ESTADO DO RIO GRANDE DO NORTE
PREFEITURA MUNICIPAL DE CAICÓ

SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
LEI Nº 5.074, DE 22 DE MARÇO DE 2018

Dispõe sobre a veiculação de anúncios e sobre o ordenamento da publicidade no espaço urbano no Município de Caicó e dá outras providências.

O PREFEITO MUNICIPAL DE CAICÓ/RN, no uso de suas atribuições legais,
FAÇO SABER que a Câmara Municipal de Vereadores aprovou e eu sanciono a seguinte lei:

CAPÍTULO I
Das Disposições Preliminares

Art. 1º A ordenação e o licenciamento de anúncios de publicidade no espaço urbano do Município de Caicó ficam disciplinados por esta Lei, que visa os seguintes objetivos:

I - organizar, controlar e orientar o uso de mensagem visual de publicidade de qualquer natureza, respeitando o interesse coletivo, as necessidades de conforto ambiental e as prerrogativas individuais;
II - contribuir para o bem-estar da população;
III - garantir a segurança das edificações;
IV – valorizar o ambiente natural e construído;
V - preservação da memória cultural;
VI - preservar a visualização das características peculiares dos logradouros e das fachadas;
VII - preservar a visualização dos elementos naturais tomados em seu conjunto e em suas peculiaridades ambientais nativas;
VIII – facilitar o acesso e utilização das funções e serviços de interesse coletivo nas vias e logradouros;
IX – manter o equilíbrio de interesses dos diversos agentes atuantes na cidade para a promoção da melhoria da paisagem;
X – garantir as condições de fluidez e de segurança de veículos e de pedestres.

CAPÍTULO II
Das Definições e Tipologias

Art. 2º Considera-se anúncio toda mensagem presente na paisagem urbana, visível dos logradouros e dos locais expostos ao público, que tem a finalidade de comunicar e/ou promover estabelecimentos comerciais e industriais, produtos e serviços de qualquer espécie, ideias, pessoas ou coisas, por meio de palavras, imagens, recursos audiovisuais e efeitos luminosos.
Art. 3º. O anúncio, quanto ao tipo de mensagem, classifica-se em:
I - indicativo: identifica o próprio local da atividade, estabelecimentos e/ou profissionais que dele fazem uso, podendo, também, identificar empresas fornecedoras, colaboradoras ou patrocinadoras das atividades desenvolvidas no local através de logomarca e referência, desde que não ultrapasse um quarto da área total do anúncio;
II - publicitário: divulga a atividade, o estabelecimento e/ou profissionais em local distinto do imóvel onde se exerce a atividade;
III - institucional: transmite informações de organismos culturais, entidades representativas da sociedade civil, entidades beneficentes e similares, sem finalidade comercial nem promoção pessoal;
IV - orientador: transmite mensagens de orientação, tais como: nomes de logradouros, tráfego, aviso de alerta ou similares, e;
V - misto: transmite mais de um tipo de mensagem.

§ 1º Excluem-se do previsto no *caput* deste artigo:
I - denominações de prédios e condomínios;
II - nomes, símbolos, entalhes, relevos, logotipos incorporados à fachada por meio de aberturas ou gravados nas paredes, sem aplicação ou afixação, integrantes de projeto aprovado das edificações;
III - logotipos de postos de abastecimento e serviços quando apostos nos equipamentos próprios do mobiliário obrigatório, como bombas

abastecedoras, densímetros, painel para exibir os preços dos combustíveis automotivos e quadro de avisos previstos em conformidade com Agência Nacional do Petróleo;
IV - referências que indiquem lotação, capacidade, entrada e saída, sanitários, estacionamentos gratuitos e as 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 e informativas de órgãos da Administração Pública;
VII - os que contenham indicação de monitoramento de empresas de segurança com área máxima de 40 cm² (quarenta centímetros quadrados);
VIII - aqueles instalados em áreas de proteção ambiental que contenham mensagens institucionais com patrocínio;
IX - a identificação das empresas nos veículos automotores utilizados para a realização de seus serviços;
X - placas referentes a informações do licenciamento de obra, que não poderão exceder 9,00m² (nove metros quadrados) de área;
XI - as bandeiras de cartões de crédito e débito aceitas nos estabelecimentos.

§ 2º Todo anúncio deverá observar 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 pertinentes às distâncias das redes de distribuição de energia elétrica, ou a parecer técnico emitido pelo órgão público ou empresa responsável pela distribuição de energia elétrica;
VI - manter exposto de forma legível do logradouro público o número da licença correspondente expedida pelo Município de Caicó.

Art. 4º. 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.

Parágrafo único. Submete-se ainda às normas desta Lei o anúncio de publicidade instalado nas faixas de domínio pertencentes à rede de infraestrutura, rodovias, vias, faixas de servidão de rede de transporte, de transmissão de energia elétrica, de oleoduto, gasoduto e similares.

