JUSTIFICATIVA

SENHOR PRESIDENTE,
SENHORAS VEREADORAS,
SENHORES VEREADORES,

É fato notório que o ramo publicitário tem crescido exponencialmente em nossa região. Além de movimentar o mercado, este ramo suporta a independência e a pluralidade dos meios de comunicação e assegura o direito de escolha dos consumidores.

É possível afirmar que sua importância vai além do grande número de empregos gerados, visto que também promove e incentiva a diferenciação pela inovação e competição pela qualidade e preço.

Entretanto, a Lei nº 1.946, de 27 de dezembro de 2006, na seção que trata da publicidade em geral, mais precisamente no inciso II do § 3º do artigo 168, veda a colocação de faixas, inscrições de anúncios ou cartazes em calçadas, meios-fios, leito das ruas e áreas de circulação das praças públicas.

A vedação contida no dispositivo supracitado não possui eficiência, visto que a colocação de anúncios publicitários sobre calçadas, desde que não atrapalhem o fluxo de pedestres, além de fomentar este ramo, é benéfico ao Município em geral.

Em tempos de crise econômica, não é momento para criar entraves ao desenvolvimento deste ramo, mas sim, buscar formas de incentivá-lo. Portanto, a atualização deste aspecto do Código de Posturas de nosso Município é medida necessária.

Mediante o exposto, contamos com o apoio unânime desta Casa de Leis para a aprovação da presente medida legislativa que em muito contribuirá para o desenvolvimento do Município.

SALA DAS SESSÕES DA CÂMARA MUNICIPAL DE TOLEDO, Estado do Paraná, 25 de outubro de 2018.

MARCOS ZANETTI

EXCELENTÍSSIMO SENHOR
VEREADOR RENATO REIMANN.
PRESIDENTE DA CÂMARA MUNICIPAL.
NESTA CIDADE.

PROJETO DE LEI Nº 176, DE 2018

Altera a legislação que dispõe sobre o Código de Posturas do Município de Toledo.

O POVO DO MUNICÍPIO DE TOLEDO, por seus representantes na Câmara Municipal, aprovou e o Prefeito Municipal, em seu nome, sanciona a seguinte Lei:

Art. 1º - Esta Lei altera a legislação que dispõe sobre o Código de Posturas do Município de Toledo.

Art. 2º - O artigo 168 da Lei nº 1.946, de 27 de dezembro de 2006, passa a vigorar com a seguinte alteração:

"**Art. 168** - ...:

...

§ 4º - A vedação prevista no parágrafo anterior não se aplica aos casos em que a colocação dos anúncios esteja no passeio público alinhada longitudinalmente a postes, placas ou árvores, de forma a não impedir o livre fluxo de pessoas e, desde que, mantida distância de 3 (três) metros da faixa de pedestres.

Art. 3º - Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

SALA DAS SESSÕES DA CÂMARA MUNICIPAL DE TOLEDO, Estado do Paraná, em 25 de outubro de 2018.

MARCOS ZANETTI

LEI Nº 1.946, de 27 de dezembro de 2006 **(CONSOLIDAÇÃO)**

Dispõe sobre o Código de Posturas do Município de Toledo.

(Vide texto original da Lei)

O POVO DO MUNICÍPIO DE TOLEDO, por seus representantes na Câmara Municipal, aprovou e o Prefeito Municipal, em seu nome, sanciona a seguinte Lei:

TÍTULO I
DAS DISPOSIÇÕES GERAIS

Art. 1º - Este Código contém as medidas de polícia administrativa, a cargo do Município em matéria de higiene pública, do bem-estar público, costumes, segurança, ordem pública, proteção e conservação do meio ambiente, nomenclatura de vias, numeração de edificações, funcionamento e localização dos estabelecimentos comerciais, industriais e prestadores de serviços e outras matérias nele especificadas, estatuindo as necessárias relações entre o Poder Público local e os munícipes.

Parágrafo único - Toda pessoa física ou jurídica, sujeita às prescrições deste Código, fica obrigada a facilitar, por todos os meios, a fiscalização municipal no desempenho de suas funções legais.

