



www.LeisMunicipais.com.br

versão consolidada, com alterações até o dia 13/07/2015

LEI Nº 2751, DE 03 DE NOVEMBRO DE 2009.

(Vide revogação dada pela [Lei Complementar 265/2015](#))

"DISPÕE SOBRE A ORDENAÇÃO DOS ELEMENTOS DE PROPAGANDA E PUBLICIDADE QUE COMPÕEM A PAISAGEM URBANA DO MUNICÍPIO DE ITAQUAQUECETUBA."

ARMANDO TAVARES FILHO, PREFEITO MUNICIPAL DE ITAQUAQUECETUBA, USANDO DAS ATRIBUIÇÕES QUE LHE SÃO CONFERIDAS POR LEI; FAÇO SABER QUE A CÂMARA MUNICIPAL DECRETA E EU PROMULGO A SEGUINTE LEI:

Capítulo I

DOS OBJETIVOS, DIRETRIZES, ESTRATÉGIAS E DEFINIÇÕES

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 Itaquaquecetuba.

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.

Art. 3º Constituem objetivos da ordenação da paisagem do Município de Itaquaquecetuba 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:

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

II - a segurança das edificações e da população;

III - a valorização do ambiente natural e construído;

IV - a segurança, a fluidez e o conforto nos deslocamentos de veículos e pedestres;

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 infra-estrutura urbana;

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

III - o combate à 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 para os distintos setores da Cidade, 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, posicionamento, quantidade e interferência mais adequados à sinalização de trânsito, aos elementos construídos e à vegetação, considerando a capacidade de suporte da região;

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

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

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 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, instalado fora do local onde se exerce a atividade;
- c) anúncio especial: aquele que possui características específicas, com finalidade cultural, eleitoral, educativa ou imobiliária, nos termos do disposto no art. 19 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 - mobiliário urbano é o conjunto de elementos que podem ocupar o espaço público, implantados, direta ou indiretamente, pela Administração Municipal, com as seguintes funções urbanísticas:

- a) circulação e transportes;
- b) ornamentação da paisagem e ambientação urbana;
- c) descanso e lazer;
- d) serviços de utilidade pública;
- e) comunicação e publicidade;
- f) atividade comercial;
- g) acessórios à infra-estrutura;

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 legislação de 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 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;

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

III - as denominações de prédios e condomínios;

IV - 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;

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

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

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

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

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

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

XI - 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;

XII - a denominação de hotéis ou a sua logomarca, quando inseridas ao longo da fachada das edificações onde é exercida a atividade;

XIII - 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 constantes do Plano Diretor Estratégico;

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 reflexividade;

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

Art. 9º É proibida a instalação de propagandas, publicidades e anúncios, inclusive para fins eleitorais, mediante inscrição, pinturas, letreiros, faixas, placas, banners, pôsteres, cartazes e outdoors em:

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

~~II - vias, parques, praças e outros logradouros públicos, salvo os anúncios de cooperação entre o Poder Público e a iniciativa privada, a serem definidos por legislação específica.~~

II - vias, parques, praças e outros logradouros públicos, salvo os anúncios de cooperação entre o Poder Público e a iniciativa privada, a serem definidos por legislação específica. (Redação dada pela Lei nº 2778/2010)

III - imóveis situados nas zonas de uso estritamente residenciais;

IV - 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;

V - torres ou postes de transmissão de energia elétrica;

VI - em dutos de gás e de abastecimento de água, hidrantes, torres d'água e outros similares;

VII - faixas ou placas acopladas à sinalização de trânsito;

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

IX - bens de uso comum do povo a uma distância inferior a 30,00m (trinta metros) de obras públicas de arte, tais como túneis, passarelas, pontes e viadutos, bem como de seus respectivos acessos;

X - nos muros, paredes e empenas cegas de lotes públicos ou privados, edificadas ou não;

XI - nas árvores de qualquer porte;

Parágrafo Único. Excetua-se deste artigo:

I - anúncios do poder público;

II - a denominação dos estabelecimentos comerciais, quando inseridas ao longo das fachadas da edificação, onde é exercida a atividade;

III - a propaganda de atividades culturais, educativas, informativas, de orientação sexual, religiosa, de programas políticos ou ideológicos, não podendo:

a) sua veiculação ser superior a 30 (trinta) dias;

b) o espaço reservado para eventual patrocinador ser superior a 20% (vinte por cento) do tamanho ou tempo totais do anúncio.