Art. 5º. Para aplicação desta Lei ficam estabelecidas as seguintes definições:
I - altura mínima: é a distancia vertical entre o ponto mais baixo do anúncio e o ponto mais alto do passeio público imediatamente abaixo do anúncio;
II - altura máxima: é a distância vertical entre o ponto mais alto do anúncio e o ponto mais alto do passeio público imediatamente abaixo do anúncio;
III - altura da edificação: é a distância vertical entre o topo da cobertura da edificação e o ponto mais alto do passeio público;
IV - área livre do imóvel edificado: é a área existente entre a edificação e qualquer divisa do imóvel;
V - área total de um anúncio: é a multiplicação da base vezes a altura do anúncio, expressa em metros quadrados, incluindo-se os requadros que o limitam;
VI - fachada: é qualquer face externa de uma edificação, com exceção da empena cega;
VII - espessura: é a distância entre as faces anterior e posterior de um anúncio;
VIII - quota: é o coeficiente em porcentagem obtido através da testada do imóvel, que possibilita obter a área máxima do anúncio permitido, expressa em metros quadrados;
IX - perímetro: contorno que limita a edificação até o limite da calçada.

§ 1º Testada é a medida dos limites do terreno que confrontam com o logradouro.

§ 2º Em se tratando de imóvel edificado que abrigar mais de uma atividade econômica, os proprietários e responsáveis pelos anúncios deverão estabelecer, dentro da quota de 40% (quarenta por cento), consórcio para exploração da publicidade, obedecidas as disposições do artigo 8º e seus incisos.
§ 3º Quando o imóvel for de esquina ou tiver mais de uma frente para logradouro público é permitido um anúncio por testada, atendidas as exigências estabelecidas nesta Lei.

Art. 6º. O anúncio será classificado de acordo com suas características e enquadramento, em quaisquer das condições a seguir:
I - simples, quando:
a) apresentar área total de anúncio igual ou inferior a quatro metros quadrados;
b) a altura máxima for igual ou inferior a quatro metros;
c) estiver desprovido de dispositivos mecânicos e/ou elétricos, como partes integrantes de sua estrutura;
d) executados na forma de pintura em fachadas, obedecidas as disposições dos incisos I e II do artigo 8º.
II - complexo, quando não se enquadrar nos dispositivos previstos no inciso anterior.

CAPÍTULO III
Dos Locais de Instalação

Art. 7º. Será permitida a instalação de anúncios, desde que licenciados, nos seguintes locais:
I - na fachada paralela do imóvel;
II - na área livre de imóveis edificados ou não, na forma de "outdoors" ou "totens";
III - cobertura das edificações;
IV - nas empenas cegas dos hotéis, hipermercados, shoppings centers, hospitais, edifícios comerciais e similares;
V – vidros transparentes;
VI – mobiliário urbano;
VII – veículo automotor:
VIII - painéis eletrônicos;
IX – nas obras de construção civil;
X – em balões;
XI – espaço público promocional criado (EPPC).

SEÇÃO I
Na Fachada

Art. 8º. O anúncio, quando instalado na fachada, deverá ter:
I - altura mínima de 2,20m (dois metros e vinte centímetros);
II - altura máxima de 7,00m (sete metros), respeitando a altura do primeiro pavimento;
III - espessura máxima de 20 cm (vinte centímetros);
IV - obedecer a quota de até 70% (setenta por cento) da testada.

Parágrafo único. Para a instalação de anúncio, será considerada a quota de cada testada, não sendo permitida a soma das testadas.

Art. 9º. O anúncio paralelo na forma de letras aplicadas à fachada deverá obedecer à quota, e ter a espessura máxima de 20 cm (vinte centímetros) sendo afixadas diretamente na edificação.

Art. 10. A estrutura destinada ao anúncio deverá ser fixada diretamente na parede, cabendo ao proprietário do estabelecimento e/ou anunciante a conservação da fachada edificada, mesmo que oculta.

Parágrafo único. No caso de edificação em que não haja espaço na fachada para o anúncio, poderá utilizar-se das paredes edificadas, ou colunas metálicas treliçadas para a fixação da estrutura do anúncio, obedecendo ao disposto no Art. 8º, sendo que o anúncio será considerado complexo.

SEÇÃO II
Nas Áreas Livres

Art. 11. O anúncio instalado na forma de "outdoor" deverá:
I - ter a projeção da estrutura e painel contidos nos limites da área do imóvel:
II - ter agrupamentos de no máximo três peças com um metro de distanciamento entre elas, obedecendo à distância entre o agrupamento de:
a) 50m (cinquenta metros) quando instalados em rodovias,
b) 30m (trinta metros) quando instalados em área urbana.
III - ter área máxima de:
a) 27m² (vinte e sete metros quadrados) para a tipologia "outdoor" simples:
b) 33,25m² (trinta e três vírgula vinte e cinco metros quadrados) para a tipologia "outdoor" envelopado;
c) 48m² (quarenta e oito metros quadrados) quando se tratar de "front light" e similares.
IV - ter altura máxima de dez metros incluindo o anúncio;
V - obedecer à quota de 250% (duzentos e cinquenta por cento), em metros quadrados, da testada do imóvel.

Art. 12. A instalação dos "outdoors" será paralela em relação ao eixo do logradouro, admitindo-se uma rotação destes de até 45 (quarenta e cinco) graus em relação ao referido eixo, quando localizados em vias expressas.

Art. 13. Em qualquer das situações previstas para a localização do meio, sua instalação fica condicionada à capina e remoção de detritos do entorno, até uma distância de 50,0 (cinquenta) centímetros, medido a partir da projeção horizontal do "outdoor", durante todo o tempo em que este estiver instalado.

