LEI Nº 2.093 DE 22 DE DEZEMBRO DE 2014

"Dispõe sobre a divulgação de anúncios e instalação de engenhos publicitários no Município de Rio Branco e dá outras providências"

O PREFEITO DE RIO BRANCO – ACRE, usando das atribuições que lhe são conferidas por Lei, **FAÇO SABER,** que a Câmara Municipal de Rio Branco aprovou e eu sanciono a seguinte Lei:

CAPÍTULO I

DAS DISPOSIÇÕES PRELIMINARES

Art. 1º Esta lei dispõe sobre as normas de observância obrigatória para a divulgação de anúncios e instalação de engenhos de publicidade no Município de Rio Branco.

Parágrafo Único. As disposições da presente lei aplicam-se sem prejuízo do disposto nas demais normas urbanísticas, ambientais e tributárias incidentes sobre a matéria.

Art. 2º É parte integrante desta Lei o Anexo Único – Glossário.

Art. 3º É responsável pelo cumprimento do disposto nesta Lei a pessoa física ou jurídica licenciada ou a que instalar o engenho de divulgação de publicidade.

CAPÍTULO II

DAS DEFINIÇÕES

Art. 4º Para fins de aplicação desta Lei, considera-se anúncio qualquer difusão de mensagem, em movimento ou não, criada com objetivos comerciais, institucionais, de prestação de serviços, políticos, culturais, religiosos e similares.

Art. 5º É engenho de divulgação de publicidade, quaisquer instrumentos ou formas, fixos ou móveis, com suporte estrutural, destinados a veiculação de anúncios.

Parágrafo único - Consideram-se engenhos provisórios os executados com material perecível, como pano, tela, papelão.

Art. 6º Consideram-se engenhos de divulgação de publicidade:

I – o outdoor: engenho fixo, luminoso ou não, constituído em estrutura metálica ou outro material resistente à intempérie, destinado à fixação de cartazes substituíveis periodicamente, de papel ou lona, com dimensões padronizadas de 3m (três metros) por 9m (nove metros);

II – o painel: engenho fixo, luminoso ou não, constituído por material resistente, metálica ou similar, que expostos por longo período de tempo, não sofrem deterioração física substancial; podendo ser com ou sem movimento ou animação gráfica, incluindo, eventualmente, dispositivos computacionais que permitam a visualização de anúncios;

III – totem: engenho fixo, em estrutura metálica, concreto ou outro material resistente, em posição vertical, luminoso ou não, constituído com duas faces, destinado à veiculação de anúncio, com altura até 15m (quinze metros) e largura de no máximo de 1m (um metro);

IV – poliedro: engenho fixo, em estrutura metálica, concreto ou outro material resistente, constituído com quatro ou mais faces, com altura máxima de 15m (quinze metros);

V – tabuleta ou placa: engenho fixo ou móvel destinado anúncios indicativos ou publicitários colocados sobre o mobiliário urbano;

VI – a faixa ou banner: aquela executada em material não rígido, de caráter transitório;

VII – o cartaz: constituído por material deteriorável ou não e que se caracteriza pela alta rotatividade de mensagem e elevado número de exemplares;

VIII – letreiro: afixação ou pintura de signos ou símbolos em fachadas, marquises, toldos, em elementos do mobiliário urbano ou em estrutura própria, bem como pintura executada sobre muro de vedação e empena cega.

§1º São considerados para efeitos de aplicação desta lei, como veículos de divulgação, quando utilizados para veicular mensagem publicitária:

I – empena cega: face lateral externa da edificação que não apresenta aberturas destinadas a ventilação e insolação;

II – muro de vedação**:** parede que delimita o imóvel, podendo ser de alvenaria, gradil, cerca ou similares;

III – fachada: quaisquer das faces externas de uma edificação principal ou complementar, tais como: prédio, torres, caixas d'água, chaminés ou similares;

IV – Veículos automotores, motocicletas, bicicletas;

V – Panfletos.

§2º Consideram-se mobiliário urbano as grades protetoras de árvores, lixeiras, cabines de telefone, abrigos de ônibus, bancos, placas de nomenclatura de logradouros, barreiras de pedestres, indicadores de hora e temperatura, placas indicativas de trânsito e outros de utilidade pública.

§3º Em imóveis em construção não serão considerados publicitários os anúncios que trouxerem as informações obrigatórias pela legislação federal, estadual e municipal.