IV - em caso de plebiscitos ou referendos populares;

V - totens de publicidade do estabelecimento, possuindo altura máxima de 10,00 (dez) metros, partindo do chão ou sustentados por hastes (máxima de duas), com altura partindo do chão de até 3,00 (três) metros, largura de 3,60 (três metros e sessenta centímetros), face única ou dupla face, totalmente instalado dentro da área do estabelecimento;

VI - as placas com finalidade imobiliária, quando destinadas à informação do público para aluguel ou venda de imóvel, com medidas máximas de 1,00x0,60 (um metro de comprimento por sessenta centímetros de altura), afixadas no imóvel;

VII - as placas com identificação dos responsáveis técnicos, enquanto durar a execução das obras, instalação ou serviços de engenharia, arquitetura ou agronomia, com medidas máximas de 1,00x0,60 (um metro de comprimento por sessenta centímetros de altura).

VIII - A propaganda eleitoral, através da afixação de 01 (um) único banner ou faixa contendo no máximo 2m² (dois metros quadrados), exclusivamente na parede da fachada de prédio residencial, onde exista instalada a

porta da entrada principal do imóvel ou na parede onde está instalada janela da sala ou do primeiro cômodo de acesso à residência.

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 em que estiver instalado ou a dos imóveis vizinhos;

IV - apresente conjunto de formas e cores que se confundam com as convencionadas internacionalmente para as diferentes categorias de sinalização de trânsito;

V - apresente conjunto de formas e cores que se confundam com as consagradas pelas normas de segurança para a prevenção e o combate a incêndios.

~~**Art. 11 -** A aprovação do anúncio indicativo nas edificações e áreas enquadradas como Zonas de Preservação Cultural e nos bens de valor cultural fica condicionada à prévia autorização da Secretaria Municipal de Receita e da Secretaria Municipal de Cultura e Turismo.~~

Art. 11 A aprovação do anúncio indicativo nas edificações e áreas enquadradas como Zonas de Preservação Cultural e nos bens de valor cultural fica condicionada à prévia autorização da Secretaria Municipal de Receita e da Secretaria Municipal de Cultura e Turismo. (Redação dada pela Lei nº 2778/2010)

Capítulo III DA ORDENAÇÃO DA PAISAGEM URBANA

Art. 12 - Para os efeitos desta lei, considera-se, para a utilização da paisagem urbana, todos os anúncios, desde que visíveis do logradouro público 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 infra-estrutura, e faixas de servidão de redes de transporte, de redes de transmissão de energia elétrica, de oleodutos, gasodutos e similares;

VI - mobiliário urbano;

§ 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 vedo 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.

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

~~I - quando a testada do imóvel for inferior a 10,00m (dez metros) lineares, a área total do anúncio não deverá ultrapassar 1,50m² (um metro e cinquenta centímetros quadrados);~~

I - quando a testada do imóvel for inferior a 10,00m (dez metros) lineares, a área total do anúncio não deverá ultrapassar 1,50m² (um metro e cinquenta centímetros quadrados); (Redação dada pela Lei nº 2778/2010)

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 - quando o anúncio indicativo for composto apenas de letras, logomarcas ou símbolos grampeados ou pintados na parede, a área total do anúncio será aquela resultante do somatório dos polígonos formados pelas linhas imediatamente externas que contornam cada elemento inserido na fachada;

§ 2º - O anúncio indicativo não poderá avançar sobre o passeio público ou calçada.

§ 3º - 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.

§ 4º - 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.

§ 5º - 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.

§ 6º - 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.

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

Art. 16 - 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.

§ 1º - 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.

§ 2º - A área total dos anúncios definidos no "caput" deste artigo não deverá, em nenhuma hipótese, ultrapassar 20,00m² (vinte metros quadrados).