Art. 14. O anúncio instalado na forma de totem deverá:
I - ter a projeção da estrutura e painel contidos nos limites da área do imóvel:
II – obedecer o distanciamento para instalação de equipamentos de:
a) 50m (cinquenta metros) quando instalados em rodovias,
b) 30m (trinta metros) quando instalados em área urbana.
III - ter área máxima, por face, de:
a) 75m² (setenta e cinco metros quadrados), quando instalado em rodovias;
b) 40m² (quarenta metros quadrados), quando instalado em área urbana.
IV - ter altura máxima de 15m (quinze metros) incluindo o anúncio;
V - obedecer à quota de 250% (duzentos e cinquenta por cento), em metros quadrados, da testada do imóvel;

§ 1º Quando num mesmo imóvel houver a intenção de instalar anúncios na forma de fachada e totem, deverão ser observados os seguintes critérios:
I - para a fachada: considerar a quota de 40% (quarenta por cento) da testada principal do imóvel;
II - para o totem: obedecer as regras estabelecidas no artigo 14;
III - a quota permitida para o imóvel nesta situação, será calculada utilizando a metragem maior.

§ 2º Na falta de anúncio, os responsáveis pelos outdoors e totens publicitários devem manter a área disponível às mensagens coberta por material equivalente ao utilizado para veiculação de anúncios, em cor clara.

SEÇÃO III
Na Cobertura das Edificações

Art. 15. O anúncio instalado nas coberturas das edificações comerciais, industriais, de serviços, deverá:
I - ter a projeção da estrutura e painel contidos nos limites do perímetro da cobertura e no alinhamento da edificação;
II - não interferir em helipontos, lajes de segurança ou raio de ação do Sistema de Proteção de Descarga Atmosférica (SPDA);
III - ter altura máxima de um terço da altura da edificação, não ultrapassando cinco metros de altura;
IV - ter no máximo dois anúncios por cobertura;

Parágrafo único. A área do anúncio será computada na área máxima permitida, obtida através da quota do imóvel.

SEÇÃO IV
Nas Empenas Cegas

Art. 16. O anúncio instalado nas empenas cegas dos hotéis, hipermercados, shoppings centers, hospitais e similares, deverá:
I - ter a projeção da estrutura contida nos limites do alinhamento da edificação;
II - ter espessura máxima de 20 (vinte) centímetros;
III - obedecer a quota de 40% (quarenta por cento) da testada do imóvel.

SEÇÃO V
No Vedo Transparente

Art. 17. O anúncio instalado no vidro transparente deverá estar restrito a faixa de segurança obrigatória, e obedecer a quota de 40% (quarenta por cento) da testada do imóvel.

SEÇÃO VI
No Mobiliário Urbano

Art. 18. Considera-se mobiliário urbano para os efeitos desta Lei os equipamentos instalados nos logradouros públicos com o fim de prestar um serviço público ou de utilidade pública.
§1º São considerados como mobiliário urbano os seguintes equipamentos, dentre outros:
I - abrigo de parada de transporte público de passageiro;
II - totem indicativo de parada de ônibus;
III - sanitários públicos;
IV - painel eletrônico para texto informativo;
V - placas e unidades identificadoras de vias e logradouros públicos;
VI - totem de identificação de espaços e edifícios públicos;
VII -cabine de segurança;
VIII - quiosque para informações culturais;
IX - bancas de jornal e revistas;
X - bicicletário;
XI - estrutura para disposição de sacos plásticos de lixo e destinada à reciclagem;
XII - grade de proteção de terra ao pé de árvores;
XIII - protetores de árvores;
XIV - Orientador de pedestres, quiosque para venda de produtos e serviços localizados em logradouros públicos e orlas fluviais;
XV - lixeiras;
XVI - relógio (tempo, temperatura e poluição);
XVII - painéis de mensagens variáveis para uso exclusivo de informações de trânsito;
XVIII - abrigos para pontos de taxi e mototaxi.

§2º A veiculação de propaganda promocional nos totens indicativos e orientadores de pedestre considerados mobiliários urbanos quando instalados em logradouros públicos, deverão obedecer à Legislação Municipal vigente, e será obrigatoriamente objeto de certame licitatório.

Art. 19. Os elementos do mobiliário urbano não poderão:
I - ocupar ou estar projetado sobre o leito carroçável das vias;
II - obstruir a circulação de pedestres ou configurar perigo ou impedimento à locomoção de pessoas com deficiência e mobilidade reduzida;
III - obstruir o acesso a faixas de travessias de pedestres, escadas rolantes ou entradas e saídas de público, sobretudo as de emergência ou para pessoas com deficiência e mobilidade reduzida;
IV - localizar-se em ilhas de travessia, exceto pontos de ônibus e relógios/termômetros digitais;
V - localizar-se em esquinas, viadutos, pontes e belvederes, salvo os equipamentos de orientação de pedestres, de informação básica e de denominação de logradouro público.

Parágrafo único. A instalação do mobiliário urbano nos passeios públicos deverá observar uma faixa de circulação de no mínimo 1,5m (um metro e cinquenta centímetros).

SEÇÃO VII
Nos Veículos Automotores

Art. 20. Os anúncios instalados em veículos automotores de carga serão objeto de regulamentação por ato do Poder Executivo, que obedecerá obrigatoriamente às normas do sistema nacional de trânsito.

Art. 21. Nos ônibus e micro-ônibus utilizados no transporte urbanos de passageiros, os anúncios somente poderão ser instalados na parte traseira dos veículos com dimensões máximas de:
a) até 2,40m X 2,90m (dois metros e quarenta centímetros por dois metros e noventa centímetros) para ônibus;
b) até 1.85m X 2,60m (um metro e oitenta e cinco centímetros por dois metros e sessenta centímetros) para os micro-ônibus.

