Câmara Municipal de Cascavel

ESTADO DO PARANÁ

CÂMARA MUNICIPAL DE CASCAVEL
Recebido em 17/11/2017
Protocolo

REQUERIMENTO Nº 486, DE 2017.
(Autor: Vereador Jaime Vasatta/PODEMOS)

Excelentíssimo Senhor Presidente da Câmara Municipal de Cascavel.

O Vereador Jaime Vasatta/PODEMOS nos termos que regem o art. 122, I do Regimento Interno desta Casa de Leis requer a Mesa Diretora, após deliberação legislativa, seja encaminhado expediente ao Poder Executivo Municipal, solicitando ao mesmo, para que verifique junto ao setor competente desta Municipalidade as seguintes informações que visam o interesse público local:

1. Requer informações junto ao Poder Executivo. Com relação à aplicabilidade da Lei Municipal nº 6.584, de 18 de Março de 2016.

2. Quais secretarias ficaram responsáveis para fiscalização e aplicação desta Lei?

É o que Requer. Sala de Sessões.
Cascavel, 17 de novembro de 2017.

Jaime Vasatta
Vereador/PODEMOS

Justificativa

A Lei Municipal nº 6.584, de 18 de Março de 2016. Que dispõe sobre o ordenamento para instalação e veiculação de propaganda e publicidade no Município de Cascavel. Haja vista que, a exploração ou utilização de meios de publicidade nas vias e logradouros públicos do Município, bem como nos lugares de acesso comum, somente será realizada em conformidade com as normas estabelecidas nesta Lei.

Portanto, requer que o Poder Executivo Municipal proceda à devida fiscalização com o intuito de verificar o cumprimento desta Lei, e em caso de desobediência, que seja aplicada a multa prevista na Seção III do Art. 78 do mesmo texto legal.

CONFERIDO

LEI Nº 6.584 DE 18 DE MARÇO DE 2016

DISPÕE SOBRE O ORDENAMENTO PARA A INSTALAÇÃO E VEICULAÇÃO DE PROPAGANDA E PUBLICIDADE NO MUNICÍPIO DE CASCAVEL, E DÁ OUTRAS PROVIDÊNCIAS.

A CÂMARA MUNICIPAL DE CASCAVEL, ESTADO DO PARANÁ, APROVOU, DE AUTORIA DO ILUSTRE VEREADOR JAIME VASATTA, COM EMENDAS DOS ILUSTRES VEREADORES PAULO PORTO E JAIME VASATTA, E EU, PREFEITO MUNICIPAL, SANCIONO A SEGUINTE LEI:

TÍTULO I

DA PUBLICIDADE EM GERAL

CAPÍTULO I

DOS OBJETIVOS

Art. 1° A exploração ou utilização de meios de publicidade nas vias e logradouros públicos do Município, bem como nos lugares de acesso comum, somente será realizada em conformidade com as normas estabelecidas nesta Lei.

Art. 2° A exploração dos meios de publicidade só poderá ser requerida e executada por pessoa física ou jurídica, desde que devidamente autorizada pelo Poder Público Municipal, mediante expedição de licença, sujeitando-se o contribuinte ao pagamento da taxa respectiva.

Parágrafo único. O disposto no *caput* do artigo se aplica também às pessoas jurídicas que utilizam publicidade do próprio estabelecimento, sendo que em se tratando de publicidade do próprio negócio, ficam isentas das taxas devidas.

Art. 3° Todas as pessoas físicas ou jurídicas referidas no artigo 2°, que comercializem meio de publicidade, deverão estar inscritas no Cadastro Municipal de Contribuintes – CMC.

Art. 4° Fica instituída a COP – Comissão de Ordenamento de Publicidade.

Parágrafo único. A COP terá a incumbência de dar parecer sobre assuntos ou questões sobre ordenamento de publicidade que não estiverem especificados nessa lei.

Art. 5° O ordenamento da publicidade na paisagem do Município, disciplinada pela presente Lei, tem os seguintes objetivos:

I - estabelecer bases de referência para o exercício do poder de polícia administrativa por parte do Município de Cascavel;

II - assegurar a compatibilidade entre os interesses individuais e os interesses da coletividade, garantindo condições de segurança e conforto de pedestres, veículos e edificações;

III - preservar valores paisagísticos e culturais da cidade;

IV - contribuir para o bem estar da população;

V - estabelecer o equilíbrio dos diversos agentes atuantes no Município, incentivando a cooperação de organizações e cidadãos na promoção da melhoria da paisagem do Município.

Art. 6º Inclui-se ainda na obrigatoriedade da emissão de licença, a publicidade que, embora colocada em terrenos próprios ou de domínio privado, seja visível dos lugares públicos.

Art. 7º Os meios de publicidade deverão ser colocados em boas condições, sempre que tais providências sejam necessárias para o seu bom aspecto e segurança.

Art. 8º Desde que não haja modificações de diretrizes ou de localização, os consertos ou reparações dos meios de publicidade independerão de autorização ou comunicação prévia.

§ 1º Os consertos ou reparações dos meios de publicidade passíveis de interferir na estabilidade de bens públicos ou privados deverão solicitar autorização da COP.

§ 2ºA atividade de manutenção dos meios de publicidade não poderá obstruir o passeio nem interferir na segurança dos pedestres.

Art. 9º As normas da propaganda eleitoral são as estabelecidas na Lei Federal nº 9.504, de 30 de setembro de 1997, que dispõe sobre as eleições, e outras que vierem a alterá-la ou substituí-la.

CAPÍTULO II

DAS DEFINIÇÕES

Art. 10. Para os efeitos desta Lei ficam estabelecidos as seguintes definições:

I – anúncio: qualquerveículo de comunicação visual presente na paisagem visível do logradouro público, composto de área de exposição e estrutura, podendo ser:

a) anúncio especial: aquele que possui características específicas, com finalidade cultural, eleitoral, educativa ou imobiliária.