SEÇÃO II DO ANÚNCIO PUBLICITÁRIO NO MOBILIÁRIO URBANO

Art. 17 - A veiculação de anúncios publicitários no mobiliário urbano, bem como a definição deste do que seja 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. 18 - Os anúncios indicativos somente poderão ser instalados após a devida emissão da licença que implicará seu registro imediato no Cadastro de Anúncios.

Art. 19 - O licenciamento do anúncio indicativo será promovido por solicitação por escrito, conforme regulamentação específica, não sendo necessária a sua renovação, desde que não haja alteração em suas características.

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

Art. 20 - A colocação de anúncio de finalidade cultural ficará sujeita à autorização da Secretaria Municipal de Cultura, dispensando-se seu licenciamento.

Art. 21 - Ficam dispensados de licenciamento os anúncios instalados em mobiliários e equipamentos

urbanos, inclusive quanto ao seu cadastramento no órgão competente estabelecido no respectivo contrato.

Art. 22 - O despacho de indeferimento de pedido da licença de anúncio indicativo será devidamente fundamentado.

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

Art. 23 - O prazo para pedido de reconsideração de despacho ou de recurso é de 30 (trinta) dias corridos, contados a partir da data da ciência do interessado.

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

SEÇÃO II DO CANCELAMENTO DA LICENÇA DO ANÚNCIO

Art. 24 - A licença do anúncio será automaticamente extinta 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;

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 único no art. 23 desta Lei.

Art. 25 - Os responsáveis pelo anúncio, nos termos do art. 26 desta lei, deverão manter o número da licença de anúncio indicativo ou CADAN de forma visível e legível do logradouro público, sob pena de aplicação das sanções estabelecidas nos arts. 30 e seguintes desta Lei.

Parágrafo Único. Os responsáveis pelo anúncio 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 Fiscalização de Anúncio - T.F.A.

SEÇÃO III DOS RESPONSÁVEIS PELO ANÚNCIO

Art. 26 - Para efeitos desta lei, são solidariamente responsáveis pelo anúncio o proprietário e o possuidor do imóvel onde o anúncio estiver instalado.

§ 1º - A empresa instaladora é também solidariamente responsável pelos aspectos técnicos e de segurança de instalação do anúncio, bem como de sua remoção.

§ 2º - Quanto à segurança e aos aspectos técnicos referentes à parte estrutural e elétrica, também são solidariamente responsáveis os respectivos profissionais.

§ 3º - Quanto à segurança e aos aspectos técnicos referentes à manutenção, também é solidariamente responsável a empresa de manutenção.

§ 4º - Os responsáveis pelo anúncio responderão administrativa, civil e criminalmente pela veracidade das informações prestadas.

Capítulo V DAS INFRAÇÕES E PENALIDADES

Art. 27 - Para os fins desta lei, consideram-se infrações:

I - exibir anúncio:

- a) sem a necessária licença de anúncio indicativo;
- b) com dimensões diferentes das aprovadas;
- c) fora do prazo constante da licença de anúncio indicativo;
- d) sem constar de forma legível e visível do logradouro público, o número da licença de anúncio indicativo ou CADAN;

II - manter o anúncio em mau estado de conservação;

~~III - não atender a intimação da Divisão de Fiscalização de Posturas para a regularização ou a remoção do anúncio;~~

III - não atender a intimação da Divisão de Fiscalização de Posturas para a regularização ou a remoção do anúncio; (Redação dada pela Lei nº [2778/2010](#))

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. 26.

Art. 28 - A inobservância das disposições desta lei sujeitará os infratores, nos termos de seu art. 27, às

seguintes penalidades:

I - multa;

II - cancelamento imediato da licença do anúncio indicativo ou da autorização do anúncio especial;

III - remoção do anúncio.

Art. 29 - 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, no prazo de 72 (setenta e duas horas).

Art. 30 - 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. 31 - As multas serão aplicadas da seguinte forma:

I - primeira multa no valor de R\$ 5.000,00 (cinco mil reais) por anúncio irregular;

II - persistindo a infração após a aplicação da primeira multa e a intimação referidas no art. 29 deste artigo, sem que sejam respeitados os prazos ora estabelecidos, 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.

