e motocicletas;
- VII - bicicletas e similares;
- VIII - "trailers" ou carretas engatados ou desengatados de veículos automotores;
- IX - bancas de jornais, veículos quiosques e pequenas edificações para comércio de produtos alimentícios, assim como os demais elementos mobiliários urbanos;
- X - aeronaves em geral e sistemas aéreos de qualquer tipo.

§ 1º Para fins do disposto neste artigo, considera-se visível o anúncio instalado em espaço externo ou interno da edificação e externo ou interno dos veículos automotores, excetuados aqueles utilizados para transporte de carga.

§ 2º No caso de se encontrar afixado em espaço interno de qualquer edificação, o anúncio será considerado visível quando localizado até 1,00m (um metro) de qualquer abertura ou vedado transparente que se comunique diretamente com o exterior.

Seção I

Do Anúncio Indicativo em Imóvel Edificado, Público ou Privado

Art. 13 Ressalvado o disposto no art. 16 desta lei, será permitido somente um único anúncio indicativo por imóvel público ou privado, que deverá conter todas as informações necessárias ao público, painel ou totem.

§ 1º Os anúncios indicativos ou totens deverão atender as seguintes condições:

- I - quando a testada do imóvel for inferior a 10,00m (dez metros) lineares, a área total do anúncio, deste lote, não deverá ultrapassar 1,50m² (um metro e cinquenta centímetros quadrados);
- II - quando a testada do imóvel for igual ou superior a 10,00m (dez metros) lineares e inferior a 100,00m (cem metros lineares), a área total do anúncio não deverá ultrapassar 4,00m² (quatro metros quadrados);
- III - Nos imóveis públicos ou privados com testada igual ou maior que 100,00m (cem metros) lineares poderão ser instalados 2 (dois) anúncios com área total não superior a 10,00m² (dez metros quadrados) cada um, observando a distância mínima de 40,00m (quarenta metros) entre elas.
- IV - quando o anúncio indicativo for composto apenas de letras, logomarcas ou símbolos grampeados ou pintados na parede, a área total do anúncio será

estabelecida nos incisos I e II sendo sua área identificada pelo retângulo que conter todo o anúncio em estudo;

V - quando o anúncio indicativo estiver instalado em suportes em forma de totens ou estruturas tubulares, deverão eles estar contidos dentro do lote e não ultrapassar a altura máxima de 6,00m (seis metros), incluídas a estrutura e a área total do anúncio, que deverá obedecer às medidas estabelecidas nos incisos I, II e III e a sua implantação e projeção estarem a 02 (dois) metros das divisas laterais e da rede elétrica de alta e baixa tensão.

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

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

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

§ 5º Nas edificações existentes no alinhamento, regulares e dotadas de licença de funcionamento, o anúncio indicativo poderá avançar até 0,15m (quinze centímetros) sobre o passeio.

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

§ 7º Será admitido anúncio indicativo no frontão de toldo retrátil, desde que a altura das letras não ultrapasse 0,20m (vinte centímetros), atendido o disposto no "caput" deste artigo.

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

§ 9º A altura máxima de qualquer parte do anúncio indicativo não deverá ultrapassar, em nenhuma hipótese, a altura máxima de 6,00m (seis metros).

§ 10 Na hipótese do imóvel, público ou privado, abrigar mais de uma atividade, o anúncio referido no "caput" deste artigo poderá ser subdividido em outros, desde que sua área total não ultrapasse os limites estabelecidos no § 1º deste artigo.

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

Art. 14. Ficam proibidos os anúncios indicativos nas empenas cegas e nas coberturas das edificações.

Art. 15. Nos imóveis edificados, públicos ou privados, somente serão permitidos anúncios indicativos das atividades neles exercidas e que estejam em conformidade com as disposições estabelecidas na lei de uso e ocupação do solo em vigor e possuam as devidas licenças de funcionamento.