CAPÍTULO III

DA CLASSIFICAÇÃO DOS ANÚNCIOS E ENGENHOS

Art. 7º De acordo com a mensagem que transmitem, os anúncios podem ser classificados em:

I – anúncio indicativo: aquele que visa apenas identificar, no próprio local da atividade, os estabelecimentos e/ou profissionais que dele fazem uso;

II – anúncio publicitário: aquele destinado à veiculação de publicidade própria ou de terceiros, instalado dentro ou fora do local onde se exerce a atividade;

III – anúncio especial: aquele que possui características específicas, com finalidade cultural, educativa, eleitoral, ou institucional;

IV – anúncio imobiliário: aquele destinado à informação do público para aluguel ou venda de imóvel.

Art. 8º Os engenhos de divulgação de publicidade podem ser:

I – Luminosos: aqueles que possuem dispositivo luminoso próprio.

II - não luminosos: aqueles que não possuem dispositivo de iluminação.

III - animados: aqueles que possuem programação de múltiplas mensagens, movimentos, mudanças de cores, jogos de luzes ou qualquer dispositivo intermitente.

Art. 9º Para os efeitos de aprovação, os engenhos classificam-se em:

I – simples: engenhos que não apresentam problemas de segurança para habitantes e edificações, e não exigem suporte estrutural;

II – complexos: aqueles que apresentam problemas afetos à segurança da população e edificações e exigem para sua instalação suporte estruturais.

§1º São considerados, para efeitos desta Lei, engenhos simples os elencados nos incisos V, VI, VII e VIII do art.6º.

§2º São considerados, para efeitos desta Lei, engenhos complexos os elencados nos incisos I, II, III e IV do art. 6º.

CAPÍTULO IV

DOS ANÚNCIOS

Disposições gerais

Art. 10. São vedados anúncios indicativos, publicitários, especial ou imobiliário que:

I – apresentem conjunto de formas e cores que se confundam com as convencionadas internacionalmente para as diferentes categorias de sinalização de trânsito;

II – apresentem conjunto de formas e cores que se confundam com as consagradas pelas normas de segurança para a prevenção e o combate a incêndios;

III – estimulem a prática de ilícitos e a violência.

§1º Constatada a violação das determinações fixadas neste artigo, o órgão fiscalizador promoverá a remoção do veículo de divulgação do anúncio;

§2º Não podendo o agente público realizar de imediato a remoção de que trata o parágrafo anterior, efetuará a cobertura da mensagem com material que impeça a visualização, sem prejuízo da aplicação das sanções administrativas cabíveis.

Art. 11. Para os fins desta lei, são considerados anúncios indicativos:

I – os nomes, símbolos, entalhes, relevos ou logotipos, incorporados à fachada da edificação, que visem apenas identificar o estabelecimento e/ou profissional;

II – os logotipos ou logomarcas de postos de abastecimento e serviços, quando veiculados nos equipamentos próprios do mobiliário obrigatório, como bombas, decímetros 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 Pública;

VIII – os que contenham indicação de monitoramento de empresas de segurança com área máxima de 40 cm^2 (quarenta centímetros quadrados);

IX – aqueles instalados em áreas de proteção ambiental que contenham mensagens institucionais;

X – os que contenham as bandeiras dos cartões de crédito, aceitos nos estabelecimentos comerciais, desde que não ultrapassem a área total de 90 cm^2 (noventa centímetros quadrados);

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

XII – a denominação de estabelecimentos comerciais, industriais e de prestação de serviços ou de suas logomarcas, quando inseridas ao longo da fachada das edificações onde é exercida a atividade;

XIII – os anúncios das empresas/serviços nos veículos automotores.

§1º Será objeto de licenciamento os engenhos de publicidade classificados como complexos, que veicularem quaisquer tipos de anúncio.

§2º Está também sujeito a licenciamento quaisquer tipos de engenhos de publicidade instalados sobre cobertura de edificações e caixas d' águas, independente do tipo de anúncio veiculado.

§3º É permitido até 2 (dois) engenhos de divulgação de publicidade por estabelecimento, sendo um simples e um complexo, para divulgação de anúncios indicativos.

Art. 12. O anúncio publicitário será permitido nos imóveis privados edificados ou não, desde que observado os dispositivos estabelecidos nesta Lei.

