Justificativa:O meio-ambiente urbano e natural vem sendo degradado pela profusão de imagens e cores decorrentes da exposição de placas, setas, outdoors, faixas, banners e marcas de produtos de diferentes suportes. A chamada poluição visual não afeta apenas a paisagem urbana e natural, como também a saúde de sua população. Uma das formas de combatê-la é através da regulamentação completa que têm por fundamento a função social da propriedade, a defesa do meio ambiente e do consumidor.

Nesse sentido, o Município de São Bento do Sul, dia a dia vem perdendo seus traços arquitetônicos quais ficam escondidos pela tamanha quantidade de placas e outdoors fazendo com que haja inclusive perdas com o turismo, é imperioso que ocorra uma intervenção que combata os efeitos lesivos da poluição visual e valorize e a potencialize os aspectos arquitetônicos de São Bento do Sul.

A apresentação deste projeto de lei, diz respeito ao direito a paisagem, um direito do cidadão como constituidor do lugar. Dentro da premissa da paisagem como patrimônio cidadão, cabe ao poder público o resguardar e a preservação da integridade, evitando uma apropriação de forma indevida e especulativa. A paisagem é um direito do cidadão, possuidora de valor patrimonial e, portanto deve ser resguardada pelo poder público como bem cultural.

O presente projeto de lei vai ao encontro das diretrizes da Constituição Federal, uma vez que a estética urbana deve ser fruto da compatibilização de direitos individuais e do interesse público, pois a Carta Maior garante a todos, em seu art. 225, o direito ao meio ambiente ecologicamente equilibrado, e impõe ao Poder Público a incumbência de "controlar a produção, a comercialização e o emprego de técnicas, métodos e substâncias que comportem risco para a vida, a qualidade de vida e o meio ambiente" (inciso V).

A Lei de Política Nacional do Meio Ambiente - Lei 6.938/81 – em seu art. 3°, III, alínea "d", insere a noção de estética e define poluição como "a degradação da qualidade ambiental resultante de atividades que direita ou indiretamente: a) prejudiquem a saúde, a segurança e o bem–estar da população; b) criem condições adversas às atividades sociais e econômicas; c) afetem desfavoravelmente ao ecossistema; d) afetem as condições estéticas ou sanitárias do meio ambiente; e) lancem matérias ou energias em desacordo com os padrões ambientais estabelecidos".

CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO BENTO DO SUL
Recebemos: 11/12/15
Horas: 18:45
Visto: 037/15 Simone

O Estatuto da Cidade (Lei nº 10.257/01) deu ênfase ao planejamento municipal, em especial quanto ao equilíbrio ambiental, para que a Cidade possa oferecer condições de vida saudável e bem estar dos munícipes, estabelecendo como objetivo da política urbana a ordenação do pleno desenvolvimento das funções sociais da cidade e da propriedade urbana, e trazendo, dentre as diretrizes gerais, a ordenação e controle do uso do solo, de forma a evitar a deterioração das áreas urbanizadas e a poluição e a degradação ambiental. (art. 2º, inc. VI, alíneas "f" e "g").

Portanto, senhor presidente e nobres edis, pela importância do incluso projeto, por estarmos certos dos objetivos que permearam a elaboração da presente Propositura, esperamos tenha a matéria a indispensável aprovação dessa Casa de Leis.

São Bento do Sul, 11 de dezembro de 2015

César Godoy

Vereador Democratas

PROJETO DE LEI N 130/2015

DISPÕE SOBRE A ORDENAÇÃO DOS ELEMENTOS QUE COMPÕEM A PAISAGEM COM O COMBATE A POLUIÇÃO VISUAL NO MUNICÍPIO DE SÃO BENTO DO SUL E DÁ OUTRAS PROVIDÊNCIAS

O Prefeito Municipal

Faz saber que a Câmara Municipal aprovou e eu sanciono a seguinte lei.

CAPÍTULO I
DISPOSIÇÕES PRELIMINARES

Art. 1º A Publicidade e a Propaganda veiculada na paisagem urbana de São Bento do Sul - SC, efetuada por pessoa física ou jurídica, é normatizada pela presente Lei visando o combate à poluição publicitária.