Art. 2º - As disposições contidas neste Código, integram a Lei Complementar nº 9, de 5 de outubro de 2006, e as demais, constantes em seu art. 4º, têm como objetivos:

I - assegurar a observância de padrões mínimos de segurança, higiene, salubridade e conforto dos espaços e edificações no Município de Toledo;

II - garantir o respeito às relações sociais e culturais, específicas da região;

III - estabelecer padrões que garantam qualidade de vida e conforto ambiental;

IV - promover a segurança e a harmonia entre os munícipes.

TÍTULO II
DAS POSTURAS MUNICIPAIS
CAPÍTULO I
DA HIGIENE PÚBLICA

Art. 3º - A fiscalização sanitária abrange especialmente a limpeza das vias públicas, das habitações particulares e coletivas, da alimentação, incluindo todos os estabelecimentos onde se fabriquem ou vendam bebidas e produtos alimentícios, dos estábulos, cocheiras e pocilgas, bem como de todos aqueles que prestem serviços a terceiros.

Art. 4º - Em cada inspeção em que for verificada irregularidade, apresentará o funcionário competente um relatório circunstanciado, sugerindo medidas ou solicitando providências a bem da higiene pública.

Parágrafo único – O Município tomará as providências cabíveis ao caso, quando de alçada do governo municipal, ou remeterá cópia do relatório às autoridades federais ou estaduais competentes, quando as providências necessárias forem de alçada daquelas.

Seção I

Art. 164 – A utilização e o manuseio de produtos tóxicos são regulamentados por legislação federal e estadual.

Seção III
Da Propaganda em Geral

~~**Art. 165** – A exploração dos meios de publicidade nas vias e logradouros públicos, bem como nos lugares de acesso comum, depende de licença do Município e do pagamento do tributo respectivo.~~

Art. 165 – A exploração dos meios de publicidade nas vias e logradouros públicos, nos lugares de acesso comum, bem como a propaganda falada em lugares públicos por meio de amplificadores de som, alto-falante e propagandistas dependem de licença do Município e do pagamento do tributo respectivo. (redação dada pela Lei nº 2.221, de 21 de março de 2016)

§ 1º – Incluem-se nos meios de publicidade de que trata o **caput** deste artigo os cartazes, panfletos, letreiros, programas, quadros, painéis, emblemas, placas, avisos, anúncios e mostruários, luminosos ou não, produzidos por qualquer modo, processo ou engenho, suspensos ou distribuídos, afixados ou pintados em paredes, muros, tapumes ou calçadas, vedada nos veículos públicos ou particulares, estacionados em vias públicas.

§ 2º - Não sofrerá qualquer tributação a instalação nas obras de placas com indicação do responsável técnico pela sua execução.

§ 3º – Os impressos relativos à publicidade deverão trazer, no rodapé, mensagens educativas alusivas à manutenção da cidade limpa.

§ 4º – Ficam estabelecidas as seguintes definições: (dispositivo acrescido pela Lei nº 2.221, de 21 de março de 2016)

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 a 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;

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 – bens de uso comum: aqueles destinados 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 – fachada: qualquer das faces externas de uma edificação

principal ou complementar, tais como torres, caixas d'água, chaminés ou similares;

IX – imóvel: o lote, público ou privado, edificado ou não, assim definido:

a) imóvel edificado: aquele ocupado total ou parcialmente com edificação permanente, ou com edificação transitória em que se exerça atividade nos termos da legislação de zoneamento do uso e da ocupação do solo;

b) imóvel não-edificado: aquele não ocupado ou ocupado com edificação transitória, em que não se exerça atividade nos termos da legislação de zoneamento do uso e da ocupação do solo;

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

XI – testada ou alinhamento: a linha divisória entre o imóvel de propriedade particular ou pública e o logradouro ou via pública;

XII – publicidade sonora: a utilização de sistemas e fontes de som de qualquer tipo nas lojas e veículos, para fazer propaganda ou anunciar a venda de produtos, no interior de estabelecimentos comerciais ou nas vias públicas do Município.