Art. 22. Os anúncios instalados taxi, moto-taxi, carros de publicidade e similares, estarão isentos para fins de cobrança de taxas.

Art. 23. A publicidade sonora em veículos obedecerá ao limite máximo para emissão de ruídos de 80 (oitenta) decibéis, e não será admitida no período compreendido entre às 18h às 8h do dia seguinte.

SEÇÃO VIII
Nos Painéis Eletrônicos

Art. 24. O anúncio instalado na forma de Painel eletrônico deverá:
I - ter a projeção da estrutura e painel contidos nos limites da área do imóvel.
II - ter área máxima de vinte e cinco metros quadrados;
III - obedecer a quota de 200% (duzentos por cento), em metros quadrados, da testada do imóvel;
IV - ter altura máxima de quinze metros incluindo o anúncio;

Parágrafo único. Os painéis eletrônicos com publicidade funcionarão das 7:00 h até às 00:00 h.

Art. 25. Quando num mesmo imóvel houver a intenção de instalar anúncios na forma de fachada e painel eletrônico deverão ser observados os seguintes critérios:
I - para a fachada: considerar a quota de 40% da testada principal do imóvel;
II - para o Painel eletrônico: obedecerá as regras estabelecidas no artigo 23;

Parágrafo único. A quota permitida para o imóvel na situação descrita no *caput* deste artigo será calculada utilizando a metragem maior.

SEÇÃO IX
Nas Obras de Construção Civil

Art. 26. Serão admitidos anúncios, pintura de logotipo e mensagem publicitaria em obras de construção civil, quer publicas ou particulares, devidamente licenciadas.

Parágrafo único. Tratando-se de obras públicas, a inserção de anúncios privados deverão ser precedidos de licitação.

Art. 27. Para atendimento ao disposto no artigo anterior, somente será admitido anúncio no stand da obra e/ou tapume, devendo o mesmo apresentar:
I - bom estado de conservação;
II - altura máxima de dois metros e vinte centímetros;

Parágrafo único. Somente serão admitidos anúncios indicativos e publicitários relativos às atividades econômicas a serem exercidas no próprio local, desde que o uso seja licenciado quando da aprovação do projeto de construção.

SEÇÃO X
Em Balões

Art. 28. Considera-se balão, para o efeito desta Lei, os equipamentos dotados de capacidade de flutuação no ar, utilizados na difusão de

anúncios.

Art. 29. Além dos parâmetros estabelecidos nos arts. 33 e 34 desta Lei, a veiculação de anúncios por meio de balões obedecerá as seguintes exigências:
I – não utilizarão gás inflamável;
II – serão atracados de forma a ter projeção contida nos limites do imóvel;
III – terão a sua instalação devidamente autorizada pelo órgão de controle e proteção de voo, quando situados em área de influência do aeródromo;
IV – obedecerá prazo máximo de exposição de 30 (trinta) dias.

SEÇÃO XI
Nos Espaços Público Promocional Criado

Art. 30. O Poder Executivo Municipal poderá instituir Espaço Público Promocional Criado – EPPC, destinado a abrigar anúncios promocionais em locais de domínio do Município e em mobiliários urbanos.

Parágrafo único. Para efeito deste artigo considera-se Espaço Público Promocional Criado – EPPC:
I – áreas ou locais de domínio, posse ou uso pelo Município;
II – logradouros públicos, equipamentos urbanos, equipamentos comunitários de comodidade ou utilidade pública;
III – elementos integrantes do mobiliário urbano destinados à veiculação de anúncios publicitários visíveis a partir dos logradouros públicos e os espaços para tal finalidade nas unidades de conservação ambiental municipal;
IV – praças e parques definidos no Regulamento, bem assim na área da Complexo da Ilha de Santana.

Art. 31. A utilização do Espaço Público Promocional Criado – EPPC por particulares, pessoa física ou jurídica, se dará mediante procedimento licitatório na forma da legislação pertinente.

Parágrafo único. O Poder Executivo Municipal ainda poderá criar programa de parceria concedendo ou permitindo às pessoas jurídicas ou físicas, entidades públicas ou privadas a veiculação de publicidade própria ou de terceiros, objetivando a promoção da integração de esforços e recursos para manutenção e conservação de praças, canteiros e similares, conforme dispuser o Regulamento.

Art. 32. Será permitida no Espaço Público Promocional Criado – EPPC, a veiculação de anúncios indicativos e promocionais, de porte simples ou complexo, conforme termos definidos no Regulamento.

Art. 33. O Regulamento definirá a forma de utilização pelo particular, o prazo, condições e tipos de veículos de divulgação permitidos no Espaço Público Promocional Criado – EPPC.