CAPITULO V

DA INSTALAÇÃO E UTILIZAÇÃO DOS ENGENHOS DE PUBLICIDADE

Seção I

Das Proibições

Art. 13. Fica proibida a colocação de engenhos de divulgação de publicidade:

I – em áreas de Preservação Permanente – APP;

II – nas vias, parques, praças e outros logradouros públicos, bem como nos bens de uso comum do povo, salvo os anúncios de cooperação entre o Poder Público e a iniciativa privada definidos pela Lei Municipal nº 1.960/2013;

III – na área do perímetro de praças e fundos de vale;

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

V – nas torres ou postes de transmissão de energia elétrica;

VI – nas torres de televisão, telefonia, internet, rádio e similares;

VII – nos dutos de gás e de abastecimento de água, hidrantes, torres d'água e outros similares;

VIII – nas faixas ou placas acopladas à sinalização de trânsito;

IX – nas obras públicas de arte, tais como pontes, passarelas, viadutos, passagem inferior e túneis, ainda que de domínio estadual e federal;

X – nas árvores de qualquer porte;

XI – sobre as pistas de rolamento dos logradouros públicos;

XII –nos passeios públicos;

XIII - no interior do polígono compreendido pela Zona de Preservação Histórico–Cultural - ZPHC, assim como, numa faixa de 20,00 m (vinte metros) de largura contornando o perímetro desta Zona.

§ 1º Excetuam-se da proibição prevista neste artigo, os totens destinados a instalação de relógios em calçadas com mais de 3,0m (três metros) de largura e em praças públicas, desde que não causem prejuízo a acessibilidade.

§ 2º Poderá ser instalado o totem de que trata o parágrafo anterior em área pública e zonas de preservação histórico-cultural, desde que haja interesse do Poder Público.

Seção II

Dos Critérios para Instalação e Utilização

Art. 14. A instalação de engenho de divulgação de publicidade, nos imóveis edificados ou não, será feita de acordo com as seguintes normas gerais:

I – serem mantidos em perfeito estado de conservação e segurança por seus responsáveis;

II – atender às normas técnicas pertinentes à segurança e estabilidade de seus elementos;

III – atender as normas técnicas emitidas pela Associação Brasileira de Normas Técnicas - ABNT, pertinentes às distâncias das redes de distribuição de energia elétrica, ou a parecer técnico emitido pelo órgão público estadual ou empresa responsável pela distribuição de energia elétrica;

IV – respeitar a vegetação arbórea significativa definida por normas específicas;

V – 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;

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

VII – não prejudicar a visualização de bens de valor cultural;

VIII – não oferecer risco a edificação em que estiver instalado ou as edificações vizinhas;

IX – não obstruir aberturas destinadas à circulação, iluminação ou ventilação de compartimento da edificação em que estiver instalado ou a dos imóveis vizinhos;

X – serem instalados respeitando a altura máxima de 15,00m (quinze metros) e altura mínima de 2,30m (dois metros e trinta centímetros) em relação ao passeio;

XI – a projeção perpendicular ou ortogonal do engenho, instalado no próprio estabelecimento, poderá avançar até 1/3(um terço) da largura do passeio, desde que este avanço nunca exceda a 1,50 m (um metro e meio) e que sua estrutura de fixação esteja dentro do lote;

XII – em imóveis não edificados, o proprietário do imóvel ou responsável pela instalação do engenho deverá:

a) conservar o terreno e o passeio público fronteiriço limpos;

b) delimitar o lote com pelo menos cerca de 1,50m (um metro e cinquenta centímetros) de altura.

XIII – os engenhos tipo Outdoor instalados em imóveis edificados ou não, deverão observar o recuo mínimo de 1,00m (um metro), de qualquer face do lote;

XIV – a área máxima de um quadro não poderá exceder a 27m² (vinte e sete metros quadrados), em se tratando de outdoors e 18m² (dezoito metros quadrados) para painéis.

§1º É permitida a instalação de, no máximo, um conjunto de 3 (três) engenhos de divulgação de anúncios publicitários do tipo painéis ou outdoors, podendo ser utilizado 4 (quatro) engenhos, desde que seja subdividido entre as duas faces, em caso de lotes de esquina, de modo a manter em relação a grupos adjacentes ou a qualquer outro engenho similar, um espaçamento mínimo obrigatório de 80m (oitenta metros) de raio, tomando como referência o eixo da unidade central do conjunto.