§ 5º – Não são considerados anúncios: (dispositivo acrescido pela Lei nº 2.221, de 21 de março de 2016)

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 – as denominações de prédios e condomínios;

III – os que contenham referências que indiquem lotação, capacidade e os que recomendem cautela ou indiquem perigo, desde que sem qualquer legenda, dístico ou desenho de valor publicitário;

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

V – os que contenham mensagens indicativas de cooperação com os poderes públicos municipal, estadual ou federal;

VI – os que contenham mensagens indicativas de órgãos da administração pública;

~~VII – os que contenham indicação de monitoramento de empresas de segurança com área máxima de 0,50 m² (cinquenta decímetros quadrados);~~

VII – os que contenham indicação de monitoramento de empresas de segurança com área máxima de 0,09m² (nove decímetros quadrados); (redação dada pela Lei nº 2.230, de 30 de agosto de 2016)

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

~~IX – os que contenham as bandeiras dos cartões de crédito aceitos nos estabelecimentos comerciais, desde que não ultrapassem a área total de 1 m² (um metro quadrado);~~

IX – 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); (redação dada pela Lei nº 2.230, de 30 de agosto de 2016)

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

XI – a denominação de hotéis ou a sua logomarca, quando inseridas ao longo da fachada das edificações onde é exercida a atividade, devendo o projeto ser aprovado pela Comissão Municipal de Urbanismo de Toledo;

XII – a identificação das empresas nos veículos automotores utilizados para a realização de seus serviços, com área máxima de 0,50 m² (cinquenta decímetros quadrados).

§ 6º – Não são considerados publicidade sonora: (dispositivo acrescido pela Lei nº 2.221, de 21 de março de 2016)

I – os aparelhos e fontes de som utilizados para a realização de publicidade e propaganda eleitoral, que se sujeitam às disposições previstas na legislação específica;

II – as sirenes e demais aparelhos sonoros utilizados em viaturas para a prestação de serviços de socorro ou de policiamento;

III – os aparelhos de rádio e televisão, os instrumentos musicais, os fonógrafos e os demais aparelhos e fontes de som instalados em estabelecimentos comerciais ou veículos cujos sons executados sejam audíveis exclusivamente no interior do estabelecimento comercial ou do veículo em que estiverem instalados.

Art. 165-A – Constituem objetivos da ordenação da publicidade e propaganda do Município de Toledo 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: (dispositivo acrescido pela Lei nº 2.221, de 21 de março de 2016)

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. 165-B – Constituem diretrizes a serem observadas na colocação dos elementos que compõem a publicidade e propaganda: (dispositivo acrescido pela Lei nº 2.221, de 21 de março de 2016)

I – o livre acesso de pessoas e bens à infraestrutura urbana;

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

III – o combate à poluição visual, bem como à degradação ambiental;

IV – a proteção, preservação e recuperação do patrimônio cultural, histórico, artístico, paisagístico, de consagração popular, bem como do meio ambiente natural ou construído da cidade;

V – a compatibilização das modalidades de anúncios com os locais onde possam ser veiculados, nos termos desta lei;

VI – a implantação de sistema de fiscalização efetivo, ágil, moderno, planejado e permanente.

Art. 165-C – As estratégias para a implantação da política da publicidade e propaganda são as seguintes: (dispositivo acrescido pela Lei nº 2.221, de 21

de março de 2016)

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. 166 – Os pedidos de licença para a publicidade ou propaganda por meio de cartazes ou anúncios deverão mencionar:

I – local a serem colocados;

II – natureza do material de confecção;

III – as dimensões, inscrições, texto e cores empregadas.

§ 1º – Consideram-se, para efeitos de publicidade e propaganda, todos os anúncios, desde que visíveis do logradouro público em movimento ou não, instalados em: (dispositivo acrescido pela Lei nº 2.221, de 21 de março de 2016)

I – imóvel de propriedade particular, edificado ou não;

II – imóvel de domínio público, edificado ou não;

III – bens de uso comum do povo;

IV – obras de construção civil em lotes públicos ou privados;

V – faixas de domínio, pertencentes a redes de infraestrutura, e faixas de servidão de redes de transporte, de redes de transmissão de energia elétrica, de oleodutos, gasodutos e similares;

VI – veículos automotores e motocicletas;

VII – bicicletas e similares;

VIII – *trailers* ou carretas engatados ou desengatados de veículos automotores;

IX – aeronaves em geral e sistemas aéreos de qualquer tipo.