CAPÍTULO IV
Das Normas Gerais

Art. 34. Não será permitida a veiculação de anúncio de qualquer tipo, quando:
I - redigido em linguagem incorreta ou incompreensível;
II - contenha dizeres, referências ou insinuações ofensivas à pessoas, grupos, classes, etnia, gênero, orientação sexual, estabelecimento, instituições, religiões ou crenças;
III - favoreça ou estimule qualquer forma de discriminação social, racial, étnica, de orientação sexual, política e religiosa;
IV - contenha alusão a doenças ou deficiências da qual resulte constrangimento ao cidadão, salvo quando contidos em anúncios institucionais;
V - contenha elementos que possam induzir, favorecer ou estimular a prática de atividades consideradas ilegais;
VI - contenha elementos que estimulem a degradação ao meio ambiente natural e construído, aos patrimônios histórico, cultural, artístico e paisagístico;
VII - possa prejudicar a visibilidade de anúncios orientadores, devido às dimensões do veículo de divulgação, às cores ou luminosidade do anúncio ou outra característica.

http://www.diariomunicipal.com.br/femurn/materia/4187E5FB

Art. 35. Fica expressamente proibida a instalação de anúncios e/ou a divulgação de propaganda e/ou publicidade:

I – em leitos dos rios e cursos d'água, reservatórios, lagoas, açudes, represas e respectivas praias;
II – nas vias, parques, praças e outros logradouros públicos, salvo os anúncios institucionais, com ou sem patrocínio, os anúncios orientadores, os instalados em Espaços Promocionais Públicos Criados - EPPC, bem como as placas e unidades identificadoras definidas nos termos do Regulamento do Poder Executivo;
III – no posteamento público, inclusive cabinas e telefones públicos, equipamentos urbanos, no espaço aéreo, na forma de faixas, bandeiras, balões, estandartes e similares, exceto para mensagens de cunho cultural, de utilidade pública ou prestação de serviços e no mobiliário urbano nas áreas permitidas pelo Município, na forma do Regulamento;
IV – em torres de transmissão de energia elétrica;
V – em dutos de gás e de abastecimento de água, hidrantes, torres d'água e similares;
VI – em obras públicas de arte, tais como pontes, passarelas, viadutos e túneis, ainda que de domínio estadual e federal;
VII – em árvores de qualquer porte;
VIII – em imóveis especiais de preservação, imóveis de proteção de área verde e em imóveis tombados nos termos da lei específica;
IX – em estátuas, esculturas, monumentos, grades, parapeitos, balaustradas e bancos em logradouros ou similares;
X – no passeio público, salvo na hipótese de instalação em mobiliários urbanos definidos nesta lei, que não venham prejudicar ou reduzir a mobilidade urbana das pessoas;
XI – no interior de cemitérios, crematórios, hospitais públicos municipais, escolas públicas municipais, igrejas, locais destinados a cultos religiosos, em meios-fios, calçadas, canteiros centrais, áreas remanescentes de lotes, refúgios e passarelas, salvo em se tratando de anúncios orientadores ou em mobiliário urbano e EPPC's, nos termos da Lei e do Regulamento;
XII – em áreas "non aedificandi" ..s margens de rios, canais, lagos e açudes;
XIII – em locais nos quais, pela sua forma, dimensão e localização, vierem a dificultar a acessibilidade de pessoas com deficiências ou mobilidade reduzida;
XIV - nos equipamentos de alarme de incêndio e combate ao fogo;
XV – nos muros públicos;
XVI - nas coberturas retráteis ou removíveis;
XVII - nas marquises;
XVIII - nas empenas cegas de residências;
XIX - quando pela sua natureza provoque aglomerações prejudiciais ao trânsito público;
XX - quando o anúncio apresentar conjunto de formas e cores que se confundam com as convencionadas internacionalmente para as diferentes categorias de sinalização ou se confundam com as consagradas pelas normas de segurança para a prevenção e o combate a incêndios;
XXI - propaganda com alto falante ou outros meios sonoros nos comércios e prestadores de serviços onde os níveis de ruídos ultrapassem a 50 (cinquenta) db (decibéis).
XXII - que prejudiquem a visibilidade de sinalização de transito ou outro sinal de comunicação institucional, destinado à orientação do público, bem como a numeração imobiliária e a denominação dos logradouros;
XXIII - que provoquem 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, na forma do Regulamento;
XXIV - que prejudiquem a visualização de bens de valor cultural;
XXV - a veiculação de anúncios luminosos intermitentes no período compreendido entre as 00:00h até às 7:00h do dia seguinte;

§1º Fica terminantemente proibido a instalação e/ou qualquer outro meio de anúncio no perímetro dos bens tombados e nas áreas e imóveis de interesse histórico, cultural, arquitetônico e paisagístico, excetuando-se propaganda institucional ou de prestação de serviços da

Administração Pública Municipal e durante a realização de eventos comemorativos do ciclo carnavalesco, festas juninas, festejos sócio-religosos e festejos natalinos ou eventos culturais de interesse público, previamente autorizados pelo órgão competente do Município.

§2º Nos canteiros centrais, de vias ou logradouros públicos somente serão permitidos anúncios institucionais, com ou sem patrocínio, anúncios orientadores e desde que as calçadas permaneçam livres para a mobilidade urbana.

§ 3º Excepciona-se a proibição contida neste artigo, quando se tratar de leitos de rios e cursos d'água, reservatórios, lagos, represas, açudes e respectivas praias:
I – placas acopladas à sinalização de transito;
II – câmara de seguranças, passarelas e túneis, desde que na tipologia de anúncios orientadores ou institucionais com ou sem patrocínio.

§4º A propaganda com alto falante deverá obedecer ao horário de segunda a sábado das 8h às 18h, exceto no período eleitoral em que os candidatos ficarão subordinados a legislação especifica.

§5º A proibição contida no inciso XXIII do *caput* deste artigo não se estende aos imóveis residenciais onde sejam também exercidas atividades econômicas por Microempreendedores Individuais ou profissionais autônomos devidamente cadastrados no Cadastro Mobiliário do Município.