Art. 2º Para fins de aplicação da presente lei, se considera paisagem urbana todo o espaço aéreo e superfície externa de qualquer elemento natural ou construído, tais como água, fauna, flora, construções, edifícios, anteparos, superfícies aparentes de equipamentos de infraestrutura, de segurança, 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 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 percepção e a compreensão dos elementos referenciais da paisagem;

V - a preservação da memória cultural arquitetônica;

VI - a preservação e a visualização das características peculiares dos logradouros e das fachadas;

VII - o combate à poluição visual, bem como à degradação ambiental;

CAPÍTULO II
DAS DEFINIÇÕES SOBRE COMUNICAÇÃO VISUAL

Art. 4º Para os efeitos desta Lei,são adotadas as seguintes definições:

I - anúncio: qualquer veículo de comunicação visual presente na paisagem visível do logradouro público, ou exposta em edificações 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, incluindo-se placas, painéis, cartazes, tabuletas, outdoors, prismas, triedros, totens, postes toponímicos, luminosos, adesivos, caracteres alfanuméricos aplicados, lonas vinílicas, galhardetes, flâmulas, faixas, estandartes, banners, guarda-sóis, cavaletes, prospectos, panfletos, inclusive eletrônicos (displays), adesivagem de pisos (floor graphics), balões, bóias, infláveis, flutuantes, relógios/termômetros eletrônicos, indicações sobre a cobertura de edifícios, meios de transporte (back bus) ou quaisquer outros elementos de comunicação visual utilizados para fazer propaganda ao público:

c) anúncio especial: aquele que possui características específicas, com finalidade cultural, eleitoral, educativa, informativa ou imobiliária;

Art. 5º 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 de combustível, gás e lojas de conveniência junto aos postos de abastecimento, 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 0,06m² (seis 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 0,06m² (seis decímetros quadrados);

XI - os "banners" ou pôsteres/cartazes 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 bem como placa afixada no próprio estabelecimento hoteleiro ou de hospedagem incluindo pousadas e albergues

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

CAPÍTULO III
DAS OBRIGAÇÕES E PROIBIÇÕES

Art. 6º 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 - 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;

IV - não provocar reflexo, brilho ou intensidade de luz que possa ocasionar ofuscamento, prejudicar e distrair 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, sejam painéis eletrônicos, tipo telões de vídeo ou não;

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

Art. 7º É proibida a instalação de anúncios em:

I - leitos de rios e cursos d'água, reservatórios, lagos e represas, conforme legislação específica;

II - vias, parques, calçadas, 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 - postes de iluminação pública ou de rede de telefonia, inclusive cabines e telefones públicos;

IV - 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 - faixas ou placas acopladas à sinalização de trânsito, placas de logradouro público;

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

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

IX - nas árvores de qualquer porte;

Art. 8º É proibido colocar anúncio na paisagem urbana que:

I – impeça, 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;

CAPÍTULO IV
DA ORDENAÇÃO DA PAISAGEM URBANA

Art. 9º 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 infraestrutura, e faixas de servidão de redes de transporte, de redes de transmissão de energia elétrica, de oleodutos, gasodutos e similares;

VI - mobiliário urbano;

Seção I

Do Anúncio Indicativo em Imóvel Edificado, Público ou Privado

Art. 10º Ressalvado o disposto no art. 13 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 condiçõe:

I - quando a testada do imóvel for inferior a 10,00m (dez metros) lineares, a área total do anúncio não deverá ultrapassar 2,00m² (Dois metros 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 3,00m² (três metros quadrados);

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

IV - Nas edificações em estilo germânico e que possuam anúncios entalhados em madeira em estilo germânico, poderão exceder o tamanho em até 70% em relação aos incisos I,II e III.

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 5,00m (cinco metros), incluídas a estrutura e a área total do anúncio.

§ 2º. Não serão permitidos anúncios sejam publicitários, indicativos, que descaracterizem as fachadas dos imóveis com a colocação de painéis ou outro dispositivo que acabem por cobrir janelas, sacadas, marquises e que envelopem os imóveis.

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

§ 4º. Nenhum tipo de anúncio poderá avançar sobre o passeio público ou calçada.

§ 5º. Os anúncios deverão ter sua projeção ortogonal totalmente contida dentro os limites externos da fachada onde se encontram e não prejudicar a área de exposição de outro anúncio.

§ 6º. Não serão permitidas pinturas, apliques, faixas, cartazes, banners, balões, ou quaisquer outros elementos/alegorais com fins promocionais ou publicitários, que sejam vistos dos logradouros públicos, além daqueles definidos nesta lei.

§ 7º. A altura máxima de qualquer parte do anúncio indicativo não deverá ultrapassar, em nenhuma hipótese, a altura máxima de 5,00m (cinco metros).

§ 8º. 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.

§ 9º. 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. 11. Ficam proibidos os anúncios indicativos nas empenas cegas e nas coberturas das edificações, salvo o disposto no art.5, inciso XII.