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

c) anúncio publicitário: aquele destinado à veiculação de publicidade, instalado fora do local onde se exerce a atividade;

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 - engenho: qualquer equipamento de publicidade iluminado ou não;

VIII – espaço de utilização pública: a parcela do espaço urbano passível de uso e fruição pela população;

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

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

a) imóvel edificado: aquele ocupado total ou parcialmente com edificação permanente;

b) imóvel não edificado: aquele não ocupado ou ocupado com edificação transitória, em que não se exerçam atividades nos termos da legislação de zoneamento do uso e da ocupação do solo.

XI – lote: é a porção de terra com localização e configuração definidas, com pelo menos uma divisa lindeira à via oficial de circulação, resultante do processo regular de parcelamento do solo para fins urbanos;

XII – mobiliário urbano: o conjunto de elementos que podem ocupar o espaço público, implantados, direta ou indiretamente, pela administração municipal, com as seguintes funções urbanísticas:

a) circulação e transportes;

b) ornamentação da paisagem e ambientação urbana;

c) descanso e lazer;

d) serviços de utilidade pública;

e) comunicação e publicidade;

f) atividade comercial;

g) acessórios à infraestrutura.

XIII - outdoor: anúncio em forma de cartaz, painel múltiplo, painel luminoso etc., geralmente de grandes dimensões, exposto à margem de vias urbanas ou em outros pontos ao ar livre, destacados para tal.

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

XV – vernáculo: é o nome que se dá ao idioma próprio de um país, de uma nação ou região; é a língua nacional.

Art. 11. Complementam as definições estabelecidas no artigo anterior os constantes da Lei nº 5.744, de 21 de março de 2011 que padroniza as calçadas no município de Cascavel, ou outra que vier a substituí-la.

Art. 12. Para os fins desta Lei, não são considerados anúncios:

I – os nomes, símbolos, entalhes, relevos ou logotipos, incorporados à fachada por meio de aberturas ou gravados nas paredes, sem aplicação ou afixação, integrantes de projeto aprovado das edificações;

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

III – as denominações de prédios e condomínios;

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

V – os que contenham mensagens obrigatórias por legislação Federal, Estadual ou Municipal;

VI – os que contenham mensagens indicativas de cooperação com os poderes públicos 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 40cm²(quarenta centímetros 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 90cm²(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 ou logomarca de hotéis, supermercados, shopping centers e outros empreendimentos de grande porte, quando inseridas ao longo da fachada das edificações onde é exercida a atividade.

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

XIV -Os nomes, símbolos ou logotipos de estabelecimentos incorporados em fachadas, por meio de aberturas, ou gravados nas paredes em alto ou baixo relevo, ou fachadas luminosas integrantes de projetos aprovados pela Prefeitura, exceto para efeitos de taxação.

XV - Os nomes, símbolos ou logotipos de estabelecimentos incorporados em fachadas, por meio de aberturas, ou gravados nas paredes em alto ou baixo relevo, ou fachadas luminosas integrantes de projetos aprovados pela Prefeitura não serão considerados como anúncios, exceto para efeitos detaxação.

CAPÍTULO III

DAS PROIBIÇÕES

Art. 13. Não será permitida a colocação de publicidade quando:

I - Os textos sejamexclusivamente em idioma estrangeiro, exceto o nome do estabelecimento;

II – obstrua ou prejudique a mobilidade urbana, a visibilidade da sinalização, placas de numeração, nomenclaturas de ruas e outras de interesse público;

III – utilize incorretamente o vernáculo, exceto na veiculação de marcas registradas;

IV - de qualquer forma prejudique os aspectos paisagísticos da cidade, seus panoramas naturais, monumentos típicos, históricos e tradicionais, caracterizando-se como poluição visual;

V - obstrua, intercepte ou reduza o vão das portas e janelas;

VI - pelo seu número ou na distribuição, modifique ou prejudique o aspecto das fachadas dos edifícios;

VII - possa ocasionar perigo em face da proximidade com linhas telefônicas, cabos de comunicação e de energia elétrica;

VIII - favoreça ou estimule qualquer espécie de ofensa ou discriminação de qualquer natureza; tendo como base a regulamentação do CONAR – Conselho Nacional de Auto-Regulamentação Publicitária;

IX - contenha elementos que possam induzir às atividades criminosas ou ilegais, ao uso de drogas, a violência, ou que possam favorecer enaltecer ou estimular tais práticas;

X –for considerada atentatória, em linguagem ou alegoria, à moral pública e aos bons costumes; tomando como base o estabelecido pelo Conselho Nacional de Auto-Regulamentação Publicitária – CONAR.

XI - promova produtos proibidos;

XII - contrarie a legislação ordinária, especialmente a Legislação Eleitoral, Penal, o Código de Defesa do Consumidor e o Código de Trânsito Brasileiro – CTB;

XIII - prejudique a insolação ou a ventilação da edificação em que estiver colocado ou das edificações vizinhas;

XIV - fixada em obras de arte, como: viadutos, pontes, túneis, elevados, passarelas, e semelhantes, ainda que de domínio estadual ou federal;

XV–fixada em áreas públicas, exceto nas condições estabelecidas nesta Lei;

XVI - colada ou fixada por quaisquer meios, cartazes nos postes, árvores e placas de sinalização localizadas em logradouros públicos;

XVII – fixada, por quaisquer meios, faixas de promoções, propagandas e eventos em árvores e postes nos logradouros públicos; nas estruturas de engenhos publicitários, em logradouros públicos e locais de acesso comum;

XVIII – fixadas nas partes externas de hospital, pronto-socorro e postode atendimento médico, excetoos identificadores e os de eventos
relacionados com a área da saúde;

XIX – colocada nas áreas de preservação permanente estabelecidas por lei;