Art. 36. Para os anúncios instalados no interior dos shoppings centers, hipermercados, centros comerciais e similares, não haverá necessidade de licenciamento.

CAPÍTULO V
Dos Responsáveis pelo Anúncio

Art. 37. Consideram-se co-responsáveis pelo anúncio:
I - o titular do anúncio e/ou o proprietário e/ou possuidor do imóvel onde o anúncio estiver instalado, quanto ao licenciamento, segurança, manutenção e remoção;
II - o anunciante, quanto ao licenciamento, manutenção e remoção;
III - a empresa instaladora e o profissional responsável, quanto ao licenciamento, segurança, instalação, manutenção, aspectos técnicos e remoção.

§1º Considera-se titular do anúncio a pessoa física ou jurídica declarada na solicitação da Licença de Instalação de Anúncio.

§2º Os responsáveis pelo anúncio responderão administrativa, civil e criminalmente pela veracidade das informações prestadas, sem prejuízo da observância das demais disposições legais, inclusive quanto às proibições.

Art. 38. É reincidente o responsável por anúncios que for notificado mais de uma vez pela mesma infração e se sujeita às sanções contidas nesta Lei.

CAPÍTULO VI
Das Pinturas em Muros e Fachadas de Edificações

Art. 39. Para efeitos desta Lei, considerar-se-á muro, a construção em alvenaria, material metálico ou outra, destinada a isolar, resguardar ou separar fisicamente um imóvel de outro ou de passeio público.

§1º A área correspondente à construção em alvenaria, material metálico ou outra, que delimite dois imóveis, não será considerada muro, quando for parte de edificação.

§2º Nas portas destinadas a isolar, resguardar ou separar fisicamente o imóvel do passeio público, será permitida a veiculação de anúncio indicativo.

Art. 40. Somente será permitido em muros, públicos, grafismo artístico e desde que não seja configurado propaganda e/ou publicidade.

Parágrafo único. A vedação de que trata o *caput* deste artigo não se aplica à veiculação de propaganda e/ou publicidade em muro de estádios e ginásios esportivos, que será precedida de prévio licenciamento, e obedecerá todas as normas pertinentes constantes desta Lei.

CAPÍTULO VII
Dos Procedimentos Administrativos

SEÇÃO I
Das Licenças

Art. 41. Nenhum anúncio poderá ser exposto, sem a previa licença e/ou autorização do Poder Público Municipal, salvo as exceções previstas nesta Lei.

Art. 42. Para efeito de procedimentos administrativos, os anúncios através de veículos de comunicação visual são classificados em:

I - veículos de porte simples;
II - veículos de porte complexo.
Parágrafo único. São considerados veículos de divulgação de porte complexo, além dos definidos no art. 6º desta Lei, as placas e os painéis luminosos e iluminados ou não, e outros que tenham as seguintes características:
I - possuam dimensões e formas que exijam cálculo estrutural, de resistência de materiais e de estabilidade das instalações;
II - utilizem sistemas elétricos, mecânicos, hidráulicos ou eletrônicos que exijam conhecimentos técnicos especializados;
III - ofereçam risco potencial à população.

Art. 43. A licença referida no artigo anterior poderá ser concedida pelo prazo de até 12 (doze) meses, renovável por igual período, desde que atendido pelo interessado as exigências previstas na presente lei.

Parágrafo único - Quando da instalação do anúncio de porte complexo deverá constar no equipamento o número da licença, prazo de validade e nome do proprietário do veículo de divulgação.

Art. 44. O pedido de licenciamento deverá ser analisado pelo órgão responsável no âmbito do município no prazo de 10 (Dez) dias úteis, contados a partir da data do protocolo.

Art. 45. A instalação, a conservação e a manutenção de veículos de porte complexo serão efetuadas por pessoas físicas ou jurídicas que estejam devidamente inscritas no cadastro mercantil da Secretaria Municipal de Finanças e Tributação.

Art. 46. Para a concessão de licença de veículo de divulgação de porte simples, será necessária a apresentação de:

I - formulário apropriado, devidamente preenchido, no qual o interessado declarará, sob sua exclusiva responsabilidade, os elementos que caracterizem o veículo e o local onde será instalado;
II - representação gráfica do veículo em duas vias, composta de plantas, secções e detalhes em escala adequada;
III - declaração de responsabilidade civil do responsável.
IV - comprovação da propriedade ou posse ou autorização de uso do imóvel no qual será instalado o veículo de divulgação.

Art. 47. Para o pedido de licenciamento de veículo de porte complexo, além do atendimento das exigências previstas no artigo anterior deverá ser apresentado:
I - cópia do contrato social, quando apresentado por pessoa jurídica;
II - Anotação de Responsabilidade Técnica (ART) dos responsáveis perante os órgãos competentes pela instalação e manutenção do veículo de comunicação;
III - licença de construção, quando instalado em imóveis nos quais são realizadas obras de construção civil.

Art. 48. Independem de aprovação e licenciamento:
I - os anúncios indicativos tais como: "Precisam-se de empregados", "Vende-se", "Aluga-se", "Costura-se", "Ensina-se", "Aulas

particulares" e similares desde que exibidos em local próprio do imóvel e que não ultrapassem a área de 0,5 m² (meio metro quadrado);
II - as placas obrigatórias instaladas em canteiros de obra, exigidas e regulamentadas pelas entidades governamentais e pelos Conselhos e órgãos de classes desde que contenham apenas o exigido pelas respectivas regulamentações;
III - os anúncios em vitrines e mostruários desde que não visíveis do logradouro;
IV - os anúncios em casa de diversões, teatro, cinema e similares desde que se refiram aos programas e atividades neles realizados.

