LEI N° 4.023/2025

Dispõe sobre a regulamentação da veiculação de publicidade em espaços públicos e privados visíveis do logradouro e estabelece critérios técnicos e fiscais no Município de Santa Cruz do Capibaribe.

O PREFEITO CONSTITUCIONAL DO MUNICÍPIO DE SANTA CRUZ DO CAPIBARIBE, Estado de Pernambuco, no uso de suas atribuições legais que lhe confere o art. 47, inc. III, da Lei Orgânica do Município.

Faço saber que a Câmara Municipal de Vereadores de Santa Cruz do Capibaribe, Estado de Pernambuco, através do Projeto de Lei nº 028/2025, de autoria do Poder Executivo, por meio do Poder Legislativo decreta e eu sanciono a seguinte Lei:

TÍTULO I

DAS DISPOSIÇÕES GERAIS

Art. 1º Esta Lei estabelece normas sobre a divulgação, licença e instalação de mensagens publicitárias, como placas, outdoors, faixas, painéis, letreiros, totens, infláveis e similares em vias públicas, terrenos públicos, baldios, margens da PE-160 e logradouros de domínio municipal, fica condicionada à prévia autorização da Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico, Inovação, Turismo e Agricultura e ao pagamento da Taxa de Licença para Publicidade – TLP, conforme dispõe o artigo 187 da Lei nº 1.420/2003 - Código de Posturas Municipal.

Parágrafo único. As definições para aplicação desta Lei, estão descritas no Anexo I.

Art. 2º Constituem objetivos da ordenação da paisagem do município de Santa Cruz do Capibaribe/PE, os seguintes:

I - Atender 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;

II - Estabelecer bases de referência para o exercício do poder de polícia administrativa por parte da Secretaria Municipal Desenvolvimento Econômico, Inovação, Turismo e Agricultura;

III - Assegurar a compatibilidade entre os interesses individuais e os interesses da coletividade;

IV - Garantir condições de segurança viária e conforto de pedestres, veículos e edificações;

V - Preservar valores paisagísticos e culturais da cidade;

VI - Estabelecer o equilíbrio dos diversos agentes atuantes na cidade, incentivando a cooperação de organizações e cidadãos na promoção da melhoria da paisagem do Município, garantindo ordem e controle da poluição visual.

§1º O Município exercerá, através de seus agentes, o Poder de Polícia Administrativa, de forma a garantir a plena aplicação desta Lei, assegurando a convivência harmônica no meio urbano.

§2º No exercício da ação fiscalizadora serão assegurados aos agentes fiscais credenciados o livre acesso, em qualquer dia e hora, e a permanência pelo período que se fizer necessário, observadas as formalidades legais e garantias fundamentais, a todos os lugares, a fim de fazer observar as disposições desta Lei, podendo, quando se fizer necessário, solicitar o apoio de autoridades policiais, civis e militares.

§3º Todas as pessoas físicas, residentes, domiciliadas ou em trânsito pelo território municipal e as pessoas jurídicas, de direito público ou privado, localizadas no Município ou que, de algum modo ou forma, venham a promover divulgações na forma do art. 1º, estão sujeitas as suas prescrições e cumprimento.

Art. 3º Caracterizam-se meios de publicidade cartazes, letreiros, programas, quadros, painéis, emblemas, avisos, anúncios e mostruários, luminosos ou não,

feitos por qualquer modo, processo ou engenho, suspenso, distribuídos, afixados ou pintados em paredes, muros, tapumes, veículos ou calçadas.

§1º Inclui-se na obrigatoriedade deste artigo os anúncios que, embora expostos em terrenos próprios ou de domínio privado, forem visíveis dos lugares públicos.

§2º Não será permitida a utilização da arborização pública para colocar cartazes, anúncios, cabos e fios, nem para suporte, apoio e instalação de qualquer natureza ou finalidade.

Art. 4º Consideram-se meios extraordinários de divulgação aqueles não previstos nos artigos e parágrafos anteriores, que estejam localizados em:

I - Canteiros divisores de avenidas e ruas;

II - Áreas de proteção ambiental (APA);

III - Áreas de proteção permanente (APP);

IV - Parques;

V - Lotes com testada superior a 80,00m (oitenta metros), no caso de letreiros autoportantes;

§1º As situações previstas neste artigo deverão ser analisadas com base nas normas estabelecidas nesta Lei, considerando-se os seguintes critérios:

I - Danos causados a terceiros;

II - Danos ao meio ambiente e à urbanização municipal;

III - Danos à circulação de pedestres.