Parágrafo único. Não serão permitidos, nos imóveis edificados, públicos ou privados, a colocação de "banners", faixas ou qualquer outro elemento, dentro ou fora do lote, visando chamar a atenção da população para ofertas, produtos ou informações que não aquelas estabelecidas nesta lei.

Seção II

Do Anúncio Indicativo em Imóvel Público Situado em Lotes com Testada Igual ou Superior a 100 Metros Lineares

Art. 16. Nos imóveis públicos com testada igual ou maior que 100,00m (cem metros) lineares poderão ser instalados 2 (dois) anúncios com área total não superior a 10,00m² (dez metros quadrados) cada um.

Parágrafo único. As peças que contenham os anúncios definidos no "caput" deste artigo deverão ser implantadas de forma a garantir distância mínima de 40,00m (quarenta metros) entre elas.

Seção III

Do anúncio publicitário em imóvel Edificado ou Não-Edificado, de propriedade pública.

Art. 17 - Fica proibida, no âmbito do município de Ribeirão Preto, a colocação de anúncio publicitário nos imóveis públicos, edificados ou não.

Seção IV

Do anúncio publicitário em imóvel Edificado ou Não-Edificado de propriedade privada.

Art. 18 - Vetado.

Seção V

Do Anúncio indicativo em móveis e similares

Art. 19. Os anúncios indicativos em veículos automotores e motocicletas, bicicleta, trailers, carretas, caçambas e similares, utilizados para transporte de carga, não poderão interferir na visibilidade do motorista, bem como possuir peças salientes no entorno do mesmo que possa apresentar perigo a qualquer pessoa.

Parágrafo único. Não serão permitidas estruturas sobrepostas nos veículos móveis, de qualquer tipo, com anúncios indicativos.

Seção VI

Dos Balões

Art. 20. Considera-se balão, para os efeitos desta Lei, os equipamentos dotados de capacidade de flutuação no ar, utilizado na difusão de anúncios.

Art. 21. Os balões são permitidos na cidade de Ribeirão Preto, obedecidas às restrições gerais estabelecidas nesta Lei e às seguintes:

- I – não utilizar gás inflamável na sua confecção;
- II – ter a sua instalação devidamente autorizada pelo órgão do Ministério da Aeronáutica responsável pela proteção ao voo, quando situados nas zonas de aproximação dos aeroportos.
- III – serem utilizados apenas em eventos com a devida autorização emitida pela Secretaria da Fazenda.

Seção VII

Da Panfletagem e folhetos

Art. 22. É proibida, nas vias e logradouros públicos, a distribuição de folhetos, panfletos, jornais e publicações ou qualquer tipo de material impresso veiculando mensagens publicitárias, entregues manualmente, lançados de veículos, aeronaves ou edificações ou oferecidos em mostruários ou colocados em pára-brisa de veículos.

§ 1º Fica autorizada a distribuição manual dos materiais descritos no "caput", quando conter no mínimo 15% (quinze por cento) de campanhas educativas, disponibilizadas pela prefeitura.

§ 2º A autorização que trata o parágrafo 1º, do presente artigo, obedecerá os cruzamentos, previamente relacionados pela TRANSERP.

§ 3º O Departamento da Fiscalização Geral, através de sorteio dos pontos, autorizará a distribuição.

§ 4º Os requerentes deverão promover a remoção do material lançado sobre logradouro público num raio de 200,00m (duzentos metros) a partir do ponto de distribuição autorizada.

§ 5º Para fins do disposto na presente seção, entende-se por requerentes a pessoa física ou jurídica responsável pela distribuição de anúncios aos transeuntes.

§ 6º Os requerentes deverão portar, obrigatoriamente, coletes com faixas refletivas, conforme Código de Trânsito, crachás com seu nome, o nome e endereço da empresa e ou entidade responsável pela distribuição.

§ 7º A Fiscalização Geral elaborará o mapeamento dos pontos de distribuição, segundo os seguintes critérios:

- I - toda confluência de duas avenidas receberá, no máximo, quatro pontos;
- II - toda confluência de uma avenida com uma rua receberá, no máximo, três pontos;

III - toda confluência de duas ruas receberá, no máximo dois pontos.