XX – fixada através de engenhos ou pintada na pavimentação das ruas, meio-fio, calçadas, ilhas e canteiros centrais de avenidas e interior de rótulas, acostamentos, áreas de escape, ainda que em área de domínio Estadual ou Federal, salvo em se tratando de orientação do trânsito, exceto nas condições estabelecidas em lei;

XXI – colocada ou pintada no interior de cemitérios, exceto os anúncios orientadores;

XXII – fixadas ou pintadas por quaisquer meios em muros, grades, tapume e cercas, para exploração de publicidade e propaganda, exceto propaganda de edifícios e empreendimentos a serem construídos ou instalados no imóvel onde está instalado o tapume;

XXIII – contenha pintura de nome e sigla de partidos políticos ou nome e número de candidatos em muros,canteiros centrais de avenidas, praças, áreas de domínio público, tapumes e fachadas de edificações, exceto na sede do partido político;

Parágrafo único. Compreende-seainda nas proibições deste artigo a veiculação de anúncios que não contenham a identificação do proprietário do veículo de comunicação visual e do anunciante, seja pessoa física ou jurídica.

I - A identificação deve ser legível, constando a razão social e nome fantasia do proprietário e anuncianteem caso de pessoa jurídica, ou nome completo em caso de pessoa física;

II –O proprietário deve manter por 2 (dois) anos em seus arquivos os dados de identificação dos anunciantes, especialmente, nome, número de registro no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas (CNPJ) ou Cadastro de Pessoas Físicas (CPF), número do telefone e endereço.

TÍTULO II

DOS MEIOS DE PUBLICIDADE

CAPÍTULO I

CARACTERIZAÇÃO DOS MEIOS DE PUBLICIDADE

SEÇÃO I

DOS MEIOS

Art. 14. Para efeitos desta Lei, com relação a sua mobilidade, os veículos de divulgação e publicidade são divididos em:

I – fixos: aqueles instalados de forma duradoura, porém nunca permanente;

II – móveis: aqueles instalados de forma temporária, facilmente removíveis.

Art. 15. Quanto à estrutura de fixação, os veículos são classificados como:

I– acoplados–quando sua fixação se dá em superfícies pré-existentes;

II – autoportantes – quando sua fixação se dá através de estruturas autônomas, construídas especialmente para a sustentação dos veículos.

Art. 16. Quanto à mensagem ou anúncio, os veículos são classificados como:

I - identificador: indica ou identifica estabelecimentos, empreendimentos, propriedades e serviços;

II - promocional: promove estabelecimentos, empresas, produtos, marcas, pessoas, ideias ou coisas;

III - institucional: transmite informações do Poder Público, organismos culturais, entidades representativas da sociedade civil, entidades beneficentes ou similares, sem finalidade comercial;

IV - indicativo ou orientador: transmite mensagens de orientação e informação, tais como tráfego, temperatura, ou de alerta;

V - misto: transmite, ao mesmo tempo, mais de um dos tipos anteriormente definidos.

Art. 17. Quanto à exposição, os veículos podem ser classificados como:

I - não iluminado – quando não dispõe de qualquer fonte de iluminação;

II - iluminado – quando for dotado de iluminação a partir da fonte própria, interna, externa ou projetada;

III - estático – quando as mensagens não são dotadas de qualquer movimento, podendo, nos casos de equipamento eletrônico, ocorrer uma transição temporizada entre diferentes mensagens, desde que não haja movimento no conteúdo da mensagem individual;

IV - dinâmico – quando o conteúdo das mensagens ou o próprio engenho apresentam alguma forma de movimento mecânico, elétrico, eletrônico, eólico ou hidráulico;

Art. 18. Quanto a sua segurança, os veículos podem ser classificados como:

I - simples - quando, devido às suas características técnico-funcionais, o veículo não oferecer riscos iminentes à população;

II – especial – quando, devido às suas características técnico-funcionais, o veículo ofereça riscos potenciais à população, seja por suas dimensões, por apresentar dispositivos mecânicos, elétricos ou eletrônicos, apresentando uma das seguintes características:

a) disponha de área de exposição por face superior a 30,00m² (trinta metros quadrados);

b) possua dispositivos mecânicos, elétricos, eletrônicos, eólicos ou hidráulicos;

c) iluminado com tensão superior a 220 Volts;

d) que utilize gás no seu interior;

e) que possua acréscimos laterais, frontais ou com animação dinâmica durante o período de exibição do anúncio.

SEÇÃO II

DO OUTDOOR
(DOS ENGENHOS PUBLICITÁRIOS)

Art. 19. Para efeito desta Lei, será permitida a instalação de apenas 03 (três)***outdoors*** por lote e observada à distância mínima de 60 m (sessenta metros) entre um conjunto e outro, tanto no perímetro urbano como no rural ou extra perímetro, e de acordo com as normas do Código de Posturas e com esta Lei.

Parágrafo Único - O Município de Cascavel procederá à notificação dos proprietários de ***outdoors*** instalados e licenciados, mas que não estejam em conformidade com o disposto no **caput** deste artigo, sendo que os proprietários dos imóveis em que estão

instalados terão o prazo de 30 (trinta) dias a contar da data de notificação para procederem à sua remoção ou deslocamento.

Art. 20. O modelo de ***outdoor***a ser instalado no perímetro urbano é o constante no Anexo I desta Lei e no perímetro rural ou extra perímetro (rodovias), o constante no Anexo II.

Art. 21. Apublicidade veiculada nos*outdoors* instalados no perímetro rural (rodovias) ou extra perímetro deverá ser efetuada com adesivos, lonas ou com pintura, sendo proibida a colocação em papel ou qualquer outro material.

Art. 22. Os proprietários das placas, *outdoors* e letreiros ou os proprietários dos imóveis onde os mesmos estão instalados,serão notificados pelo Município para que, no prazo de 30 (trinta) dias, a contar da notificação, retirem a publicidade que não esteja de acordo com esta Lei.