§2º A análise prevista neste artigo deverá ser realizada pelo Conselho Municipal de Defesa do Meio Ambiente – CONDEMA, mediante solicitação da Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico, Inovação, Turismo e Agricultura.

TÍTULO II

DAS CLASSIFICAÇÕES

Art. 5º Os meios de publicidade serão classificados conforme:

I - Tipo: placas, outdoors, faixas, painéis, letreiros, totens, infláveis e similares;

II - Duração: permanente ou provisório (30 dias);

III - Suporte: preexistente ou autoportante;

IV - Apresentação: iluminado ou não;

V - Complexidade: simples ou especial (acima de 30m^2, com dispositivos mecânicos ou iluminação especial).

CAPÍTULO I

CLASSIFICAÇÃO QUANTO AO SUPORTE DAS ESTRUTURAS PUBLICITÁRIAS

Art. 6º Para os fins desta Lei, todos os meios de publicidade deverão ser classificados quanto ao tipo de suporte utilizado, nas seguintes modalidades:

I - Suporte Preexistente: Considera-se suporte preexistente a estrutura já existente no imóvel ou edificação, reaproveitada ou adaptada para a fixação da mensagem publicitária, desde que sua integridade estrutural esteja comprovadamente adequada ao fim proposto.

II - Suporte Autoportante: Considera-se suporte autoportante toda estrutura independente, construída especificamente para a sustentação do meio publicitário, não estando vinculada à edificação ou fachada do imóvel.

§1º A escolha do tipo de suporte deverá ser informada no requerimento de licença ou de renovação, acompanhado do cumprimento de todas as exigências previstas nos incisos do art. 5º.

§2º As disposições técnicas, os recuos, as restrições de instalação e os parâmetros dimensionais previstos no Título IV deverão observar integralmente a classificação do suporte adotado, sendo vedada a instalação de suportes

autoportantes em passeios públicos, áreas verdes, faixas não edificáveis ou imóveis com restrição patrimonial, salvo previsão específica.

Art. 7º Para fins de licença, fiscalização e aplicação das disposições desta Lei, os meios de publicidade serão classificados conforme seu grau de complexidade técnica, nos seguintes termos:

I - Publicidade Simples: Consideram-se simples os meios publicitários cuja área total seja inferior ou igual a 20 m^2, e que não utilizem dispositivos móveis, efeitos especiais, projeções, animações ou sistemas de iluminação diferenciada (como luzes piscantes, sincronizadas ou interativas).

II - Publicidade Especial: Consideram-se especiais os meios publicitários com área superior a 20 m^2, ou que empreguem dispositivos mecânicos, eletrônicos, audiovisuais, projeções, animações, painéis digitais ou qualquer forma de iluminação especial que demande maior análise técnica por parte do órgão licenciador.

§1º Os meios classificados como "especial" estarão sujeitos à apresentação de projeto técnico completo, com detalhamento da tecnologia empregada, memorial descritivo, plano de manutenção e laudo de impacto visual, ambiental ou patrimonial, quando couber.

§2º Todas as exigências, restrições e autorizações previstas no Título III deverão estar adequadas à complexidade da publicidade pretendida, sendo vedada a instalação de meios especiais sem a devida licença específica e aprovação técnica complementar.

CAPÍTULO II

CLASSIFICAÇÃO QUANTO À COMPLEXIDADE DA PUBLICIDADE

Art. 8º Todas as disposições normativas previstas no Título IV, deverão ser aplicadas considerando, obrigatoriamente, as classificações estabelecidas nos artigos 5 e 6 desta Lei, quanto ao suporte e à complexidade dos meios publicitários. A não observância desses parâmetros poderá acarretar indeferimento da licença,

aplicação de sanções ou remoção imediata do meio instalado, nos termos do Título IV.

Art. 9º O pedido de licença para instalação da mensagem publicitária deve ser realizado na Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico, Inovação, Turismo e Agricultura contendo os seguintes documentos:

I - Requerimento que deverá ser preenchido no ato do cadastro do processo;

II - Projeto técnico contendo localização, dimensões, tipo de suporte, forma de fixação e imagens ilustrativas;

III - Planta baixa e Croqui de implantação com cotas e recuos da peça para projetos fixos ou permanentes;

IV - Laudo de estabilidade e anotação de Responsabilidade Técnica (ART), quando necessário, assinado por profissional habilitado para projetos fixos ou permanentes.