IV - em cada ponto de distribuição será permitida a presença e, no máximo, duas pessoas distribuidoras, de empresas diferentes.

V - será fornecida autorização para no máximo 03 (três) pontos de distribuição por distribuidor ou empresa.

§ 8º Nenhuma autorização poderá ser fornecida à mesma empresa por mais de três dias consecutivos, para o mesmo ponto de distribuição e a ordem para atendimento será feita através de sorteio realizado pela Fiscalização Geral do Município, nos dias e horários previamente agendados.

Seção VIII

Dos Anúncios Especiais

Art. 23. Para os efeitos desta lei, os anúncios especiais são classificados em:

I - de finalidade cultural: quando for integrante de programa cultural, de plano de embelezamento da cidade ou alusivo a data de valor histórico, não podendo sua veiculação ser superior a 30 (trinta) dias, conforme decreto específico do Executivo, que definirá o projeto urbanístico próprio;

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

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

IV - de finalidade imobiliária, quando for destinado à informação do público para aluguel ou venda de imóvel, não podendo sua área ultrapassar 1,00m² (um metro quadrado) e devendo estar contido dentro do lote.

§ 1º Nos anúncios de finalidade cultural e educativa, o espaço reservado para o patrocinador será determinado pelos órgãos municipais competentes.

§ 2º Os anúncios referentes à propaganda eleitoral deverão ser retirados no prazo máximo de 15 (quinze) dias, a contar da data da realização das eleições ou plebiscitos.

Art. 24. A veiculação de anúncios especiais relacionados a eventos culturais ou empreendimentos imobiliários sediados nos limites do Centro Histórico do Município de Ribeirão Preto dependerá de análise prévia e autorização dos órgãos competentes.

Seção IX

Do Anúncio Publicitário no Mobiliário Urbano

Art. 25. A veiculação de anúncios publicitários no mobiliário urbano será feita nos termos estabelecidos em lei específica, de iniciativa do Executivo.

CAPÍTULO IV

DO PROCEDIMENTO ADMINISTRATIVO

Seção I

Do Licenciamento e do Cadastro de Anúncios - CADAN

Art. 26. Os anúncios indicativos somente poderão ser instalados após o registro no Cadastro de Anúncios - CADAN.

Art. 27. O registro do anúncio indicativo será feito por meio eletrônico, conforme regulamentação específica, não sendo necessária a sua renovação, desde que não haja alteração em suas características.

§1º Qualquer alteração na característica, dimensão ou estrutura de sustentação do anúncio implica a exigência de novo registro.

§ 2º Os anúncios de natureza cultural temporários serão solicitados e avaliados pela Secretaria da Cultura, mediante apresentação de justificativa, prazo e indicação do local a ser fixado.

Art. 28 Os pedidos de licença de anúncios publicitários de que trata o artigo 18 da

presente lei será feitos através do Protocolo Geral da Prefeitura Municipal de Ribeirão Preto, dirigido ao Secretário Municipal da Fazenda, instruído com os seguintes documentos, conforme sua natureza:

- a) cédula de identidade;
 - b) registro comercial, no caso de empresa individual;
 - c) ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor, devidamente registrado, em se tratando de sociedades comerciais, e, no caso de sociedades por ações, acompanhado de documentos de eleição de seus administradores;
 - d) inscrição do ato constitutivo, no caso de sociedades civis, acompanhada de prova de diretoria em exercício;
 - e) decreto de autorização, em se tratando de empresa ou sociedade estrangeira em funcionamento no País, e ato de registro ou autorização para funcionamento expedido pelo órgão competente, quando a atividade assim o exigir;
 - f) prova de inscrição no Cadastro de Pessoas Físicas (CPF) ou no Cadastro Geral de Contribuintes (CGC);
 - g) prova de inscrição no cadastro de contribuintes estadual ou municipal, se houver, relativo ao domicílio ou sede do licitante, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto contratual;
 - h) prova de regularidade para com a Fazenda Federal, Estadual e Municipal do local da prestação dos serviços;
 - i) prova de regularidade relativa à Seguridade Social e ao Fundo de Garantia por Tempo de Serviço (FGTS), demonstrando situação regular no cumprimento dos encargos sociais instituídos por lei.
 - j) apresentação do termo de responsabilidade técnica da instalação e segurança dos equipamentos, emitida pelo Conselho Profissional do responsável (Engenheiro Civil ou Arquiteto e Urbanista);
 - k) apresentação de apólice de seguro contra danos a terceiros.
- Parágrafo único. Em caso de conflitos de pedidos será autorizado o anúncio publicitário com o protocolo deferido mais antigo, para atendimento desta lei.