Parágrafo único - O licenciamento de anúncios institucionais, quando requerido por órgãos ou entidades públicas, será gratuito.

SEÇÃO II
Da Renovação da Licença do Veículo de Divulgação

Art. 49. A renovação da licença do veículo de divulgação será requerida anualmente acompanhada de documento de declaração do interessado no qual afirme que não houve alteração nas características do veículo, constantes da licença original ou do projeto aprovado e apresentação da ART referente ao pedido de renovação, quando for o caso.
§1º O pedido de renovação da licença deverá ser formulado com antecedência mínima de 60 (sessenta) dias do término da vigência anual da licença, mediante preenchimento de formulário próprio assinado pelo técnico.
§2º A declaração de que trata o caput deste artigo não excluirá o exercício de fiscalização do Município e o cancelamento da licença na hipótese de ocorrência das infrações previstas nesta lei.

SEÇÃO III
Do Cancelamento da Licença do Veículo de Divulgação

Art. 50. A licença de veículo de divulgação será automaticamente cancelada nos seguintes casos:
I - por solicitação do interessado;
II - constatação de alteração das características do anúncio referente à dimensão, estrutura, sustentação e forma de veiculação;
III - quando ocorrer mudança de local de instalação de anúncio;
IV - se forem modificadas as características do imóvel;
V - por infringência a qualquer das disposições desta lei, caso não sejam sanadas as irregularidades dentro dos prazos previstos;
VI - pelo não-atendimento a exigências dos órgãos competentes;
VII - na data de seu vencimento, caso não tenha sido deferida a renovação;
VIII - cancelamento do registro do responsável técnico no conselho profissional competente, sem que haja sua substituição no prazo legal;
IX - como medida de segurança ou interesse público ou coletivo;
X - quando o anúncio instalado estiver em desacordo com a licença expedida;
XI – pela falta de recolhimento da Taxa correspondente.

Art. 51. A instalação do meio será sempre a título precário, não cabendo em hipótese e alguma, qualquer indenização, devolução de taxas ou ressarcimento de quaisquer despesas por parte da Prefeitura.

Art. 52. Para efeito de fiscalização, a licença de instalação de anúncios expedida para áreas edificadas deverá ser mantida em local de fácil visualização.

Parágrafo único. O número do Cadastro Fiscal de Publicidade para os anúncios instalados em áreas não edificadas deverá ser destacado, na forma de adesivo ou pintura, junto às mensagens veiculadas ou na estrutura.

CAPÍTULO VIII
Das Infrações e Penalidades

Art. 53. Para os fins desta lei, consideram-se infrações:
I - expor veículo de divulgação:
a) sem a necessária licença;
b) com dimensões diferentes das aprovadas;
c) fora do prazo constante da licença;

http://www.diariomunicipal.com.br/femurn/materia/4187E5FB

d) sem constar de forma legível e visível do logradouro publico o número da licença de anúncio, identificação do proprietário e prazo de validade;
II - manter o veículo de divulgação em mau estado de conservação;
III - não atender a intimação do órgão competente para a regularização ou a remoção do anúncio ou do veículo de divulgação;
IV - veicular qualquer tipo de anúncio em desacordo com o disposto nesta lei e nas demais leis municipais, estaduais e federais pertinentes;

Art. 54. A inobservância das disposições desta lei sujeitará os infratores, isolada ou cumulativamente, às seguintes penalidades:
I - multa;
II - cancelamento imediato da licença do veículo de divulgação;
III - remoção do anúncio ou do veículo de divulgação;
IV - apreensão.

Art. 55. Na aplicação da primeira multa, sem prejuízo das demais penalidades cabíveis, os responsáveis serão intimados a regularizar o veículo de divulgação ou o anúncio ou a removê-lo, quando for o caso, no prazo de 05(cinco) dias, que será reduzido para 24 (vinte e quatro) horas quando o veículo de divulgação apresente risco iminente.

Art. 56. Na hipótese do infrator não proceder à regularização ou remoção do anúncio ou do veículo de divulgação instalado irregularmente, o Município 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.

Art. 57. As multas serão aplicadas da seguinte forma:
I - primeira multa no valor de R$ 1.000,00 (mil reais) por anúncio irregular; atualizada de acordo com o índice de correção monetária adotada pelo Município;
II - acréscimo de R$ 200,00 (duzentos reais) para cada metro quadrado que exceder a dimensão máxima permitida para o anúncio de porte complexo;
III - persistindo a infração após a aplicação da primeira multa e da intimação, 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 pelo Município.

§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 em que não for permitida a veiculação de anúncios promocionais por meio de "banners", colagens, faixas, pinturas e outros elementos que promovam profissionais, serviços ou qualquer outra atividade nas vias e equipamentos públicos, as sanções estipuladas neste artigo serão também aplicadas aos respectivos profissionais.

§3º As multas aplicadas em decorrência das infrações cometidas, quando não pagas, serão inscritas na dívida ativa do Município.