§2º Será permitida a instalação de apenas um painel que possua movimentos ou animação gráfica, incluindo eventualmente dispositivos computacionais que permitam a visualização de anúncio, deverá ter o espaçamento mínimo obrigatório de 1,5Km (um quilometro e meio) de raio, tomando como referência o eixo da unidade.

§ 3º Cada anúncio publicitário deverá obrigatoriamente ter afixado em sua base uma plaqueta indicativa padrão (30cm x 20cm), contendo o nome da empresa publicitária, telefone, código da unidade e o número da licença expedida pelo Município.

§4º Salvo quando se tratar de painel ou outdoor colocado no alto de edificação ou caixa d'água, o número de registro de que trata o caput deverá ser indicado em posição destacada no engenho de divulgação de publicidade, como parte do anúncio ou mediante pintura, adesivo ou autocolante.

Art. 15. A instalação de painel nas empenas cegas de edificações não poderão ultrapassar a área máxima de 50% (cinqüenta por cento) da área total da empena.

Art. 16. Será admitida colocação de painel nas fachadas das edificações, desde que não ultrapassem a área máxima de 50% (cinquenta por cento) da fachada e que não interfira na ventilação e iluminação da edificação.

Art. 17. A aplicação de letreiros fica condicionada às normas previstas no art. 14 desta lei, sendo que sua área total máxima será dada pela multiplicação do comprimento da testada do lote ou da fachada da edificação por 0,50 m (cinquenta centímetros).

§1º Para efeito de aplicação do caput do artigo a área total será aquela resultante do somatório dos polígonos formados pelas linhas imediatamente externas que contornam cada elemento inserido na fachada.

Art. 18. Quando se tratar de prédios comerciais a área destinada ao letreiro deverá ser subdividida proporcionalmente entre os estabelecimentos, devendo o engenho de publicidade ser instalada no térreo.

Art. 19. Nos muros de vedação ou nos tapumes a área máxima de letreiros aplicados não poderá exceder a 6,00 m^2 (seis metros quadrados).

Art. 20. O letreiro pintado em empena cega deverá atender às seguintes condições:

a) ser único em cada empena cega por bloco de edificação;

b) apresentar área máxima de 50% (cinco por cento) da área total da empena em que estiver instalado;

c) apresentar projeção ortogonal contida nos limites do perímetro da empena cega.

Parágrafo Único. Quando da retirada do anúncio, a empena cega deverá ser totalmente recuperada pelo responsável.

Art. 21. As faixas, banner e cartazes poderão ser objetos de autorização e deverá obedecer, além das normas gerais estabelecidas no art. 14, o seguinte:

I – a instalação e retirada das faixas e banners, são de exclusiva responsabilidade do requerente;

II – o período de exposição de faixas e banners no espaço aéreo é de até 15 (quinze) dias, podendo esse prazo ser prorrogado a critério da Administração mediante despacho fundamentado.

CAPITULO VI

DA LICENÇA PARA INSTALAÇÃO DE ENGENHOS DE PUBLICIDADE

Art. 22. A instalação dos engenhos de divulgação de publicidade, considerados complexos nesta Lei, dependerá de prévia análise e licença do órgão municipal competente e do pagamento das taxas devidas nos termos da legislação tributária municipal, ficando proibida a sua instalação antes da expedição da respectiva licença.

§1º. Os engenhos de publicidade complexos voltados diretamente para as vias públicas, instalados em imóveis particulares, nas fachadas das edificações e projetados sobre os espaços públicos aéreos, ficam submetidos às disposições do caput deste artigo.

§2º. Os engenhos do tipo painel que possua movimentos ou animação gráfica, incluindo eventualmente dispositivos computacionais que permitam visualização de anuncio dependerá de previa analise e licença da Secretaria Municipal de Desenvolvimento e Gestão Urbana - SMDGU e da Superintendência Municipal de Transporte e Trânsito de Rio Branco - RBTRANS.