Art. 29. O despacho de indeferimento de pedido da licença de anúncio será devidamente fundamentado.

Parágrafo único. O indeferimento do pedido não dá ao requerente o direito à devolução de eventuais taxas ou emolumentos pagos.

Art. 30. O prazo para pedido de reconsideração de despacho ou de recurso é de 30 (trinta) dias corridos, contados a partir da data da notificação do despacho da decisão.

Parágrafo único. Os pedidos de reconsideração de despacho ou de recurso não terão efeito suspensivo.

Seção II

Do cancelamento da autorização dos anúncios.

Art. 31. A autorização do anúncio será automaticamente cancelada nos seguintes casos:

- I - por solicitação do interessado, mediante requerimento padronizado;
- II - se forem alteradas as características do anúncio;
- III - quando ocorrer mudança de local de instalação de anúncio;
- IV - se forem modificadas as características do imóvel;
- V - quando ocorrer alteração no Cadastro de Contribuintes Mobiliários - CCM;
- VI - por infringência a qualquer das disposições desta lei ou de seu decreto regulamentar, caso não sejam sanadas as irregularidades dentro dos prazos previstos;
- VII - pelo não atendimento a eventuais exigências dos órgãos competentes;
- VIII - pela ocorrência da hipótese prevista no parágrafo 1º no art. 27 desta lei.

Art. 32. Os responsáveis pelos anúncios indicativo ou especial deverão manter, no imóvel onde está instalado, à disposição da fiscalização, toda a documentação comprobatória da regularidade junto ao Cadastro de Anúncio - CADAN, da inscrição

no Cadastro de Contribuintes Mobiliários - CCM e dos pagamentos da Taxa de licença para exploração dos meios de publicidade, conforme Código Tributário Municipal - Lei n. 2.415/70, artigo 229.

Seção III

Da responsabilidade pelos anúncios

Art. 33. É responsável pelo anúncio indicativo o dono do empreendimento ou prestador de serviços e pelo anúncio publicitário a pessoa física ou jurídica exploradora da atividade.

§ 1º A pessoa física ou jurídica instaladora é solidariamente responsável pelos aspectos técnicos da segurança do equipamento publicitário.

§2º São também responsáveis pela segurança e aspectos técnicos referentes à parte estrutural e elétrica dos equipamentos os técnicos envolvidos.

§3º A pessoa física ou jurídica da manutenção é solidariamente responsável pelos aspectos de técnicos de segurança decorrentes da sua atividade.

§ 4º A responsabilidade pela colocação não autorizada de banners, faixas e lambe lambe será do promotor do evento.

§5º A responsabilidade que tratam os parágrafos anteriores é objetiva e compreende as penalidades previstas na presente lei, assim como, os danos causados a terceiros. Parágrafo único. Os responsáveis de que trata o presente artigo responderão administrativamente, civil e criminalmente pela veracidade das informações prestadas no procedimento de licença.

Seção IV

Das Instâncias Administrativas e Competências

Art. 34. A apreciação e decisão e fiscalização da matéria tratada nesta lei é atribuição da Supervisão, ora denominada de "Proteção à Paisagem Urbana" da Secretaria da Fazenda, diretamente subordinada ao Secretário Municipal da Fazenda.