§1º O prazo para análise e resposta ao requerimento será de 10 (dez) dias, a contar do protocolo, prorrogável por igual período mediante justificativa técnica.

§2º Após a realização da análise nos termos desse artigo, será emitido pela Secretaria Municipal da Receita o boleto para pagamento da Taxa de Licença para Publicidade (TLP)

§3º A licença para instalação da mensagem publicitária será concedida mediante apresentação do comprovante pagamento da referida taxa.

§4º A peça deverá ser instalada no prazo de 30 (trinta) dias, contados a partir da data do deferimento da solicitação, podendo esse prazo ser prorrogado, por igual período, mediante requerimento justificado e deferimento da Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico, Inovação, Turismo e Agricultura.

§5º O responsável pelo meio de publicidade é obrigado a mantê-lo em boas condições de conservação, estabilidade e estética, sob pena de remoção e aplicação de multa pelo poder público.

§6º As publicidades já instaladas com responsabilidades de pessoas jurídicas com cadastro mercantil ativo nesse município, independentemente do regime jurídico escolhido será lançado anualmente junto ao próprio cadastro mercantil.

TÍTULO IV

DISPOSIÇÕES ESPECÍFICAS

CAPÍTULO I

DAS PLACAS

Art. 10. Placa é o recurso publicitário rígido e fixo, instalado sobre fachadas, muros, paredes ou em suportes independentes no solo, contendo mensagens comerciais, promocionais, informativas ou institucionais.

§1º Para efeito do disposto neste artigo e o valor das taxas constante no Título V, todo o meio será cobrado como "placas", quando a publicidade associada conter:

I - Tamanho máximo de $4m^2$ em zonas residenciais; até 10 m^2 em zonas comerciais/industriais;

II - Altura máxima de 3 metros do solo;

III - A fixação deve ser feita de forma segura, com estrutura metálica ou de madeira tratada;

IV - Recuo mínimo de 1,5 m da via pública;

V - A iluminação será permitida interna ou externa, desde que não ofusque o tráfego;

VI - De duração permanente quando sua instalação esteja vinculada à identificação do estabelecimento ou atividade exercida no local. E de duração provisória por prazo máximo de até 30 (trinta) dias, quando a finalidade da instalação seja a divulgação de promoções, eventos, inaugurações ou campanhas sazonais.

§2º As placas serão enquadradas no item 1 do anexo II.

Art. 11. Outdoor é o engenho constituído de materiais duráveis, podendo dispor de dupla face e iluminação, destinado à colagem de folhas substituíveis ou de material lonado, com alta rotatividade de mensagens publicitárias, institucional ou mista, de suporte autoportante, duração permanente, apresentação iluminada ou não iluminada, mobilidade fixa, animação estática ou dinâmica e complexidade simples ou especial.

§1º Sem prejuízo das demais normas, ao Outdoor aplicam-se as seguintes exigências:

I - Sua localização somente será permitida em imóveis voltados para as vias enquadradas como adequadas pelo órgão gestor;

II - O órgão gestor poderá, de acordo com a localização, exigir que o engenho seja confeccionado em estrutura metálica;

III - Poderá ser instalado em imóveis edificados ou não edificados, respeitado o afastamento mínimo de 1,50m (um metro e cinquenta centímetros) para qualquer edificação;

IV - A estrutura deverá possuir pilares de apoio que assegurem a sua sustentação, considerando fatores climáticos;

V - Quando iluminado, não será exigido a moldura e a instalação elétrica deverá ser embutida em tubulação apropriada;

VI - Será exigida apresentação da licença para todas as faces exploradas do outdoor.

§2º Para efeito do enquadramento nos valores das taxas constante Título V, todo o meio será cobrado como "outdoors", quando a publicidade associada conter:

I - Tamanho padrão 3 x 5 m (15 m^2);

II - Distanciamento mínimo 100 metros lineares entre outdoors;

III - Altura máxima de 7 metros do solo ao topo;

IV - Será considerado a instalação em localização proibida, quando em áreas de preservação ambiental, calçadas e áreas escolares;

V - Tempo de permanência máxima de 45 dias por campanha (prorrogável por igual período).

§3º Os outdoors serão enquadrados no item 7 do anexo II.

CAPÍTULO III

DAS FAIXAS

Art. 12. Faixa é a peça flexível e removível, normalmente confeccionada em tecido ou material plástico, afixada temporariamente entre muros ou fachadas com mensagens rápidas e visuais com a finalidade de divulgar eventos, inaugurações, promoções rápidas ou comunicados públicos.