Art. 23. O requerente deverá instruir seu pedido de licença com:

I – cópia RG, CPF ou CNPJ;

II – autorização do proprietário do imóvel onde se pretende instalar o engenho;

III – especificação do tipo de engenho de divulgação de publicidade que se pretende instalar e dos materiais que o compõem;

IV – cópia do comprovante de quitação do IPTU do imóvel onde será instalado o engenho;

V – croqui de situação contendo:

a) localização, corte e fachada com dimensão do anúncio;

b) altura em relação ao passeio;

c) comprimento da fachada do estabelecimento:

VI – tipo de suporte sobre o qual será assentada;

VII – para o caso de engenhos de divulgação de publicidade complexos:

a) planta de situação e implantação, em escala, contendo situação e locação do engenho e afastamento do engenho complexo mais próximo;

b) layout de implantação;

c) memorial descritivo do tipo de material utilizado;

d) ART- CREA ou RRT-CAU do Profissional Responsável;

§1º Excepcionalmente e devidamente justificado, além dos documentos exigidos no caput do artigo, o órgão responsável pelo licenciamento poderá exigir outros documentos que julgar necessário.

§2º Após atendidos todos os requisitos estabelecidos nesta Lei, o Departamento de Licenciamento competente expedirá o Alvará de Licença para Instalação de Engenhos de Publicidade.

§3º O alvará de licença para instalação de engenho de publicidade terá validade de 01 (um) ano, podendo ser renovado por igual período uma única vez, nos caso em que o engenho não tenha sido instalado no período concessivo.

§4º Quando o proprietário do imóvel ou o responsável pelo engenho de divulgação de publicidade não estiver mais utilizando o local para o qual foi licenciado o engenho, deverá comunicar o fato imediatamente a Municipalidade a fim de seja dado baixo no cadastro de engenhos, devendo promover a retirado do equipamento do local.

§5º Qualquer alteração na característica, dimensão ou estrutura de sustentação do engenho implicará na exigência de imediata solicitação de nova licença.

CAPÍTULO VII

DAS INFRAÇÕES E PENALIDADES

Art. 24. Para fins desta Lei consideram-se infrações:

I – instalar engenhos de publicidade:

a) sem a necessária licença ou autorização da Municipalidade;

b) com dimensões diferentes das aprovadas.

II – manter os engenhos publicitários, em mau estado de conservação;

III – não atender a intimação do órgão competente para a regularização ou a remoção do engenho publicitário;

IV – utilizar ou instalar engenhos publicitários em desacordo com o disposto nesta Lei e nas demais leis municipais, estaduais e federais pertinentes;

V – praticar qualquer outra violação às normas previstas nesta lei ou em seus regulamentos.

Art. 25. Para os fins desta Lei, consideram-se responsáveis, subsidiariamente, o proprietário ou o possuidor do imóvel onde ocorrer à veiculação irregular de anúncio ou a inadequada instalação de engenho publicitário.

§1º A empresa e ou pessoa física instaladora será solidariamente responsável pelos aspectos técnicos e de segurança de instalação do engenho de publicidade, 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 pelos engenhos responderão administrativa, civil e criminalmente pela veracidade das informações prestadas ao Poder Público Municipal.

Art. 26. A inobservância das disposições desta Lei sujeitará os infratores, às seguintes penalidades:

I – notificação, para sanar a irregularidade no prazo de 05 (cinco) dias úteis, sob pena de multa;

II – multa;

III – remoção do engenho publicitário;

IV - cassação da licença ou autorização.

Art. 27. A pena de multa consiste na aplicação de sanção pecuniária a ser paga pelo infrator, no prazo de 30 (trinta) dias.

§1º As multas serão fixadas em Unidades Fiscais do Município de Rio Branco – UFMRB.

§2º Para os efeitos desta Lei, a UFMRB é a vigente na data de pagamento da multa.

§3º A multa poderá ser aplicada cumulativamente com outras penalidades, independentemente da obrigação de sanar os danos resultantes da infração.

§4º O pagamento da multa não implica regularização da situação nem obsta nova autuação, caso permaneça a irregularidade.

§5º As multas não pagas nos prazos legais após o recebimento da notificação serão inscritas em dívida ativa e executadas judicialmente.

§6º A totalidade das multas aplicadas serão revertidas nas atividades vinculadas à fiscalização ou em campanhas educativas da Secretaria Municipal de Desenvolvimento e Gestão Urbana – SMDGU, ou por outra que venha legalmente a substituí-la no exercício das funções de gestão urbana municipal.

Art. 28. Para qualquer infração as disposições desta Lei será aplicada a multa correspondente a 20 UFMRB, cobrada em dobro, em caso de reincidência.