§ 2º – 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. (dispositivo acrescido pela Lei nº 2.221, de 21 de março de 2016)

§ 3º – Tratando-se de anúncios luminosos, os pedidos deverão indicar o sistema de iluminação a ser adotado. (dispositivo acrescido pela Lei nº 2.221, de 21 de março de 2016)

~~**Art. 167** – Tratando-se de anúncios luminosos, os pedidos deverão indicar o sistema de iluminação a ser adotado.~~

Art. 167 – Todo anúncio deverá observar, dentre outras, as seguintes normas: (redação dada pela Lei nº 2.221, de 21 de março de 2016)

I – oferecer condições de segurança ao público;

II – ser mantido em bom estado de conservação, no que tange à 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 expedidas 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 significativa definida por normas específicas;

VII – não prejudicar a visibilidade de sinalização de trânsito ou outro sinal de comunicação institucional, destinado à orientação do público, bem como a numeração imobiliária e a denominação dos logradouros;

VIII – não provocar reflexo, brilho ou intensidade de luz que possa ocasionar ofuscamento, prejudicar a visão dos motoristas, interferir na operação ou sinalização de trânsito ou, ainda, causar insegurança ao trânsito de veículos e pedestres, quando com dispositivo elétrico ou com película de alta reflexividade;

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

§ 1º – 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 legislação de zoneamento do uso e da ocupação do solo urbano em vigor e possuam as devidas licenças de funcionamento. (dispositivo acrescido pela Lei nº 2.221, de 21 de março de 2016)

§ 2º – Não será permitida, nos imóveis edificados, públicos ou privados, a colocação de *banners*, faixas ou qualquer outro elemento, dentro ou fora do lote, visando a chamar a atenção da população para ofertas, produtos ou informações que não aquelas estabelecidas nesta Lei. (dispositivo acrescido pela Lei nº 2.221, de 21 de março de 2016)

Art. 168 – Não será permitida a colocação de anúncios ou cartazes quando:

I – pela sua natureza, provoquem aglomerações prejudiciais ao trânsito público;

II – contenham incorreções de linguagem;

III – pelo seu número ou má distribuição, prejudiquem o aspecto das fachadas;

IV – de alguma forma, prejudiquem os aspectos paisagísticos da cidade, seus panoramas naturais, monumentos típicos, históricos e tradicionais;

V – em sua mensagem, firam a moral e os bons costumes da comunidade.

§ 1º – É proibida a instalação de anúncios em: (dispositivo acrescido pela Lei nº 2.221, de 21 de março de 2016)

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

II – vias, parques, praças e outros logradouros públicos, salvo os anúncios de cooperação entre o Poder Público e a iniciativa privada;

III – imóveis situados nas zonas de uso estritamente residencial, salvo os anúncios indicativos nos imóveis regulares e que já possuíam a devida licença de funcionamento;

IV – postes de iluminação pública ou de rede de telefonia, inclusive cabines e telefones públicos;

V – torres ou postes de transmissão de energia elétrica;

VI – dutos de gás e de abastecimento de água, hidrantes, torres

d'água e outros similares definidos pelo órgão competente;

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 m (trinta metros) de obras públicas de arte, tais como túneis, passarelas, pontes e viadutos, bem como de seus respectivos acessos;

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

XI – árvores de qualquer porte;

XII – (VETADO)

§ 2º – É proibido colocar anúncio na paisagem que: (dispositivo acrescido pela Lei nº 2.221, de 21 de março de 2016)

I – prejudique, 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.

§ 3º – Não será permitida a colocação de faixas, inscrições de anúncios ou cartazes: (dispositivo acrescido pela Lei nº 2.221, de 21 de março de 2016)

I – quando pintados ou colocados diretamente sobre os monumentos, postes, arborização, nas vias e logradouros públicos;

II – nas calçadas, meios-fios, leito das ruas e áreas de circulação das praças públicas;

III – nos edifícios públicos municipais;

IV – (VETADO).