§1º Para efeito do disposto neste artigo e nos valores das taxas constante no Título V, todo o meio será cobrado como "faixa", quando a publicidade associada conter:

I - Tamanho máximo de 4 m de comprimento x 0,80 m de altura;

II - Confeccionada em material de lona ou tecido resistente;

III - Seu tempo de permanência máximo será de 15 dias;

IV - A faixa não pode ser instalada em árvores ou obstruir sinais de trânsito;

V - Sua instalação deve ser feita de forma a não causar risco à segurança de pedestres ou veículos.

§2º As faixas serão enquadradas no item 1 do anexo II.

CAPÍTULO IV

DO PAINEL

Art. 13. Painel, painéis eletrônicos ou luminosos são dispositivos digitais (como LED ou LCD), com superfícies planas, com iluminação interna, utilizados para exposição de mensagens fixas de publicidade comercial, institucional, informativa de forma mais tecnológica e atrativa ou dinâmicas com maior impacto visual, inclusive à noite.

§1º Para efeito do disposto neste artigo e nos valores das taxas constante no Título V, todo o meio será cobrado como "painel", quando a publicidade associada conter:

I - Brilho regulável conforme o ambiente; proibido brilho intenso próximo a vias rápidas;

II - Conteúdo sem efeitos piscantes rápidos que possam causar distração;

III - Apresentação de laudo técnico de segurança elétrica;

IV - Será de duração permanente quando sua instalação esteja vinculada à identificação do estabelecimento ou atividade exercida no local. E de duração provisória por prazo máximo de até 30 (trinta) dias, quando a finalidade da instalação seja a divulgação de promoções, eventos, inaugurações ou campanhas sazonais;

V - Fixada em veículo móvel ou estacionado em local próximo a vias.

§2º Os painéis serão enquadrados no item 14 do anexo II.

CAPÍTULO V

DO LETREIRO

Art. 14. Letreiro é a identificação afixada diretamente na edificação, contendo o nome ou logotipo do estabelecimento ou atividade ali exercida, ou seja, com mensagens identificadoras ou mista, com duração permanente, apresentação iluminado ou não, complexidade simples ou especial.

§1º Nos letreiros enquadrados como mistos, a publicidade associada deverá se referir exclusivamente aos produtos e serviços correlatos com a atividade principal do estabelecimento.

§2º Para efeito do enquadramento nos valores das taxas constante no Título V, todo o meio será cobrado como "letreiro", quando a publicidade associada conter:

I - Altura máxima de 1 metro;

II - Projeção máxima de 30 cm para fora da fachada;

III - Que o seu conteúdo esteja de acordo com as descrições prevista neste artigo;

IV - A iluminação será permitida, desde que não direcione luz diretamente para a rua, de modo a prejudicar a visibilidade de motoristas, pedestres, sinais de trânsito ou comprometer a segurança viária. A iluminação também não deve causar poluição luminosa ou incomodar edificações vizinhas;

V - Será de duração permanente quando sua instalação esteja vinculada à identificação do estabelecimento ou atividade exercida no local por um tamanho estimado de 2 m^2 ou conforme verificação. E de duração provisória por prazo máximo de até 30 (trinta) dias, quando a finalidade da instalação seja a divulgação de promoções, eventos, inaugurações ou campanhas sazonais.

§3º Os letreiros serão enquadrados no item 1 do anexo II.

CAPÍTULO VI

DO TOTEM

Art. 15. Totem é a estrutura vertical independente, geralmente fixada ao solo, contendo informação publicitária ou institucional, que pode ser:

I - Totem identificador (nome e logomarca da empresa);

II - Totem com painel digital embutido;

III - Totem com múltiplas empresas (condomínios empresariais).

§1º Para efeito do enquadramento nos valores das taxas constante Título V, todo o meio será cobrado como "totem", quando a publicidade associada conter:

I - Altura mínima de 2 metros e máxima de 6 metros;

II - Largura máxima: 1,5 metros;

III - Recuo mínimo do passeio: 1,5 metro;

IV - Material deve estar em estrutura metálica ou alumínio revestido;

V - Quando iluminado a instalação elétrica, deverá ser embutida em tubulação apropriada;

VI - Somente serão permitidos a instalação da peça, em frente ao imóvel da empresa ou comércio;

VII - Fica proibido instalar mais de um totem por fachada e o uso de totem móvel;

VIII - Fica proibida instalação de totem em calçadas com tamanho menor de 1,60 cm.