Art. 23. O não cumprimento da notificação a que se refere o artigo anterior autorizará o Município de Cascavel a proceder à retirada da publicidade e a cobrar o valor correspondente a 10 UFM Unidade Fiscal do Município por procedimento de retirada realizado.

Parágrafo único. A cobrança de que trata o **caput** deste artigo será realizada em nome de quem foi notificado para a retirada da placa, painel, letreiro ou ***outdoor***.

Art. 24. O licenciamento de anúncios publicitários em placas e ***outdoors***será realizado pela COP – Comissão de Ordenamento de Publicidade, mediante aprovação do local e modelo de publicidade, observadas as normas pertinentes.

Art. 25. A licença para anúncio publicitário será expedida mediante o recolhimento da Taxa de Publicidade, a qual terá validade de um ano.

Parágrafo único – O prazo para utilização de anúncio publicitário passa a contar a partir da data de expedição da licença.

Art. 26. A licença expedida para anúncios publicitários deverá ser renovada anualmente, devendo ser comprovado se houve ou não alteração de suas características, dimensão ou estrutura de sustentação, hipótese em que a licença expedida perderá sua validade e nova licença deverá serexpedida.

Art. 27. Os anúncios com finalidade cultural,institucional e aqueles instalados em mobiliário e equipamentos urbanos independerão de licenciamento.

Art. 28. Compete à COP – Comissão de Ordenamento de Publicidade a fiscalização do cumprimento das disposições desta Lei, aplicando aos infratores as penalidades previstas na legislação pertinente.

Art. 29. Os anúncios irregularmente instalados em fachadas no alinhamento de via pública poderão ser retirados pelo Município de Cascavel, observadas as disposições e prazos estabelecidos nos artigos 22 e 23 desta Lei.

Art. 30. Para os efeitos desta Lei,são solidariamente responsáveis

pelo anúncio o proprietário e o possuidor do imóvel onde o anúncio estiver instalado.

Art. 31. A aplicação de multas não exime o infrator da obrigação de remover o anúncio, nem impede a aplicação das demais sanções e medidas administrativas ou judiciais cabíveis.

Art. 32. 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 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 arborização existente conforme definições em lei específica.

VII – não prejudicar a visibilidade de sinalização de trânsito ou outro sinal de comunicação institucional, destinado à orientação do público, bem como a numeração predial 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.

SEÇÃO III

DOS ANÚNCIOS

Art. 33. É proibida a instalação de anúnciosem:

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

anúnciosde 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, conforme autorização específica, exceção feita ao mobiliário urbano nos pontos permitidos pelo Município;

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;

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 30,00 m (trinta metros) de obras públicas de arte, bem como de seus respectivos acessos;

X – muros, paredes em lotes públicos ou privados, edificados ou não;

XI – árvores de qualquer porte;

XII – veículos automotores, motocicletas, bicicletas e similares e nos *trailers* ou carretas engatados ou desengatados de veículos automotores, excetuados aqueles utilizados para transporte de carga;

XIII – Em áreas de preservação permanente e fundo de vale.

Art. 34. É proibido colocar anúncio na paisagem que:

I – prejudique, mesmo que parcialmente, a visibilidade de bens tombados de valor cultural;

II – prejudique a edificação em que estiver instalado ou as edificações vizinhas;

III – prejudique, por qualquer forma, a insolação ou a aeração da edificação em que estiver instalado ou a dos imóveis vizinhos;

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

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

Art. 35. Consideram-se, para os efeitos desta Lei e 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 – veículos automotores e motocicletas;

VII – bicicletas e similares;

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

IX – mobiliário urbano;

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

Parágrafo único. Para os fins do disposto neste artigo, considera-se visível o anúncio instalado em espaço externo ou interno da edificação e externo ou interno dos veículos automotores, excetuados aqueles utilizados para transporte de carga.

Art. 36. A colocação de anúncio de finalidade cultural ficará sujeita à autorização da Secretaria Municipal de Cultura, dispensando-se seu licenciamento.

Art. 37. A licença do anúncio será automaticamente extinta nos seguintes casos:

I – por solicitação do interessado, mediante requerimento padronizado;

II – se forem alteradas as características do anúncio;

III – quando ocorrer mudança de local de instalação do anúncio;

IV – se forem modificadas as características do imóvel;

V – quando ocorrer alteração no Cadastro Municipal de Contribuintes;

VI – pelo descumprimento de qualquer das disposições desta Lei, caso não sejam sanadas as irregularidades dentro dos prazos previstos;

VII – pelo não-atendimento a eventuais exigências dos órgãos competentes.

SEÇÃO IV

DOS VEÍCULOS COM FIM EXCLUSIVO DE VENDA DE ESPAÇO PARA ANUNCIANTE

Art. 38. Para efeitos desta lei, os veículos destinados exclusivamente à venda de espaços para anunciantes, passíveis de autorização para instalação no município, são os seguintes:

I – Painel Tipo 1 (outdoor) - engenho autoportante fabricado todo em estrutura metálica, iluminado ou não, com mensagens estáticas pintadas, aplicadas em lona impressa ou em papéis substituíveis em uma única face por quadro;

II – Painel Tipo 2 (front-light) – engenho autoportante, fabricado em estrutura metálica, iluminado ou não, com mensagens estáticas ou dinâmicas, pintadas diretamente no quadro ou aplicadas em lona impressa, com até duas faces por estrutura;

III –Painel Tipo 3 (triedro ou eletrônico) – engenho autoportante, fabricado em estrutura metálica, iluminado ou não, com mensagens estáticas ou dinâmicas exibidas em tela dinâmica com movimento elétrico ou eletrônico, com até duas faces por estrutura;

IV - Painel Tipo 4 (Empena cega), engenho aplicado sobre suporte pré existente iluminado ou não, com mensagens estáticas, aplicadas em lona impressa em parede cega de edifícios.