~~**Art. 169** – Os anúncios e letreiros deverão ser conservados em boas condições, renovados ou consertados, sempre que tais providências sejam necessárias para o seu bom aspecto e segurança.~~

Subseção I
Das placas de publicidade
(redação dada pela Lei nº 2.221, de 21 de março de 2016)

Art. 169 – Será permitido somente um único anúncio indicativo por imóvel público ou privado, ressalvado o disposto no artigo 169-A, que deverá conter todas as informações necessárias ao público. (redação dada pela Lei nº 2.221, de 21 de março de 2016)

§ 1º – Os anúncios indicativos deverão atender as seguintes condições: (dispositivo acrescido pela Lei nº 2.221, de 21 de março de 2016)

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

II – quando a testada do imóvel for igual ou superior a 10 m (dez metros) lineares e inferior a 100 m (cem metros lineares), a área total do anúncio não deverá ultrapassar 4 m² (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;

IV – 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 m (cinco metros), incluídas a estrutura e a área total do anúncio.

§ 2º – Não serão permitidos anúncios que descaracterizem as fachadas dos imóveis com a colocação de painéis ou outro dispositivo. (dispositivo acrescido pela Lei nº 2.221, de 21 de março de 2016)

~~§ 3º – Não serão permitidos anúncios instalados em marquises, saliências ou recobrimento de fachadas, mesmo que constantes de projeto de edificação aprovado ou regularizado. (dispositivo acrescido pela Lei nº 2.221, de 21 de março de 2016)~~

§ 3º – Será permitida a instalação de anúncios indicativos em marquises, saliências ou recobrimento de fachadas, desde que constantes de projeto aprovado pelo Município. (redação dada pela Lei nº 2.230, de 30 de agosto de 2016)

§ 4º – (VETADO) (dispositivo acrescido pela Lei nº 2.221, de 21 de março de 2016)

§ 5º – Nas edificações existentes no alinhamento, regulares e dotadas de licença de funcionamento, o anúncio indicativo poderá avançar até 0,15 m (quinze centímetros) sobre o passeio. (dispositivo acrescido pela Lei nº 2.221, de 21 de março de 2016)

§ 6º – Os anúncios deverão ter sua projeção ortogonal totalmente contida dentro dos limites externos da fachada onde se encontram e não prejudicar a área de exposição de outro anúncio. (dispositivo acrescido pela Lei nº 2.221, de 21 de março de 2016)

§ 7º – Será admitido anúncio indicativo no frontão de toldo retrátil, desde que a altura das letras não ultrapasse 0,20 m (vinte centímetros), atendido o disposto no *caput* deste artigo. (dispositivo acrescido pela Lei nº 2.221, de 21 de março de 2016)

§ 8º – Não serão permitidas pinturas, apliques ou quaisquer outros elementos com fins promocionais ou publicitários, que sejam vistos dos logradouros públicos, além daqueles definidos nesta lei. (dispositivo acrescido pela Lei nº 2.221, de 21 de março de 2016)

§ 9º – A altura máxima de qualquer parte do anúncio indicativo não deverá ultrapassar, em nenhuma hipótese, a altura máxima de 5 m (cinco metros). (dispositivo acrescido pela Lei nº 2.221, de 21 de março de 2016)

§ 10 – Na hipótese do imóvel, público ou privado, abrigar mais de uma atividade, o anúncio referido no *caput* deste artigo poderá ser subdividido em outros, desde que sua área total não ultrapasse os limites estabelecidos no § 1º deste artigo. (dispositivo acrescido pela Lei nº 2.221, de 21 de março de 2016)

§ 11 – Quando o imóvel for de esquina ou tiver mais de uma frente para logradouro público oficial, será permitido um anúncio por testada, atendidas as exigências estabelecidas neste artigo. (dispositivo acrescido pela Lei nº 2.221, de 21 de

março de 2016)

~~§ 12 – Ficam proibidos anúncios nas coberturas das edificações. (dispositivo acrescido pela Lei nº 2.221, de 21 de março de 2016)~~

§ 12 – Ficam proibidos anúncios nas coberturas das edificações, ressalvados os anúncios indicativos de hotéis e hospitais. (redação dada pela Lei nº 2.230, de 30 de agosto de 2016)