Parágrafo Único. No caso do anúncio apresentar risco iminente, a segunda multa, bem como as reaplicações subseqüentes, ocorrerão a cada 24 (vinte e quatro) horas a partir da lavratura da multa anterior até a efetiva remoção do anúncio.

Capítulo VI

DAS DISPOSIÇÕES FINAIS E TRANSITÓRIAS

Art. 32 - Todos os anúncios publicitários, inclusive suas estruturas de sustentação, instalados, com ou sem licença expedida a qualquer tempo, dentro dos lotes urbanos de propriedade pública ou privada, deverão ser retirados ou adequados pelos seus responsáveis, no prazo máximo de 60 dias.

§ 1º - O prazo previsto no "caput" deste artigo poderá ser prorrogado por mais 90 (noventa) dias, caso os responsáveis pelo anúncio justifiquem a impossibilidade de seu atendimento, mediante requerimento ao órgão competente do Executivo.

§ 2º - Em caso de descumprimento do disposto no "caput" deste artigo, serão impostas as penalidades previstas nos arts. 28 a 31 desta Lei:

I - ao proprietário ou possuidor do imóvel onde o anúncio estiver instalado;

II - ao anunciante;

III - à empresa instaladora;

IV - aos profissionais responsáveis técnicos;

V - à empresa de manutenção.

~~Art. 33 -~~ Novas tecnologias e meios de veiculação de anúncios, bem como projetos diferenciados não previstos nesta Lei, serão enquadrados e terão seus parâmetros estabelecidos pela Secretaria Municipal de Receita

Art. 33 - Novas tecnologias e meios de veiculação de anúncios, bem como projetos diferenciados não previstos nesta Lei, serão enquadrados e terão seus parâmetros estabelecidos pela Secretaria Municipal de Receita. (Redação dada pela Lei nº 2778/2010)

Art. 34 - O Poder Executivo promoverá as medidas necessárias para viabilizar a aplicação das normas previstas nesta lei, estabelecendo, mediante portaria, a padronização de requerimentos e demais documentos necessários ao seu cumprimento.

Art. 35 - Os pedidos de licença de anúncios indicativos 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. 36 - O Poder Executivo poderá celebrar termo de cooperação com a iniciativa privada visando à execução e manutenção de melhorias urbanas, ambientais e paisagísticas, bem como à conservação de áreas municipais, atendido o interesse público.

§ 1º - O Poder Executivo estabelecerá critérios para determinar a proporção entre o valor financeiro dos serviços e obras contratadas e as dimensões da placa indicativa do termo de cooperação, bem como a forma de inserção dessas placas na paisagem.

§ 2º - Os termos de cooperação terão prazo de validade de, no máximo, 3 (três) anos e deverão ser publicados na íntegra, no prazo máximo de 30 (trinta) dias contados da data de sua assinatura, observadas as normas constantes desta lei e as disposições estabelecidas em Decreto.

Art. 37 - Os casos omissos na presente Lei serão decididos pelo Poder Executivo Municipal.

Art. 38 - As despesas com a execução desta Lei correrão por conta das dotações orçamentárias próprias, suplementadas se necessário.

Art. 39 - Todos os pedidos pendentes de licenciamento de anúncios deverão ser apreciados de acordo com os termos desta Lei.

Art. 40 - Esta Lei entrará em vigor na data de sua publicação, ficando revogadas as disposições em contrário.

PREFEITURA MUNICIPAL DE ITAQUAQUECETUBA, em 03 de novembro de 2009; 449º da Fundação da Cidade e 56º da Emancipação Político-Administrativa do Município.

ARMANDO TAVARES FILHO
Prefeito

EVARISTO DA SILVA FILHO
Secretário de Administração

Registrada na Secretaria de Administração-Departamento de Administração, e publicada no Quadro de Editais da Portaria Municipal, na mesma data supra.

SANDRA REGINA REIS SAMPAIO
Diretora Depto de Administração Geral

Este texto não substitui o original publicado e arquivado na Prefeitura Municipal de Itaquaquecetuba.

Data de Inserção no Sistema LeisMunicipais: 24/07/2015