Art. 39. Não será permitido o uso de nenhum outro tipo de engenho ou equipamento com fim prioritário ou exclusivo de venda de espaços publicitários, que não os descritos nos incisos de I a IV do artigo anterior.

Art. 40. Os engenhos definidos como Tipo 1, deverão observar as seguintes condições:

I – O formato do quadro instalado em área urbana deverá ser de 9m (nove metros) de largura por 3m (três metros) de altura, totalizando 27m² (vinte sete metros quadrados), enquanto para áreas rurais ou rodovias estaduais e federais, de 10m de largura por 5m de altura, totalizando 50m²(cinquenta
metros quadrados), respeitando-se nestes casos, a distância mínima de 30m (trinta metros) com relação a pista, conforme determinação do DNIT;

II – A moldura dos quadros deverá ser construída também em estrutura metálica, com linhas retas e sem recortes, com largura entre 15cm (quinze centímetros) e 20cm (vinte centímetros), pintada na cor característica de cada empresa, bem como os pilares de suporte em estrutura metálica tubular;

III – Será permitida a aplicação de acréscimos ou apliques que aumentem em 5m² (cinco metros quadrados), no máximo, à área do quadro;

IV – Deverá ser mantida uma área livre de, no mínimo, 1,50m (um metro e cinquenta centímetros) entre oalinhamento predial e a extremidade mais próxima da rua;

V – A altura máxima dos painéis para outdoor não deverá exceder 7m (sete metros) com relação ao topo do painel e o nível do meio fio;

VI – Serão permitidos agrupamentos de até 3 (três) painéis na medida 9x3m (nove por três metros), para outdoor na zona urbana, com distância mínima de 0,50 (cinquenta centímetros) e máxima de 1,5 (um metro e meio), entre cada painel componente

do agrupamento. É vedado o agrupamento de painéis com medida superior a 27m² (vinte e sete metros quadrados);

VII – A distância mínima entre painéis, quando instalados individualmente ou em agrupamentos, será de 60 (sessenta metros) entre os extremos mais próximos destes painéis.

VIII – Os engenhos definidos como Tipo 1 só poderão ser requeridos e executados por pessoa jurídica, com contrato social específico para a atividade e certidão negativa municipal, desde que devidamente autorizada pelo Poder Público Municipal, mediante expedição de licença, sujeitando-se o contribuinte ao pagamento da taxa respectiva.

XIX – Para os engenhos definidos como Tipo 1, quando do requerimento da taxa de alvará para instalação do mesmo, deverá ser entregue cópia do contrato de locação do terreno e taxa de ART recolhida para cada engenho.

Art. 41. Os engenhos definidos como Tipo 2, deverão observar as seguintes condições:

I – O formato do quadro instalado deverá ser no máximo 10m (dez metros) de largura por 5m (cinco metros) de altura, totalizando 50m²(cinquenta metros quadrados), tanto para instalações em áreas urbanas, quanto em áreas rurais.

II - Para instalações em rodovias estaduais ou federais deve ser respeitada a distância mínima de 30m (trinta metros) com relação a pista, conforme determinação do DNIT.

III – Será permitido a aplicação de acréscimos ou apliques que aumentem em até 6m (seis metros quadrados) no máximo, à área do quadro;

IV – A altura máxima dos painéis não deverá exceder 12m (doze metros) com relação ao topo do painel e o ponto mais baixo do solo onde este se encontra instalado.

V – Não serão permitidos agrupamentosde painéis do Tipo 2;

VI – A distância mínima entre painéis instalados em um mesmo sentido de uma via de mão dupla será de 60m (sessenta metros) entre os extremos mais próximos destes painéis.

VII – Não será permitido a instalação de painéis tipo 2 conjuntamente com painéis do tipo 1, devendo a distância entre eles ser de, no mínimo, 60m (sessenta metros) entre os extremos mais próximos destes painéis.

Art. 42. Os engenhos definidos como Tipo 3, deverão observar as seguintes condições:

I – o formato do quadro instalado em área urbana,rural ou rodovias estaduais e federais, deverá ser de até 50m² (cinquenta metros quadrados), respeitando-se nos casos de rodovias, a distância mínima de 30m (trinta metros) com relação à pista, conforme determinação do DNIT.

II – a altura máxima dos painéis não deverá exceder 12m (doze metros) com relação ao topo do painel e o ponto mais baixo do solo onde este se encontra instalado;

III – não serão permitidos agrupamentosde painéis do Tipo 3.

IV – não será permitido à instalação de painéis Tipo 3 e Tipo 2 conjuntamente com painéis do Tipo 1, devendo a distância entre eles ser de, no mínimo, 60m (sessenta metros) entre os extremos mais próximos destes painéis.

V - sua localização somente será permitida em imóveis voltados para vias enquadradas como Estruturais e Arteriais.

Art. 43. Os engenhos definidos como Tipo 4, deverão observar as seguintes condições:

I – nãoserá permitida a aplicação de acréscimos ou apliques que aumentem à área do quadro da empena;

II – a distância mínima entre painéis instalados em um mesmo sentido de uma via será de 60m (sessenta metros) entre os extremos mais próximos destes painéis para o mesmo lado da via e entre painéis instalados em lados opostos das vias.

SEÇÃO V

DOS TIPOS DE OUTROS MEIOS

SUBSEÇÃO I

DO MOBILIÁRIO URBANO

Art. 44. Mobiliário urbano é o meio com as seguintes características:

I - mensagem: publicitária, identificadora, institucional e mista;

II - suporte: preexistente;

III - duração: provisório;

IV - apresentação: iluminado e não iluminado;

V - mobilidade: fixo;

VI - animação: estático ou dinâmico;

VII - complexidade: simples ou especial.