CAPÍTULO IX
Dos Recursos

Art. 58. Da ação de fiscalização caberá recurso a Secretaria de Infraestrutura do Município, em primeira instância, e à Junta de Recursos de Edificações e Licenciamento - JUREL, em segunda instância, exceto nos casos em que a ação de fiscalização versa sobre tributo, o recurso em primeira instância será destinado a Secretária de Tributação e finanças do Município.

§1º Quando em primeira instância o prazo para recurso referente à ação de fiscalização será de 08 (oito) dias, e será recepcionado junto ao Protocolo Geral da Repartição de Planejamento Urbanístico do Município.

§2° O recurso, em segunda instância, deverá obedecer às regras contidas no regimento interno da Junta de Recursos de Edificações e Licenciamento Urbano.

Art. 59. A remoção da propaganda ou da publicidade irregular poderá ser efetuada pela municipalidade após decorrido o prazo legal e aplicadas as penalidades pecuniárias, devendo o responsável ressarcir ao erário as despesas com a remoção e/ou alojamento do material.

CAPÍTULO X
Das Disposições Finais e Transitórias

Art. 60. Qualquer veículo publicitário cujo prazo de licença estiver vencido deverá ser retirado em prazo não superior a 15 (quinze) dias, a contar da vigência desta lei, sob pena de apreensão e multa.

Art. 61. Por ocasião de eventos populares, particulares e ou institucionais, o Município poderá indicar locais públicos para livre exposição de anúncios, obedecidas às normas e critérios estabelecidos nesta Lei.

Art. 62. Por ocasião de eventos populares, particulares e ou institucionais, onde o contribuinte pagou o ISS para realização do evento, a veiculação dos anúncios do referido evento, estarão isentos para fins de cobrança de taxas, obedecidas às normas e critérios estabelecidos nesta Lei.

Art. 63. Para fins do disposto nesta Lei, a veiculação de anúncios com a inserção pelo anunciante próprio de marcas coligadas, associadas ou patrocinadoras do anúncio não serão consideradas para fins de cobrança de taxas, desde que respeitado o limite de 25% do anúncio para tais inserções.

Parágrafo único. No caso de anúncios localizados em estabelecimento próprio, as associações de anúncios ficam limitados a mais 02 (dois) anúncios.

Art. 64. Todos os anúncios já licenciados e ou instalados deverão se adequar ao disposto nesta lei no prazo máximo de 180 (cento e oitenta) dias, contados da data de sua publicação.

Art. 65. Novas tecnologias e meios de veiculação de anúncios, bem como projetos diferenciados não previstos nesta Lei serão objeto de análise especial através do órgão responsável pelo controle urbano do Município de Caicó, aplicando-se, no que couber, o disposto nesta Lei.

Art. 66. Ato do Poder Executivo poderá limitar a quantidade de outdoors e painéis eletrônicos permitidos na Zona Urbana, bairros e logradouros do Município.

Art. 67. Ficam revogadas as disposições legais do artigo 157 ao artigo 165 da Lei nº 444/1969.

Art. 68. Fica alterada a Tabela III, anexa ao Código Tributário do Município, na forma da Tabela anexa a esta Lei.

§1º Para atender aos objetivos desta Lei, o Poder Executivo poderá sobretaxar em até 150% (cento e cinquenta por cento) os anúncios situados na área central da Cidade.

§2º Os contribuintes inscritos no Regime Especial Unificado de Arrecadação de Tributos e Contribuições gozarão das seguintes reduções no valor da Taxa:
I – 20% (vinte por cento) para contribuintes inscritos como Microempresa e Pequenas empresas:
II – 80% (oitenta por cento) para os Contribuintes inscritos no Sistema de Recolhimento em Valores Fixos Mensais dos Tributos abrangidos pelo Simples Nacional (SIMEI).

Art. 69. O Poder Executivo regulamentará a presente Lei no prazo de 180 (cento e oitenta) dias de sua entrada em vigor.

Art. 70. A presente Lei entrará em vigor 30 (trinta) dias após a data de sua publicação.

Gabinete do Prefeito, 22 de março de 2018.

ROBSON DE ARAÚJO
Prefeito Municipal

Tabela III

Taxa de Licença Para utilização de Meios Publicitários	
Espécie de Publicidade	Valor
Publicidade afixada na parte externa de qualquer estabelecimento – trimestral ou fração:	----
a) De até 3 m2	R$ 45,00
b) De mais de 3 até 7m2	R$ 70,00
c) Acima de 7m2	R$ 110,00
Publicidade conduzida por pessoa e exibida e vias publicas, por unidade e por mês	R$ 20,00
Publicidade através de outdoor por exemplar e por mês ou fração	R$ 80,00
Publicidade através de outdoor por exemplar e por ano	R$ 600,00
Publicidade através de faixa por m2	R$ 5,00
Publicidade Busdoor – semestral/Unidade	R$ 200,00
Publicidade Busdoor – mês/Unidade	R$ 50,00
Publicidade Black ligth/ Front Ligth – Anual/Unidade	R$ 600,00
Publicidade Totem Estrutural –Anual/ Unidade	R$ 400,00

Gabinete do Prefeito, 22 de março de 2018.

ROBSON DE ARAÚJO
Prefeito Municipal

Publicado por:
Elaine Cristine Santos
Código Identificador:4187E5FB

Matéria publicada no Diário Oficial dos Municípios do Estado do Rio Grande do Norte no dia 23/03/2018. Edição 1731
A verificação de autenticidade da matéria pode ser feita informando o código identificador no site:
http://www.diariomunicipal.com.br/femurn/