§2º Será de duração permanente quando sua instalação esteja vinculada à identificação do estabelecimento ou atividade exercida no local. E de duração provisória por prazo máximo de até 30 (trinta) dias, quando a finalidade da instalação seja a divulgação de promoções, eventos, inaugurações ou campanhas sazonais.

§3º Os totens serão enquadrados no item 20 do anexo II.

Art. 16. São estruturas temporárias infláveis com função promocional, utilizadas em campanhas de marketing e eventos especiais, que podem ser classificados como:

I - Inflável de solo (personagem ou produto);

II - Balão aéreo cativo (preso por cordas).

§1º Para fins de enquadramento nos valores das taxas constantes no Título V, todo meio será considerado como "infláveis e similares" quando a publicidade associada apresentar as seguintes características:

I - Sua utilização se restringir a eventos ocasionais, como inaugurações, exposições, lançamentos e similares;

II - Estar fixado por cabos de fibras sintéticas e isolantes elétricos;

III - Ter sua instalação realizada exclusivamente dentro da área do estabelecimento responsável;

IV - Ter altura máxima de até 3 (três) metros e largura proporcional, limitada a 3 (três) metros;

V - Ter duração provisória, limitada ao prazo máximo de 7 (sete) dias consecutivos, podendo ser prorrogada por igual período.

§2º É vedado a utilização de gás inflamável em qualquer das estruturas consideradas como "infláveis e similares".

§3º É terminantemente proibida sua instalação sobre calçadas, canteiros ou imóveis vizinhos, instalação próxima a fiações elétricas ou em áreas de ventos fortes.

§4º Os inflamáveis e similares serão enquadrados no item 12 do anexo II.

TÍTULO V

DAS TAXAS

Art. 17. Para fins de arrecadação, será adotado como base de cálculo a Unidade Fiscal Municipal (UFM), por metro quadrado (m^2), por unidade ou por espécie, e podem variar conforme periodicidade anual ou mensal.

Art. 18. A Taxa de Licença para Publicidade (TLP) será cobrada de acordo com a natureza, formato, local e meio de veiculação da publicidade, conforme os valores estabelecidos no Anexo II - (Tabela II do Anexo III do Código Tributário Municipal - Lei nº 3.377/2021).

§1º A cobrança incidirá sobre modalidades como:

I - Publicidade em anúncios, letreiros, placas indicativas, veículos, painéis, faixas, outdoors, mobiliário urbano, entre outros;

II - Publicidade sonora, audiovisual ou projetada em estabelecimentos diversos;

III - Publicidade conduzida por pessoas, distribuída por prospectos, ou fixada em bens públicos e privados;

IV - Publicidade afixada em fachadas, muros ou estruturas de estabelecimentos, conforme especificações técnicas constantes na tabela mencionada.

§2º O Anexo II - (Tabela II do Anexo III do Código Tributário Municipal - Lei nº 3.377/2021) poderá ser periodicamente atualizada por decreto, considerando a variação da UFM e as diretrizes da legislação tributária municipal.

TÍTULO VI

DAS RESTRIÇÕES À INSTALAÇÃO DE ESTRUTURA PUBLICITÁRIA

CAPÍTULO I

DA VEDAÇÃO

Art. 19. Fica vedada a instalação de qualquer das peças descritas no Título IV, nas seguintes hipóteses:

I - Que prejudiquem a visibilidade de sinais de trânsito;

II - A menos de 30 metros de escolas, hospitais e prédios públicos;

III - Sobre árvores, postes de iluminação e sinalização;

IV – Nas margens da PE-160 sem recuo mínimo de 20 metros. Alterado pela Emenda Modificativa 16/2025.

CAPÍTULO II

DA DISPENSA DE LICENÇA

Art. 20. Ficam dispensados de licença:

I - A denominação e numeração das edificações;

II - As placas obrigatórias instaladas em canteiros de obras, exigidas e regulamentadas pelas entidades governamentais e pelos conselhos e órgãos de classe, desde que contenham apenas o exigido pelas respectivas regulamentações;

III - O Poder Público Municipal, quando da divulgação de campanhas institucionais, informativas ou promocionais relativas às ações, obras, serviços e eventos realizados no âmbito do município.