Art. 45. Os elementos do mobiliário urbano nos quais é permitida a utilização para veiculação de mensagem publicitária, são:

I –totem/ Abrigo indicativo de parada de ônibus;

II -painel eletrônico para texto informativo;

III -totem de identificação de espaços e edifícios públicos;

IV - quiosque para informações culturais e turísticas;

V -bancas de jornal e revistas;

VI –bicicletário e paraciclo;

VII - quiosque para venda de lanches e produtos em parques e praças;

VIII - painéis de mensagens variáveis para uso exclusivo de informações de trânsito;

IX – poste toponímico;

X - placa de identificação de logradouro em fachadas e muros;

XI - relógio/termômetro;

XII - protetor de árvore;

XIII - lixeira;
XIV - abrigo de ponto de parada de ônibus;

XV - sanitário público;

XVI - placa de identificação de logradouro;

XVII – abrigo de parada de táxi;

XVIII – bancos de praças públicas.

Art. 46.A veiculação de anúncios no mobiliário urbano será feita mediante procedimento licitatório, modalidade concorrência pública, por empresas que possuam comprovadamente capacidade para conceber, desenvolver, fornecer, instalar e manter os equipamentos.

Art. 47. Para cada elemento do mobiliário urbano, a Prefeitura através da Secretaria de Planejamento e Urbanismo em conjunto com a Cettrans, deverá definir a área, a forma e o material apropriados para a veiculação de publicidade, bem como as regras para a sua exploração em procedimentos licitatórios.

CAPÍTULO II

DISPOSIÇÕES GERAIS

SEÇÃO I

DAS NORMAS GERAIS

Art. 48. Nos logradouros públicos e imóveis pertencentes ao Poder Público do Município, não será permitida a instalação de painéis do tipo 1, 2, 3 ou 4, com venda exclusiva de espaço para anunciante.

Art. 49. Os meios de publicidade deverão ser mantidos em boas condições de segurança e de visibilidade.

SEÇÃO II

DO PROCEDIMENTO ADMINISTRATIVO

Art.50.A solicitação de licença para a exploração ou utilização dos meios de publicidade, deverá ser protocolizada no Protocolo Geral do Município devendo informar:

I - a indicação dos locais que serão colocados ou distribuídos os meios de publicidade;

II – a natureza do material empregado;

III - as dimensões;

IV- demais informações e documentos conforme o tipo e o grau de exigência dos meios de publicidade definidos nesta lei, tais como contrato de locação do imóvel, contrato social da empresa e certidão negativa municipal.

Parágrafo único. As taxas serão calculadas de acordo com a Lei Complementar nº 1, de 2001, e suas alterações.

Art. 51. Para o pedido de instalação de outros meios de publicidade enquadrados como de complexidade especial, serão exigidas:

I - projeto completo assinado por responsável técnico regularmente inscrito no CREA-PR contendo:

a) plantas de localização, de situação, elevações, *layout* de cores, projeto estrutural, de fundações e de instalações elétricas e mecânicas, se for o caso, em duas vias e escalas adequadas;

b)memorial descritivo das especificações dos materiais a serem utilizados;

c) demais informações e documentos conforme o tipo e o grau de exigência dos meios de publicidade definidos nesta lei, tais como contrato de locação do imóvel, contrato social da empresa e certidão negativa municipal.

II - anotação de Responsabilidade Técnica - ART de projeto estrutural e execução do engenho, junto ao CREA.

Art.52. Fica dispensada a solicitação da licença para os seguintes meios de publicidade:

I – os cartazes ou letreiros destinados a fins patrióticos ou destinados à propaganda de partidos políticos ou de seus candidatos, na forma prevista na legislação eleitoral;

II – as tabuletas indicativas de residências, sítios, granjas ou fazendas, bem como as de rumo ou direção de estradas;

III – os anúncios publicados em jornais, revistas, catálogos e os irradiados em estações de rádio e televisão;

IV – aos anúncios no interior de estabelecimentos, divulgando artigos ou serviços neles negociados ou explorados;

V – aos anúncios e emblemas de entidades públicas, cultos religiosos, irmandades, asilos, entidades sindicais, ordens ou associações profissionais, quando colocados nas respectivas sedes ou dependências;

VI – as placas ou letreiros que contiverem apenas a denominação do prédio;

VII –aos anúncios que indiquem uso, lotação, capacidade ou quaisquer avisos técnicos elucidativos de emprego ou finalidade, desde que sem qualquer legenda, dístico ou desenho de valor publicitário;

VIII – as placas ou letreiros destinados, exclusivamente, à orientação do público, desde que sem qualquer legenda, dístico ou desenho de valor publicitário;

IX – referências que indiquem lotação, capacidade e as que recomendem cautela ou indiquem perigo, desde que sem publicidade;

X – anúnciosindicativos do tipo: Precisa-se de empregados, Vende-se, Alugam-se, Aulas Particulares e similares, desde que exibidos no próprio local de exercício da atividade e não ultrapassem a área de 60 cm² (sessenta centímetros quadrados);

XI - as placas obrigatórias, instaladas em canteiro de obra, exigidas e regulamentadas pelas entidades governamentais e pelos conselhos e órgãos de classe, desde que contenham apenas o exigido pelas respectivas regulamentações;

XII - painéis orientadores, tais como as placas de sinalização viária e de trânsito, turística e outras placas indicativas, e anúncios institucionais, consideradas como de interesse público.

Art. 53. Qualquer alteração nas características físicas dos meios de publicidade que resulte em substituição por outro, mudança do local de instalação, implicará sempre em nova licença e novo lançamento da taxa respectiva.

Art.54. Os pedidos de licença serão decididos no prazo de 5 (cinco) dias úteis, contados da data em que o pedido for protocolizado no Protocolo Geral do Município.

§ 1º O prazo previsto neste artigo poderá ser prorrogado por igual período, quando, por motivo justificado, não se completarem as diligências que o processo exigir.

§ 2º Em caso de necessidade de análise da COP o prazo para licença será decidido em 30 (trinta) dias.