Parágrafo único. Os atos de fiscalização autuação poderão ser realizados pela Secretaria Municipal do Meio Ambiente e pela Guarda Civil Municipal, nos termos do artigo 38, da Lei Complementar nº 1.616, de 19 de janeiro de 2004.

Art. 35. Compete à Supervisão de Proteção à Paisagem Urbana:

I - receber e analisar os processos administrativos com pedido de exploração de atividade comercial de publicidade e pedidos individuais ou online de comerciantes para instalação de anúncios;

II - gerenciar o cadastro único dos anúncios da cidade - CADAN, bem como a veiculação eletrônica no "site" da Prefeitura para o conhecimento e acompanhamento de todos os cidadãos.

III - licenciar e cadastrar os anúncios, inclusive os que já foram protocolados anteriormente à data da publicação desta lei;

IV - fiscalizar o cumprimento desta lei e punir os infratores e responsáveis, aplicando as penalidades cabíveis.

Art. 36. Compete à Comissão de Controle Urbanístico com apoio da Secretaria Municipal de Cultura:

I - expedir atos normativos quanto à classificação dos anúncios de finalidade cultural e quanto às características e parâmetros para anúncios em bens de valor cultural, conforme definido no inciso VI do art. 6º desta lei;

II - emitir parecer, no âmbito de suas atribuições, quanto ao enquadramento das situações não previstas ou passíveis de dúvidas;

III - fixar condições para a instalação dos anúncios indicativos nos bens de valor cultural.

CAPÍTULO V

DAS INFRAÇÕES E PENALIDADES

Art. 37. Para os fins desta lei, consideram-se infrações:

I - exibir anúncio:

- a) sem a necessária autorização e/ou licença de anúncio indicativo, publicitário, banners, faixas e lambe lambe ou a autorização do anúncio especial, quando for o caso;
- b) com dimensões diferentes das aprovadas ou permitidas por esta lei;
- c) fora do prazo constante da licença de anúncio indicativo, publicitário ou da autorização do anúncio especial;
- d) sem constar de forma legível e visível do logradouro público, o número da licença de anúncio indicativo, publicitário ou CADAN;

II - manter o anúncio em mau estado de conservação;

III - não atender a intimação do órgão competente para a regularização ou a remoção do anúncio;

IV - veicular qualquer tipo de anúncio em desacordo com o disposto nesta lei e nas demais leis municipais, estaduais e federais pertinentes;

V - praticar qualquer outra violação às normas previstas nesta lei ou em seu decreto regulamentar.

Parágrafo único. Para todos os efeitos desta lei, respondem solidariamente pela infração praticada os responsáveis pelo anúncio nos termos do art. 33.

Art. 38. A inobservância das disposições desta lei sujeitará os infratores, nos termos de seu art. 43, cumulativamente às seguintes penalidades:

I - advertência por escrito;

II - após 30 (trinta) dias, multa;

III - cassação imediata da autorização e/ou licença do anúncio indicativo, publicitário ou da autorização do anúncio especial ou sua autorização;

IV - remoção do anúncio.

Art. 39. Na aplicação da primeira multa, sem prejuízo das demais penalidades cabíveis, os responsáveis serão intimados a regularizar o anúncio ou a removê-lo, quando for o caso, observados os seguintes prazos:

I - 5 (cinco) dias, no caso de anúncio indicativo, publicitário ou especial;

II - imediato, no caso de anúncio que apresente riscos iminentes ou proibidos por esta lei.

Art. 40. Na hipótese do infrator não proceder à regularização ou remoção do anúncio instalado irregularmente, a Municipalidade adotará as medidas para sua retirada, ainda que esteja instalado em imóvel privado, cobrando os respectivos custos de seus responsáveis, independentemente da aplicação das multas e demais sanções cabíveis.

Parágrafo único. O Poder Público Municipal poderá ainda interditar e providenciar a remoção imediata do anúncio, ainda que esteja instalado em imóvel privado, em caso de risco iminente de segurança ou da reincidência na prática de infração, cobrando os custos de seus responsáveis, não respondendo por quaisquer danos causados ao anúncio quando de sua remoção.