Art. 29. O prazo para remoção dos engenhos será de:

I – 7 (sete) dias úteis, quando instalados em locais proibidos, sem licença ou irregularmente;

II – 2 (dois) dias úteis quando oferecer risco iminente à segurança da população e/ou das edificações, nos termos desta Lei.

§1º O executivo, no caso de instalação de engenho de divulgação de publicidade sem licença ou quando da aplicação da penalidade de cassação, apreenderá o material utilizado, sem qualquer responsabilidade, em caso de eventuais danos causados durante a remoção.

§2º O interessado somente poderá reaver seu material após pagar a penalidade cabível mais as despesas que o Executivo tiver tido com a sua remoção e guarda.

§3º Caso o interessado não reclame o material dentro do prazo de 60 (sessenta) dias, o Executivo procederá a venda em hasta pública ou a doará a entidades sem fins lucrativos, sem prejuízo da ação fiscal competente para recuperar as despesas que tiver tido e para aplicar as penalidades cabíveis.

Art. 30.A penalidade de cassação de licença poderá ser aplicada, conforme a gravidade do caso, nas hipóteses de:

I – reincidências nas infrações anteriormente punidas com multa;

II – infrações previstas nos artigos 10 e 14 desta Lei.

Art. 31.O procedimento de autuação, bem como para apuração das infrações previstas nesta Lei e para aplicação das respectivas penalidades observará, no que couber, e de forma subsidiária, as regras do processo administrativo fiscal estatuído no Código de Obras Municipal.

CAPÍTULO VIII

DAS DISPOSIÇÕES FINAIS E TRANSITÓRIAS

Art. 32. Todos os tipos de engenhos publicitários presentes na paisagem urbana do Município, já autorizados ou não, deverão ser objeto de adequação às normas da presente Lei.

§1º Para os engenhos tipo Outdoor a adequação deverá ser feita no prazo de 02 (dois) anos, para pessoa física e ou jurídica licenciada, a partir da publicação desta Lei, ficando revogadas as autorizações e licenças anteriormente concedidas.

§2º A adequação de trata o parágrafo anterior será feita de forma escalonada, sendo 50% (cinquenta por cento) no primeiro ano, em até 31 de dezembro de 2015 e 50% (cinquenta por cento) no segundo ano, em até 31 de dezembro de 2016.

§3º Para os demais engenhos publicitários o prazo para adequação e novo licenciamento será de 365 (trezentos e sessenta e cinco dias) da data da publicação da presente lei.

§4º Os engenhos publicitários instalados nas áreas descritas no art. 13 deverão ser retirados no prazo de 90 (noventa) dias a partir da publicação desta Lei.

§5º O marco para aplicação do disposto no art. 14, § 1º desta Lei será o primeiro Alvará de Licença expedido.

§6º A renovação do Alvará de Funcionamento para o exercício de 2016 ficará condicionado ao atendimento da presente Lei.

Art. 33. O Executivo manterá Cadastro de Engenhos de Publicidade do Município de Rio Branco – CADENP/RB, fazendo nele constar as licenças outorgadas com as respectivas especificações técnicas do engenho de divulgação de publicidade, os dados do responsável pela sua instalação e o número de registro respectivo.

Art. 34. O Município poderá, mediante prévio processo licitatório, celebrar contratos para prestação de serviços de apoio operacional objetivando a remoção de anúncios instalados ou mantidos em desacordo com as disposições desta Lei.

Art. 35. O Poder Executivo regulamentará a presente Lei, no que couber, no prazo de até 90 (noventa) dias, contados da data de sua publicação.

Art. 36. A fiscalização ficará a cargo da Secretaria Municipal de Desenvolvimento e Gestão Urbana – SMDGU, ou por outra que venha legalmente a substituí-la no exercício das funções de gestão urbana municipal.

Art. 37. O anúncio publicitário em forma de folhetos, panfletos ou encartes distribuído aos transeuntes deverão reservar espaço para frases educativas sobre reciclagem, proteção ao meio ambiente e sustentabilidade.

Art.38. Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

Rio Branco - Acre, 22 de dezembro de 2014, 126º da República, 112º do Tratado de Petrópolis, 53º do Estado do Acre e 131º do Município de Rio Branco.

Marcus Alexandre

Prefeito de Rio Branco

PUBLICADO NO D.O.E.
Nº 11.468 DE 31/12/14
Pág. Nº: 134