Art. 55. As diligências que competem ao requerente interrompem o prazo até o efetivo atendimento da solicitação.

Parágrafo único. O não atendimento às diligências no prazo estabelecido, pelo requerente, implicará no indeferimento do processo.

Art. 56.A Administração Municipal poderá autorizar a utilização de espaços próprios municipais para fins de instalação de meios publicitários, mediante licitação, respeitando as regras estipuladas nesta lei.

Parágrafo único. O Edital que instruir a licitação conterá, entre outros elementos, a localização dos espaços, tipos de equipamentos que poderão ser instalados, prazos, restrições, bem como as condições gerais que vincularão o ato de permissão de uso, e que 20% (vinte por cento) dos meios publicitários instalados nestes locais serão usados para fins sociais.

Art. 57.A licença para a instalação de meios de publicidade será cancelada nos seguintes casos:

I - por solicitação do interessado, mediante requerimento protocolizado no Protocolo Geral do Município;

II – de ofício, quando não instalado no prazo estabelecido na licença;

III – de ofício, quando for constatada sua instalação fora do local previamente autorizado;

IV – de ofício, pelo não pagamento da taxa de licença, na data do vencimento.

Art. 58.São consideradas responsáveis pelos meios de publicidade às pessoas físicas ou jurídicas detentoras da licença.

Parágrafo único. Respondem solidariamente com a pessoa física ou jurídica detentora da licença o proprietário do imóvel e o anunciante.

Art. 59. Nos casos em que o profissional responsável pelo projeto, cálculo, instalação ou manutenção do engenho e outros meios tiver seu registro do CREA ou sua inscrição municipal suspensos ou baixados, fica o proprietário do engenho obrigado a providenciar sua substituição no prazo de 5 (cinco) dias úteis, sob pena de cancelamento da licença.

TÍTULO II

DO PROCEDIMENTO ADMINISTRATIVO FISCAL

CAPÍTULO I

DA NOTIFICAÇÃO E AUTO DE INFRAÇÃO

Art. 60. Constitui infração toda ação ou omissão contrária às disposições desta Lei e de outros atos que a complemente ou altere.

Art. 61. Será considerado infrator todo aquele que cometer infração, assim como quem auxiliar alguém a praticar infração e os encarregados da execução das leis que, tendo conhecimento da infração, deixarem de autuar o infrator.

Art. 62.Não são diretamente passíveis de aplicação das penas definidas neste Código:

I - os incapazes na forma da Lei; e

II - os que forem coagidos a cometer infração.

Art. 63. Sempre que a infração for praticada, por qualquer dos agentes a que se refere o desta Lei Complementar, a pena recairá:

I - sobre os pais, tutores ou pessoas sob cuja guarda estiver o menor;

II - sobre o curador; e

III - sobre aquele que deu causa à contravenção forçada.

Art. 64. Dará motivo à lavratura das notificações e dos autos de infração correspondentes qualquer violação das normas desta Lei que for levada ao conhecimento do órgão municipal competente.

Parágrafo único. Recebendo tal comunicação, a autoridade competente deverá, sempre que couber, ordenar as medidas cabíveis e as previstas nas seções deste Capítulo.

SEÇÃO I

DA NOTIFICAÇÃO PRELIMINAR

Art. 65. Todo o infrator que cometer pela primeira vez uma ação ou omissão contrária às disposições desta Lei sofrerá uma advertência sob a forma de Notificação Preliminar, obrigando a interromper e a reparar, se for o caso, a ação infringente por força deste Código, salvo nos casos:

I - em que a ação danosa seja irreversível;

II - em que colocam em risco propriedades e a vida de pessoas; e

III - em que haja desacato ou desobediência à autoridade fiscal.

Parágrafo único. Os casos previstos nos incisos deste artigo motivarão a lavratura imediata do Auto de Infração e/ou Auto de Apreensão.

Art. 66. Nos casos de reincidência ou em que permaneça a ação ou estado infringente, será lavrado um Auto de Infração e aplicadas às demais penas previstas em lei.

Parágrafo único. Reincidente é aquele que violar preceito deste Código, por cuja infração já estiver sido notificado preliminarmente ou autuado.

Art. 67.A Notificação preliminar será passada pela autoridade competente, dada a conhecer ao infrator, onde constará:

I - dia, mês, ano, hora e lugar onde foi constatada a infração;

II - qualificação e endereço do infrator;

III - natureza da infração;

IV - prazo para regularizar, reparar e/ou suspender a ação infringente; e

V - assinatura do infrator.

§ 1º Caso o infrator se recuse a assinar, a recusa será registrada pelo Agente Fiscal, no corpo da Notificação Preliminar;

§ 2º Na recusa, a notificação será enviada via postal, endereçada ao domicílio fiscal do sujeito passivo notificado ou ao endereço residencial do seu representante legal, com os avisos de recebimento – AR;

§ 3º No caso de retorno da correspondência sem recebimento, por qualquer motivo, poderá a Notificação ser publicada em Edital no Órgão Oficial do Município;

§ 4º A Notificação poderá ainda ser dirigida publicamente, através do Órgão Oficial do Município e dos meios de comunicação local, com especificação individual do imóvel, do proprietário ou responsável, o motivo da notificação e do prazo para regularização.

SEÇÃO II

DO AUTO DE INFRAÇÃO

Art. 68. Auto de Infração é o instrumento por meio do qual a autoridade municipal apura a violação das disposições desta Lei e outros atos que a complemente ou altere, exarados pelo Poder Executivo Municipal.