Art. 41 - Para os efeitos da cobrança acima mencionada o custo apurado pelos atos mencionados no artigo 40, será inscrito na dívida ativa não tributária.

Art. 42. As multas serão aplicadas da seguinte forma:

I - primeira multa no valor de R\$ 10.000,00 (dez mil reais) por anúncio irregular;

II - persistindo a infração após a intimação a aplicação da primeira multa referidas no art. 38, incisos II deste artigo, será aplicada multa correspondente ao dobro da primeira, reaplicada a cada 15 (quinze) dias a partir da lavratura da anterior, até a efetiva regularização ou a remoção do anúncio, sem prejuízo do ressarcimento, pelos responsáveis, dos custos relativos à retirada do anúncio irregular pela Prefeitura.

§ 1º No caso do anúncio apresentar risco iminente, a segunda multa, bem como as

reaplicações subsequentes, ocorrerão a cada 24 (vinte e quatro) horas a partir da lavratura da multa anterior até a efetiva remoção do anúncio.

§ 2º Nos casos previstos nos arts. 9º e 10 desta lei, em que não é permitida a veiculação de anúncios publicitários por meio de "banners", "lambe-lambe", faixas, pinturas e outros elementos que promovam profissionais, serviços ou qualquer outra atividade nas vias e equipamentos públicos, aplica-se as sanções estipuladas neste artigo.

CAPÍTULO VI

DAS DISPOSIÇÕES FINAIS E TRANSITÓRIAS

Art. 43. Todos os anúncios de natureza indicativa e publicitários, inclusive suas estruturas de sustentação instalados dentro dos lotes urbanos de propriedade pública ou privada edificados ou não edificados, não adequados ao disposto nesta lei, deverão ser retirados pelos seus responsáveis até 180 (cento e oitenta) dias, contados a partir da publicação desta lei.

Parágrafo único. Em caso de descumprimento do disposto no "caput" deste artigo, serão impostas as penalidades previstas no artigo 42 desta lei.

Art. 44. Novas tecnologias e meios de veiculação de anúncios, bem como projetos diferenciados não previstos nesta lei, serão enquadrados e terão seus parâmetros estabelecidos pela Comissão de Controle Urbanístico.

Art. 45. O Poder Executivo promoverá as medidas necessárias para viabilizar a aplicação das normas previstas nesta lei, em sistema computadorizado, estabelecendo, mediante portaria, a padronização de requerimentos e demais documentos necessários ao seu cumprimento.

Art. 46. Os pedidos de autorização e/ou licença de anúncios indicativos ou publicitários e de autorização de anúncios especiais pendentes de apreciação na data da entrada em vigor desta lei deverão adequar-se às exigências e condições por ela instituídas.

Art. 47. A Secretaria Municipal da Fazenda disponibilizará pela internet, no prazo de 60 (sessenta) dias a partir da publicação desta lei, todas as licenças dos anúncios publicitários, com a respectiva data de emissão, número do Cadastro de Anúncios - CADAN, nome da empresa responsável e data de validade de cada anúncio.

Art. 48. As disposições contidas nesta lei somente poderão ser alteradas após ouvidas as entidades afins, em audiência pública, conforme previsto no Estatuto das Cidades - Lei n. 10.257, de 10 de julho de 2001.

Art. 49. O Poder Executivo regulamentará a presente lei, no que couber, no prazo de 60 (sessenta) dias, contados da data de sua publicação.

Art. 50. As despesas com a execução desta lei correrão por conta das dotações orçamentárias próprias, suplementadas se necessário.

Art. 51. Fica revogadas as disposições em contrário, a partir da publicação da presente lei.

Art. 52. Esta lei entra em vigor na data de sua publicação, aplicando-se também a todos os pedidos de licenciamento de anúncios pendentes de apreciação.

Palácio Rio Branco

DÁRCY VERA
Prefeita Municipal