IV - As divulgações internas nas lojas, escritórios, galpões ou centro comerciais, que não sejam visíveis a partir dos logradouros públicos;

V - A divulgação de produtos, stands ou equipamentos de venda no interior de estabelecimentos comerciais devidamente licenciados;

VI - Banner, faixa ou adesivo colado(s) no(s) vidro(s) de loja(s) voltado(s) para o logradouro público;

VII - As mensagens não iluminadas do tipo “vende-se”, “aluga-se”, “precisa-se de empregados” e similares, desde que exibidos no próprio local de exercício da atividade;

VIII - A divulgação de informações obrigatórias por lei ou normas decorrentes de órgãos públicos.

CAPÍTULO III

DAS PROIBIÇÕES EM ZONAS DE RESTRIÇÃO

Art. 21. Fica proibida, nas zonas de restrição do Município, a colocação dos seguintes meios de publicidade: outdoor, painel em suporte autoportante, infláveis e similares, e porta faixas.

§1º Serão consideradas zonas de restrição no Município de Santa Cruz do Capibaribe/PE:

I - Toda a extensão das avenidas 29 de dezembro, Padre Zuzinha e Cabo Otávio Aragão, em toda a área que compreende o bairro Centro;

II - Em todos os canteiros centrais das ruas e avenidas do Município, incluindo-se os locais de passeios públicos.

TÍTULO VII

DA REMOÇÃO E DESTINAÇÃO DE ESTRUTURA PUBLICITÁRIA IRREGULAR

Art. 22. A Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico, Inovação, Turismo e Agricultura poderá determinar a remoção imediata, às custas do responsável, nas seguintes hipóteses:

I - Quando instalada qualquer das peças descritas no Título IV, sem a devida licença;

II - Quando estiver em desconformidade com o projeto aprovado;

III - Quando contiver conteúdo ofensivo, discriminatório, ilícito ou que incite à violência;

IV - Quando exceder o prazo constante na licença concedida;

V - Quando a peça ou estrutura não estiver em bom estado de conservação.

§1º Os engenhos e demais meios de publicidade que forem encontrados sem a necessária licença ou em desacordo com as disposições desta Lei deverão ser retirados e apreendidos, sem prejuízo da aplicação das penalidades cabíveis ao responsável.

§2º Caso não seja solicitada sua devolução no prazo de 30 (trinta) dias após a retirada, o material poderá ser doado a instituições de caráter social ou destinado aos órgãos municipais de obras ou assistência social.

§3º A permanência do material apreendido sujeitará o responsável ao pagamento dos valores estipulados nesta Lei, correspondentes aos custos de remoção e armazenamento.

TÍTULO VIII

DAS INFRAÇÕES E PENALIDADES

Art. 23. As infrações classificam-se em:

I - Leves:

a) Causar poluição visual em desacordo com o disposto nesta Lei;

b) Deixar de apresentar o comprovante de pagamento da Taxa de Licença para Publicidade (TLP) no momento da fiscalização;

c) Instalar meio publicitário com pequenas divergências em relação ao projeto aprovado, sem comprometer a segurança ou a estética urbana.

II - Graves:

a) Instalar meios de publicidade sem a devida licença da Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico, Inovação, Turismo e Agricultura;

b) Alterar significativamente o projeto aprovado sem nova análise técnica;

c) Manter estrutura publicitária em condições precárias de conservação ou estabilidade;

d) Obstruir parcial ou totalmente calçadas, vias ou equipamentos públicos com estruturas publicitárias.

III - Gravíssimas:

a) Instalar estrutura publicitária em locais proibidos, como áreas de preservação permanente, margens da PE-160 sem recuo mínimo, escolas, hospitais, árvores ou postes;

b) Utilizar conteúdo ofensivo, discriminatório, ilícito ou que incite à violência;

c) Instalar estrutura com risco iminente à integridade física de pessoas ou bens públicos e privados;

d) Reinstalar estrutura removida anteriormente, sem nova licença.

§1º A reincidência, caracterizada pela repetição da mesma infração no prazo de 6 (seis) meses, implicará:

I - Aplicação de multa adicional conforme valores constantes no Anexo III;

II - Suspensão de novas autorizações por até 6 (seis) meses;

III - Cassação da licença vigente, em caso de terceira reincidência, com majoração de 50% (cinquenta por cento) do valor da última multa aplicada.

§2º As penalidades correspondentes a cada tipo de infração estão descritas no Anexo III e poderão ser aplicadas de forma individual ou cumulativa, a depender da gravidade da conduta, da reincidência, do dano causado e do descumprimento de notificações, nos termos do artigo anterior.