Art. 69. O Auto de Infração não deverá conter rasuras, entrelinhas ou emendas e nele descrever-se-á de forma precisa e clara, a infração averiguada, devendo constar obrigatoriamente:

I –local, data e hora da lavratura;

II - qualificação do sujeito passivo autuado;

III - descrição minuciosa do fato que se alegue constituir infração e que motivou a lavratura do auto de infração;

IV - capitulação do fato, mediantemenção expressa do dispositivolegal infringido e da penalidade aplicável estabelecida em lei;

V - valor da penalidade aplicada;

VI - autoridade competente para o processo de impugnação;

VII - assinatura do sujeito passivo, seu representante ou preposto;

VIII - determinação da exigência e a intimação para cumpri-la no prazo estabelecido ou impugná-la no prazo de 30 (trinta) dias; e

IX - assinatura da autoridade autuante e sua identificação funcional.

Art. 70. Se o sujeito passivo infrator ou quem o represente, não puder ou recusar-se a assinar o auto de infração, o agente fiscal mencionará esta circunstância no corpo do Auto de Infração e o mesmo será enviado por via postal, endereçado ao domicílio fiscal do sujeito passivo autuado ou ao endereço residencial do seu representante legal, com o Aviso de Recebimento – AR.

Parágrafo único. No caso de retorno da correspondência, não recebida no endereço identificado, por qualquer motivo, poderá o Auto de Infração ser publicado mediante Edital no Órgão Oficial do Município.

SEÇÃO III

DO AUTO DE APREENSÃO

Art. 71. Nos casos de apreensão, o bem apreendido será recolhido ao depósito do Município e, quando a isto não se prestar, poderá ser depositado em mãos de terceiros, ou do próprio detentor, se idôneo, observadas as formalidades legais.

Parágrafo único. O Auto de Apreensão conterá obrigatoriamente:

I - dia, mês, ano, hora e lugar em que o bem foi apreendido;

II - qualificação do infrator e seu endereço;

III - natureza da infração;

IV - identificação funcional de quem o lavrou, relatando com toda a clareza o estado e as condições em que se encontra o bem apreendido; e

V - assinatura da autoridade autuante, do infrator ou de duas testemunhas capazes, se houver.

Art. 72. A devolução do bem apreendido só se fará depois de pagas as multas que tiverem sido aplicadas e das taxas relativas a apreensão, o transporte e o depósito.

Parágrafo único. Caso o infrator apresente impugnação ao Auto de Infração, somente serão exigidas as taxas relativas à apreensão e depósito do bem apreendido.

Art. 73. No caso de não ser reclamado e retirado dentro de 30 (trinta) dias, o bem apreendido será vendido em hasta pública pelo Município, sendo a importância aplicada na indenização das multas e despesas relativas à apreensão, cobradas quaisquer outras despesas e entregue o saldo ao proprietário, mediante requerimento instruído e processado.

SEÇÃO IV

DAS PENALIDADES DE MULTA

Art. 74.A pena, além de impor a obrigação de fazer e desfazer, será pecuniária através de cobrança de multa.

Art. 75. O pagamento da multa não exime o infrator de reparar os danos causados ou de cumprir a exigência, bem como de cumprimento de outras penalidades previstas.

Art. 76. As penalidades de multa serão aplicadas através de lavratura de Auto de Infração.

Parágrafo único. A multa não paga no prazo regulamentar será inscrita em dívida ativa.

Art. 77. Nas reincidências, as multas serão cominadas em dobro.

Art. 78. Na infração a qualquer dispositivo desta Lei será imposta a penalidade de multa correspondente a 50 (cinquenta) Unidades Fiscais do Município – UFM.

CAPÍTULO II

DO CONTENCIOSO FISCAL

Art. 79. Os procedimentos, prazos e tramitação processual relativos ao contencioso fiscal, obedecerão ao disposto na Lei Complementar nº. 1, de 2001 – Código Tributário Municipal.

TÍTULO IV

DAS DISPOSIÇÕES FINAIS

Art. 80. Os responsáveis por projetos e colocação de meios publicitários, responderão pelo cumprimento das normas estabelecidas nesta Lei, bem como por sua segurança.

Art. 81. Anúncios veiculados sobre outros componentes do mobiliário urbano, não contemplados nesta lei, observarão a normatização do mobiliário similar prevista nesta lei, mediante parecer específico da Comissão de Ordenamento de Publicidade - COP.

Art. 82. Os pedidos de licença de meios que não atenderam às disposições desta Lei serão indeferidos.

Art.83. A taxa de licença para exploração dos meios de publicidade será calculada de acordo com as tabelas previstas no Código Tributário Municipal.

Art. 84. Os responsáveis por meios e anúncios já existentes e que estiverem em desacordo com as disposições desta lei, terão o prazo de 18 (dezoito) meses para promoverem a sua adequação, observando que:

I - o prazo previsto no *caput* do artigo será contado a partir da publicação da presente Lei;

II – os painéis novos já deverão ser instalados em conformidade com a presente Lei;

III - somente após a adequação exigida no *caput* do artigo, será expedida nova licença;

IV - os meios publicitários que não forem adequados no prazo previsto neste artigo deverão ser imediatamente desativados e retirados;

V - no caso de necessidade de eliminação de algum meio para adequação à Lei, será obedecido o critério de antiguidade das respectivas licenças.

Art. 85. Compete à Secretaria Municipal de Finanças zelar pela aplicação e fiscalização dos dispositivos desta lei, tomando as providências administrativas e judiciais necessárias.

Art. 86. Os recursos arrecadados pelas cobranças das taxas e multas aplicadas serão destinados aos cofres públicos municipais, perante a Secretaria Municipal de Finanças, sendo que, 50% (cinquenta por cento) serão destinados ao Fundo Municipal do Meio Ambiente.

Art. 87. Os Anexos I e II fazem parte integrante da presente Lei.

Art. 88. Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação oficial, revogadas as disposições em contrário.

Gabinete do Prefeito Municipal,
Cascavel, 18 de março de 2016.

Edgar Bueno,
Prefeito Municipal.

PUBLICADO EM 19/03/2016

ÓRGÃO OFICIAL ELETRÔNICO Nº 1508

ÓRGÃO IMPRESSO – GAZETA/PR Nº 8194