§ 13 – 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. (dispositivo acrescido pela Lei nº 2.221, de 21 de março de 2016)

~~§ 14 – 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. (dispositivo acrescido pela Lei nº 2.221, de 21 de março de 2016)~~

§ 14 – Não será permitida, nos imóveis públicos ou privados, a colocação de *banners*, faixas ou qualquer outro elemento, dentro ou fora do lote, visando a chamar a atenção da população para ofertas, produtos ou informações, em desacordo com as normas estabelecidas nesta Lei. (redação dada pela Lei nº 2.230, de 30 de agosto de 2016)

§ 15 – A publicidade veiculada nos *outdoors* instalados no perímetro rural ou extra-perímetro (rodovias) deverá ser efetuada com adesivos ou com pintura, sendo proibida a colocação em papel ou qualquer outro material. (dispositivo acrescido pela Lei nº 2.221, de 21 de março de 2016)

~~§ 16 – O licenciamento de anúncios publicitários em placas e *outdoors* será realizado pela Secretaria de Fazenda e Captação de Recursos, mediante aprovação do local e modelo de publicidade, observadas as normas pertinentes. (dispositivo acrescido pela Lei nº 2.221, de 21 de março de 2016)~~

§ 16 – O licenciamento de anúncios publicitários em placas e *outdoors* será realizado pela Secretaria da Fazenda e Captação de Recursos, mediante aprovação do local e modelo de publicidade pela Secretaria de Habitação e Urbanismo, observadas as normas pertinentes. (redação dada pela Lei nº 2.230, de 30 de agosto de 2016)

§ 17 – A licença para anúncio publicitário será expedida mediante o recolhimento da Taxa de Publicidade, a qual terá validade de um ano. Expedida a licença para anúncio publicitário, o interessado deverá executar o empreendimento imediatamente. (dispositivo acrescido pela Lei nº 2.221, de 21 de março de 2016)

§ 18 – A licença expedida para anúncios publicitários deverá ser renovada anualmente, exceto se ocorrer alteração de suas características, dimensão ou estrutura de sustentação, hipótese em que a licença expedida perderá sua eficácia e nova licença deverá ser solicitada. (dispositivo acrescido pela Lei nº 2.221, de 21 de março de 2016)

~~**169-A** – Nos imóveis públicos ou privados com testada igual ou maior~~

~~que 100 m (cem metros) lineares poderão ser instalados 2 (dois) anúncios com área total não superior a 10 m² (dez metros quadrados) cada um. (dispositivo acrescido pela Lei nº 2.221, de 21 de março de 2016)~~

169-A – Será permitida a instalação de até 2 (dois) *outdoors* por lote, desde que observada a distância mínima de 80m (oitenta metros) entre ambos, tanto no perímetro urbano quanto no rural ou extra-perímetro. (redação dada pela Lei nº 2.230, de 30 de agosto de 2016)

~~§ 1º – As peças que contenham os anúncios definidos no *caput* deste artigo deverão ser implantadas de forma a garantir distância mínima de 40 m (quarenta metros) entre elas. (dispositivo acrescido pela Lei nº 2.221, de 21 de março de 2016)~~ (dispositivo revogado pela Lei nº 2.230, de 30 de agosto de 2016)

~~§ 2º – A área total dos anúncios definidos no *caput* deste artigo não deverá, em nenhuma hipótese, ultrapassar 20 m² (vinte metros quadrados). (dispositivo acrescido pela Lei nº 2.221, de 21 de março de 2016)~~

§ 2º – A área total dos anúncios definidos no **caput** deste artigo não deverá, em nenhuma hipótese, ultrapassar 29m² (vinte e nove metros quadrados), devendo observar a estrutura e demais especificações estabelecidas em regulamento. (redação dada pela Lei nº 2.230, de 30 de agosto de 2016)

169-B – Poderá ser instalado anúncio indicativo em imóveis não-edificados, de propriedade pública ou privada, caso seja exercida atividade na área não-edificada, que possua a devida licença de funcionamento, observado o disposto no artigo 169. (dispositivo acrescido pela Lei nº 2.221, de 21 de março de 2016)