§3º Também será considerada infração passível de penalidade, de forma cumulativa às demais, a conduta do responsável que deixar de cumprir ordem da autoridade competente para retirada de peças ou estruturas publicitárias irregulares, removidas ou não, no prazo estabelecido em notificação ou auto de infração.

TÍTULO IX

DA RENOVAÇÃO, REVOGAÇÃO, CASSAÇÃO E ANULAÇÃO DA LICENÇA

CAPÍTULO I

DA RENOVAÇÃO

Art. 24. A licença para instalação de meio publicitário poderá ser renovada por igual período, mediante solicitação do interessado, desde que:

I - Seja realizado o pagamento da respectiva taxa de renovação;

II - Estejam atendidas todas as exigências previstas nesta Lei;

III - Não haja pendências administrativas ou legais associadas à licença anterior.

Parágrafo único. Para fins de renovação, será cobrado o valor correspondente a 100% (cem por cento) do valor original da licença anteriormente concedida.

CAPÍTULO II

DA REVOGAÇÃO, CASSAÇÃO E ANULAÇÃO

Art. 25. A licença poderá ser revogada, cassada ou anulada, nos seguintes casos:

I - Revogação:

a) Por motivo de interesse público, devidamente justificado por parecer técnico da autoridade competente;

b) Por solicitação do interessado, mediante requerimento formal, subscrito pelo proprietário do imóvel ou pela empresa de publicidade autorizada;

c) Pela não instalação do meio publicitário no prazo estabelecido na licença;

d) Pelo não pagamento da taxa de licença até a data do vencimento.

II - Cassação:

a) Quando houver descumprimento das disposições de que trata esta Lei e não forem sanadas as irregularidades no prazo estipulado pela Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico e Agricultura;

b) Quando for constatada a instalação da estrutura em local diverso do autorizado;

c) Quando forem identificadas irregularidades que comprometam a segurança, a legalidade ou a finalidade da autorização concedida.

III - Anulação:

a) Será anulada a licença quando comprovada qualquer ilegalidade ou vício no processo de sua expedição.

§1º Em caso de revogação da licença, o valor correspondente ao período não utilizado poderá ser deduzido do valor da taxa de nova licença solicitada pelo mesmo requerente, desde que para meio de divulgação semelhante.

§2º Nos casos de cassação ou anulação, não caberá qualquer indenização, ressarcimento ou devolução das taxas já pagas, ainda que parcial.

Art. 26. A liberação da licença, fiscalização e aplicação desta Lei, ficará a cargo da Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico, Inovação, Turismo e Agricultura podendo requisitar apoio da Guarda Civil Municipal e demais órgãos.

Art. 27. A Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico, Inovação, Turismo e Agricultura poderá expedir normas complementares para fiel execução desta Lei.

Art. 28. Os meios de publicidade já instalados terão o prazo de 60 (sessenta) dias para sua regularização, conforme previsão desta Lei.

Art. 29. Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação, revogando-se, em especial, a Lei nº 2.216/2013, bem como as disposições em contrário.

Gabinete do Prefeito, 02 de outubro de 2025.

HELIO LIMA ARAGAO FILHO:04999292416
Assinado de forma digital por HELIO LIMA ARAGAO FILHO:04999292416

HÉLIO LIMA ARAGÃO FILHO

PREFEITO DO MUNICÍPIO DE SANTA CRUZ DO CAPIBARIBE/PE

ANEXO I

DAS DEFINIÇÕES

TIPO	DEFINIÇÕES
Anúncio Indicativo	Aquele que indica e/ou identifica o próprio local, estabelecimento, propriedade ou serviços.
Anúncio Promocional	Aquele destinado à veiculação de publicidade, instalado fora do local onde se exerce a atividade.
Anúncio Institucional	Afixado pelo Poder Público, com finalidades culturais, educativas, ou informativas, com ou sem patrocínio, sem conteúdo eleitoral.
Anúncio Orientador	Transmite mensagens de orientação, como sinais de tráfego, alerta ou informação pública.
Anúncio Misto	Transmite mais de um tipo de mensagem (institucional, promocional, indicativa).
Veículo de Divulgação	Todo equipamento ou estrutura visível de vias públicas, usado para veicular mensagens publicitárias.
Mobiliário Urbano	Equipamentos urbanos de utilidade pública que podem conter mensagens publicitárias (ex.: abrigos de ônibus, placas de rua).
Outdoor	Estrutura de grande porte, com ou sem iluminação, destinada à veiculação de publicidade impressa ou lonada.
Painel	Superfície rígida ou eletrônica, com ou sem iluminação, para veiculação de mensagens visuais.
Faixa	Meio flexível de divulgação temporária, em lona ou tecido