Art. 12. 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 funcionament.

Parágrafo único. Não serão permitidos, nos imóveis edificados, públicos ou privados, a colocação de "banners", faixas, outdoor, cartazes, infláveis ou qualquer outro elemento/alegoria, 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 ou Privado Situado em Lotes com Testada Igual ou Superior a 100 Metros Lineares

Art. 13. Nos imóveis públicos ou privados com testada igual ou maior que 100,00m (cem metros) lineares poderão ser instalados 2 (dois) anúncios indicativos 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 III

Do Anúncio Publicitário tipo "Outdoor" em Imóvel Não-Edificado, Público ou Privado.

Art. 14. Para fins desta lei considera-se outdoor o painel, faixa, letreiro luminoso ou não, cartaz, paredes pintadas e congêneres, expostos ao ar livre que tenham forte apelo visual e de comunicação.

Art. 15. Será permitido a utilização de anúncio publicitário tipo outdoor em imóveis não-edificados ou edificados, de propriedade pública ou privada, que não estejam localizados no perímetro urbano do Município;

Seção IV

Dos Anúncios denominados excepcionais

Art. 16. Para os efeitos desta lei, os anúncios excepcionais 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;

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 possuírem fim de publicidade e propaganda de locação, compra e venda de imóveis, bem como de anúncio de lançamento de empreendimento imobiliário de construção, quando instaladas por profissionais regulamentados (corretores e imobiliárias) e inscritos junto ao CRECI, no imóvel que se destina a locação, compra e venda, ficam liberadas das exigências desta Lei Complementar, independentemente da extensão da testada do imóvel onde forem afixadas. Não se estendendo a inexigibilidade do cumprimento da referida lei ao estabelecimento comercial da empresa imobiliária.

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

Seção V

Do Anúncio Publicitário no Mobiliário Urbano

Art. 17. A veiculação de anúncios publicitários no mobiliário urbano será feita nos termos estabelecidos em lei específica, de iniciativa do Executivo.

Art. 18. São considerados como mobiliário urbano de uso e utilidade pública os seguintes elementos, dentre outros:

I - abrigo de parada de transporte público de passageiro;

II - totem indicativo de parada de ônibus;

III - sanitário público "standard";

IV - sanitário público com acesso universal;

V - painel publicitário/informativo;

VI - painel eletrônico para texto informativo;

VII - placas e unidades identificadoras de vias e logradouros públicos;

VIII - totem de identificação de espaços e edifícios públicos;

IX - quiosque para informações culturais;

X - bancas de jornais e revistas;

XI - bicicletário;

XII - estrutura para disposição de sacos plásticos de lixo e destinada à reciclagem;

XIII - lixeiras;

XIV - relógio (tempo, temperatura e poluição);

XV - estrutura de suporte para terminal de Rede Pública de Informação e Comunicação;

XVI - abrigos para pontos de táxi.

§ 1º. Abrigos de parada de transporte público de passageiros são instalações de proteção contra as intempéries, destinados aos usuários do sistema de transporte público, instalados nos pontos da parada e terminais, devendo, em sua concepção, ter definidos os locais para veiculação de publicidade e os

painéis informativos referentes ao sistema de transporte e sua integração com o metropolitano.

§ 2º. Totem indicativo de parada de ônibus é o elemento de comunicação visual destinado à identificação da parada de ônibus, quando houver impedimento para instalação de abrigos.

§ 3º. Sanitários "standard" e com acesso universal são instalações higiênicas destinadas ao uso comum, sendo implantados em praças e nos terminais de transporte de uso coletivo, e os chamados sanitários públicos móveis instalados em feiras livres e eventos.

§ 4º. Painel publicitário informativo é o painel luminoso para informação a transeuntes, consistindo num sistema de sinalização global para a cidade, que identificará mapas de áreas, marcação dos pontos de interesse turístico, histórico e de mensagens de caráter educativo.

§ 5º. Painel eletrônico para texto informativo consiste em painéis luminosos ou totens orientadores do público em geral, em relação aos imóveis, paisagens e bens de valor histórico, cultural, de memória popular, artístico, localizados no entorno e ainda com a mesma função relativamente a casas de espetáculos, teatros e auditórios.

§ 6º. Placas e unidades identificadoras de vias e logradouros públicos são aquelas que identificam as vias e logradouros públicos, instaladas nas respectivas confluências.

§ 7º. Totens de identificação de espaços e edifícios públicos são elementos de comunicação visual destinados à identificação dos espaços e edifícios públicos.