169-C – (VETADO) (dispositivo acrescido pela Lei nº 2.221, de 21 de março de 2016)

169-D – Para os efeitos desta lei, os anúncios especiais são classificados em: (dispositivo acrescido pela Lei nº 2.221, de 21 de março de 2016)

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

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

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

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

§ 1º – Nos anúncios de finalidade cultural e educativa, o espaço reservado para o patrocinador será determinado pelos órgãos municipais competentes. (dispositivo acrescido pela Lei nº 2.221, de 21 de março de 2016)

§ 2º – Os anúncios referentes à propaganda eleitoral deverão ser retirados no prazo máximo de 15 (quinze) dias, a contar da data da realização das eleições ou plebiscitos. (dispositivo acrescido pela Lei nº 2.221, de 21 de março de 2016)

§ 3º – A veiculação de anúncios especiais relacionados a eventos culturais ou empreendimentos imobiliários sediados nos limites do Centro Histórico do Município de Toledo dependerá de análise prévia e autorização dos órgãos competentes. (dispositivo acrescido pela Lei nº 2.221, de 21 de março de 2016)

~~**Art. 170** – A propaganda falada em lugares públicos por meio de amplificadores de som, alto falante e propagandistas, está igualmente sujeita a prévia licença e ao pagamento do tributo ou preço respectivo.~~

Subseção II
Da publicidade sonora
(dispositivo acrescido pela Lei nº 2.221, de 21 de março de 2016)

~~**Art. 170** – O Município de Toledo somente concederá autorização para a prestação de serviços de propaganda e publicidade sonora em veículos às pessoas ou empresas previamente cadastradas e credenciadas para este fim específico junto à Divisão de Fiscalização da Secretaria Municipal da Fazenda e Captação de Recursos. (redação dada pela Lei nº 2.221, de 21 de março de 2016)~~

Art. 170 – O Município de Toledo somente concederá autorização para a prestação de serviços de propaganda e publicidade sonora em veículos às pessoas ou empresas previamente cadastradas e licenciadas para este fim específico na Secretaria Municipal da Fazenda e Captação de Recursos. (redação dada pela Lei nº 2.230, de 30 de agosto de 2016)

~~§ 1º – Além do cadastramento e credenciamento, a concessão de autorização para a prestação dos serviços de que trata esta Lei estará condicionada à assinatura pelo respectivo interessado de Termo, obrigando-se ao cumprimento das seguintes exigências: (dispositivo acrescido pela Lei nº 2.221, de 21 de março de 2016)~~

§ 1º – Além do cadastramento e licenciamento, a concessão de autorização para a prestação dos serviços de que trata esta Lei estará condicionada à assinatura pelo respectivo interessado de Termo, obrigando-se ao cumprimento das seguintes exigências: (redação dada pela Lei nº 2.230, de 30 de agosto de 2016)

~~I – identificação dos veículos a serem utilizados na prestação dos serviços com o número fornecido pela Divisão de Fiscalização;~~

I – identificação dos veículos a serem utilizados na prestação dos serviços com o número fornecido pela Secretaria de Habitação e Urbanismo; (redação dada pela Lei nº 2.230, de 30 de agosto de 2016)

II – apresentação de croqui do trajeto a ser percorrido para a prestação do serviço;

III – não realização de serviços de propaganda e publicidade em domingos e feriados;

IV – prestação dos serviços de que trata esta Lei apenas nos horários das 9 (nove) às 12 (doze) horas e das 14 (quatorze) às 18 (dezoito) horas de segunda-feira a sábado, exceto feriados;

V – observância dos níveis máximos de sons e ruídos previstos na Portaria nº 92/80, do Ministério de Estado do Interior, e na Norma NB-95, da Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT), ou nas que as sucederam;

VI – não realização de propaganda através de alto-falantes em veículos estacionados ou em pontos fixos, nem defronte a escolas, universidades, hospitais, bibliotecas públicas, creches e edifícios da Prefeitura, Câmara Municipal, Fórum e Ministério Público.

§ 2º – A emissão de sons que sejam audíveis além do recinto dos estabelecimentos comerciais que comercializem discos, fitas, CDs, instrumentos musicais e