Totem	Estrutura vertical autoportante com mensagens publicitárias ou identificadoras de empresas.
Letreiro	Identificação fixada diretamente na fachada de imóvel, contendo nome, logotipo ou marca.
Inflável ou Similares	Estrutura promocional de ar, com finalidade publicitária, fixada no solo ou suspensa.
Suporte Preexistente	Estrutura existente adaptada para uso publicitário.
Suporte Autoportante	Estrutura construída especificamente para publicidade, independente da edificação.
Publicidade Simples	Até 30 m^2, sem iluminação ou efeitos especiais.
Publicidade Especial	Acima de 30 m^2 ou com iluminação/equipamentos eletrônicos especiais.

ANEXO II

Nº	DESCRIÇÃO OU TIPO	ANO (UFM)	MÊS (UFM)
1	Publicidade através de anúncios, letreiros, placas indicativas de profissão, arte ou ofício, distintivos, emblemas e assemelhados, por m^2	0,60	0,05
2	Publicidade no interior ou exterior de veículos de uso público não destinados à publicidade como ramos de negócio, por publicidade:		
	- Interna	2,00	0,16
	- Externa	3,00	0,25
3	Publicidade sonora, por qualquer meio, por publicidade	8,00	1,50
4	Publicidade conduzida por pessoa, por unidade	5,00	—
5	Publicidade em prospecto, por espécie distribuída	10,00	—
6	Exposição de produtos ou propaganda feita em estabelecimentos de terceiros ou em locais de frequência pública, afixada na parte externa e interna, por espécie	2,40	0,20
7	Painel de grande porte sem iluminação (outdoor) por m^2	4,80	0,40
8	Publicidade em cinema, teatro, boate e similares, por meio de projeção de filmes ou dispositivo	6,00	1,00

9	Publicidade colocada em terrenos, campos de esportes, clubes, associações, qualquer que seja o sistema de colocação, desde que visíveis de quaisquer vias ou logradouros públicos, inclusive as rodovias, estradas e caminhos municipais, por m^2	0,90	0,15

Nº	DESCRIÇÃO OU TIPO	ANO (UFM)	MÊS (UFM)
10	Publicidade afixada na parte externa de estabelecimentos industriais, comerciais e prestação de serviços, por m^2	2,40	0,20
11	Publicidade através de "outdoor", por m^2	3,50	0,30
12	Publicidade em balões e similares por unidade	5,00	1,00
13	Peça instalada justaposta à fachada por m^2	1,20	0,10
14	Painel luminoso de grande porte (backlight/frontlight) por m^2	9,20	0,80
15	Placa luminosa em abrigo de ônibus e garagens por m^2	3,00	0,25
16	Placa de mídia eletrônica (painel luminoso animado) por m^2	8,00	0,60
17	Mobiliário urbano por m^2	4,80	0,40
18	Busdoor (vidro) por m^2	2,50	0,20
19	Peça instalada não justaposta à fachada por m^2	2,40	0,20
20	Painel luminoso de pequeno porte (outside) por m^2	3,60	0,30

Observação Complementar ao Anexo II:

Esta tabela corresponde integralmente à Tabela II do Anexo III da Lei nº 3.377/2021 – Código Tributário Municipal de Santa Cruz do Capibaribe/PE, e define os valores da Taxa de Licença para Propaganda e Publicidade (TLP) aplicáveis conforme o tipo, local, formato e periodicidade da veiculação.

Os valores estão expressos em Unidades Fiscais Municipais (UFM), podendo sofrer atualização conforme legislação vigente. Recomenda-se a consulta anual à Secretaria da Receita Municipal para verificação dos valores atualizados da UFM e da TLP correspondente.

ANEXO III

Tipo de Infração	Multa (UFM*)	Suspensão de licença	Cassação / Majoração	Aplicação Cumulativa
Leve	2 UFM	–	–	Não
Grave	5 UFM	Suspensão até 6 meses	–	Sim – cumulável com multa leve e advertência
Gravíssima	10 UFM	Suspensão até 6 meses	Cassação na 3ª reincidência +50% multa	Sim – cumulável com graves e leves
Pelo cometimento do previsto no §3º do artigo 23.	2 UFM	-	Multa adicional	Sim - Cumulável com graves e gravíssimas.

*** UFM = Unidade Fiscal do Município previsto na Lei nº 3.377/2021.**