§ 8º. Quiosques são equipamentos destinados à comercialização e prestação de serviços diversos, implantados em praças e logradouros públicos, em locais e quantidades a serem estipuladas pelo Poder Público Municipal, sem prejuízo do comércio local regularmente estabelecido e do trânsito de pedestres.

§ 9. As bancas para a comercialização de jornais e revistas, instaladas em espaços públicos, obedecerão a um cronograma de instalação, decorrente da aprovação do desenho do mobiliário em relação ao desenho urbano e da aprovação de sua instalação naquele espaço específico.

§ 10. Bicicletário é o equipamento destinado a abrigar bicicletas do público em geral, adaptável a escolas e instituições.

§ 11. As lixeiras, destinadas ao descarte de material inservível de pouco volume, serão instaladas nas calçadas, em pontos e intervalos estratégicos,

sem prejuízo do tráfego de pedestres ou de pessoas com deficiência ou mobilidade reduzida.

§ 12. Relógios/termômetros são equipamentos com iluminação interna, destinados à orientação do público em geral quanto ao horário, temperatura e poluição do local, podendo ser instalados nas vias públicas, nos canteiros centrais e nas ilhas de travessia de avenidas.

§ 13. Estrutura de suporte para terminal da Rede Pública de Informação e Comunicação são estruturas destinadas a conter equipamentos de informática, compondo terminais integrados ao "hardware" da Rede Pública Interativa de Informação e Comunicação, a serem instalados em locais públicos abrigados, de intenso trânsito de pedestres.

§ 14. Estações de transferência são locais protegidos para passageiros de ônibus em operações de transbordo.

§ 15. Abrigos para pontos de táxi são instalações de proteção contra as intempéries, destinadas à proteção dos usuários do sistema regular de táxis, devendo, em sua concepção, definir os locais para veiculação de publicidade e painéis informativos referentes ao sistema de transporte e sua integração com o metropolitano.

CAPÍTULO V
DOS PROJETOS DE EXECUÇÃO E DAS LICENÇAS DE INSTALAÇÃO

Art. 19. As taxas de licença para anúncios de instalação, bem como, os procedimentos como descrição detalhada dos materiais que o compõem os anúncios, croqui de localização, fotografias ou ilustrações que representem graficamente seus elementos e dimensões ou quaiquer outras exigências para a concessão de licença de anúncios de publicidade previstos nesta lei, deverão ser regulamentados pelo Executivo Municipal.

Art. 20. Taxa de Licença de Publicidade de que trata este Capítulo será fixada em de acordo com o Código Tributário do Municipal.

CAPÍTULO VI
DAS INFRAÇÕES E PENALIDADES

Art. 21. 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 à empresa de manutenção.

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

Art. 22. Para os fins desta lei, consideram-se infrações:

I - exibir anúncio:

a) - com dimensões diferentes da prevista nesta lei;

b) - manter o anúncio em mau estado de conservação;

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

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

e) - 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 o possuidor e proprietário do imóvel.

Art. 23. A inobservância das disposições desta lei sujeitará os infratores, às seguintes penalidades:

I - Notificação para regularização ou remoção do anúncio no prazo de 15 dias;

II – Não havendo a regularização dentro do prazo, será aplicada multa prevista no artigo 25, com a remoção do anúncio.

Art. 24. 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 deverá 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. 25. As multas serão aplicadas da seguinte forma:

I - primeira multa no valor de 2000 UFM por anúncio irregular;

II - acréscimo de 500 UFM para cada metro quadrado que exceder o máximo permitido na presente lei;

III - persistindo a infração após a aplicação da primeira multa e a notificação referida no art. 23 e nos incisos I e II 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.

§ 1º. No caso do anúncio apresentar risco iminente, a segunda multa, bem como as reaplicações subseqüentes, ocorrerá 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. 26. É fixado o prazo de 18 dezoito meses, contados da data de publicação desta Lei, para adequação dos anúncios já existentes às normas instituídas pelo presente diploma legal.

§1º. Os novos anúncios devem cumprir com a presente lei a partir da sua publicação.

Art. 27 É permitida a exibição de propaganda política de partidos e candidatos regularmente inscrita no Tribunal Regional Eleitoral (TRE), observadas as normas próprias que regulam a matéria.

Art. 28 Ficam revogadas os artigos 146; 147; 148; 149; 150; 151; 152; 153 e 154 da Lei Complementar nº. 742/1996 e a Lei nr. 1392 de 15 de setembro de 2015.

Art. 29 Esta Lei Complementar entra em vigor na data de sua publicação

São Bento do Sul, 11 de dezembro de 2015

César Godoy
Vereador Democratas