

§ 2º O recurso será dirigido à autoridade superior, por intermédio da que praticou o ato recorrido, a qual poderá reconsiderar sua decisão ou fazê-lo prosseguir devidamente informado.

Art. 19. Durante a tramitação do processo é assegurado ao interessado:

I – fazer-se assistir, facultativamente, por advogado, salvo quando obrigatória à representação, por força da lei;

II – ler vistas dos autos e obter cópia dos documentos nele contidos;

III – ler ciência da tramitação do processo e das decisões nele proferidas, inclusive da respectiva motivação e das Opinas divergentes;

IV – formular alegações e apresentar documentos, que, juntados aos autos, serão apreciadas pelo órgão responsável pela apuração dos fatos.

Seção III

Da Instrução

Art. 20. Para a instrução do processo, a administração atuará de ofício, sem prejuízo do direito dos interessados de juntar documentos, requerer diligências e perícias.

Parágrafo único. Os atos de instrução que exijam a atuação do interessado devem realizar-se do modo menos oneroso para este.

Art. 21. Serão assegurados o contraditório e a ampla defesa, admitindo-se toda e qualquer forma de prova, salvo as obtidas por meios ilícitos.

Art. 22. Ao interessado e ao seu procurador é assegurado o direito de retirar os autos da repartição ou unidade administrativa, mediante a assinatura de recibo, durante o prazo para manifestação salvo na hipótese de prazo comum.

Art. 23. Quando for necessária a prestação de informações ou a apresentação de provas pelos interessados ou terceiros, estes serão intimados para esse fim, com antecedência mínima de 3 (três) dias úteis, mencionando-se data, prazo, forma e condições de atendimento.

Parágrafo único. Quando a intimação for feita ao denunciante para fornecimento de informações ou de documentos necessários à apreciação e apuração da denúncia, o não atendimento implicará o arquivamento do processo, se de outro o órgão responsável pelo processo não puder obter os dados solicitados.

Art. 24. Concluída a instrução, os interessados terão o prazo de 10 (dez) dias para manifestação pessoal ou por meio de advogado.

Seção IV

Da Decisão

Art. 25. O órgão responsável pela apuração de infração às normas desta lei deverá proferir a decisão que, conforme o caso, poderá determinar:

I – o arquivamento dos autos;

II – o encaminhamento dos autos aos órgãos competentes para apurar os ilícitos administrativos, civil e criminal, se for o caso;

III – a elaboração de sugestões para melhoria dos serviços públicos, correções de erros, omissões, desvios ou abusos na prestação dos serviços, prevenção e correção de atos e procedimentos incompatíveis com as normas desta lei, bem como proteção dos direitos dos usuários.

Capítulo IV

Das Sanções

Art. 26. A infração às normas desta lei sujeitará o servidor público, às sanções previstas na legislação vigente e nos regulamentos das entidades da administração indireta, sem prejuízo de outras de natureza administrativas, civil ou penal.

Parágrafo único. Para as entidades particulares delegatárias de serviço público, a qualquer título, as sanções aplicáveis são as previstas nos respectivos atos de delegação, com base na legislação vigente.

Capítulo V

Da Política Municipal de Defesa do Usuário de Serviços Públicos

Art. 27. A política municipal de proteção e defesa do usuário de serviços públicos deve assegurar:

I – canal de comunicação direto entre os prestadores de serviços e os usuários, a fim de aferir o grau de satisfação destes últimos e estimular a apresentação de sugestões;

II – serviços de informação para assegurar ao usuário o acompanhamento e fiscalização do serviço público;

III – serviços de educação do usuário, compreendendo a elaboração de manuais informativos dos seus direitos, dos procedimentos disponíveis para o seu exercício e dos órgãos e endereços para apresentação de queixas e sugestões;

IV – mecanismos alternativos e informais de solução de conflitos, inclusive contemplando formas de liquidação de obrigações decorrentes de danos na prestação de serviços públicos.

§ 1º Os dados colhidos pelo canal de comunicações serão utilizados na realimentação do programa de informações, com o objetivo de tornar os serviços mais próximos da expectativa dos usuários.

§ 2º A política municipal de proteção e defesa do usuário de serviços públicos promoverá:

I – a participação de associações e órgãos representativos de classes ou categorias profissionais para defesa dos associados;

II – a valorização dos agentes públicos, especialmente por meio da capacitação e treinamento adequados, da avaliação periódica do desempenho e do aperfeiçoamento da carreira;

III – o planejamento estratégico em prol da racionalização e melhoria dos serviços públicos;

IV – avaliação periódica dos serviços públicos prestados.

§ 3º A Administração Municipal divulgará, anualmente, a lista de órgãos e entidades prestadores de serviços públicos contra os quais houve reclamações em relação à sua eficiência, indicando, a seguir, os resultados dos respectivos processos.

Art. 28. Esta lei entra em vigor na data da publicação.

Prefeitura Municipal de Maricá, 28 de dezembro de 2006.

RICARDO JOSÉ QUEIROZ DA SILVA - PREFEITO

LEI COMPLEMENTAR Nº 153 DE 27 DE DEZEMBRO DE 2006.

Disciplina a veiculação de publicidade no Município de Maricá.

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

Capítulo I

DAS DISPOSIÇÕES GERAIS

Art. 1º A divulgação de mensagens, por qualquer meio, em logradouros públicos e em locais expostos ao público, somente será realizada em conformidade com as normas estabelecidas nesta lei complementar.

Art. 2º São diretrizes para o ordenamento da publicidade na paisagem do Município:

I – assegurar a compatibilidade entre os interesses individuais e os interesses da coletividade;

II – garantir condições de segurança e conforto de pedestres, veículos e edificações;

III – preservar valores paisagísticos, naturais, históricos e culturais da cidade;

IV – contribuir para o bem estar físico e mental da população;

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

Art. 3º Para fins desta lei complementar, entende-se por:

I – afastamento entre engenhos – medidas linear, em projeção horizontal, entre bordas laterais de dois engenhos;

II – agrupamento de engenhos – conjunto de dois ou mais engenhos do tipo outdoor ou painel, com afastamento máximo de 3,00m (três metros) entre engenhos contínuos;

III – altura do engenho – diferença entre as alturas máximas e mínimas do engenho;

IV – altura máxima do engenho – diferença entre a cota do ponto mais ao alto do engenho e a cota do meio fio que lhe é fronteiro;

V – altura mínima do engenho – diferença entre a cota do ponto mais baixo do engenho e a cota do meio fio que lhe é fronteiro;

VI – anúncio – qualquer manifestação que, por meio de palavras, imagens, efeitos luminosos ou sonoros, divulgue idéias, marcas, produtos ou serviços, identificando ou promovendo estabelecimentos, instituições, pessoais ou coisas, assim como oferta de benefícios;

VII – área de exposição – superfície disponível para a colocação do anúncio;

VIII – área do anúncio – área da superfície do menor paralelogramo que contém o anúncio;

IX – área total do anúncio – soma das áreas das superfícies que contém o (s) anúncios (s);

X – bus-door – todo tipo de veiculação de publicidade em carroceria de ônibus;

XI – empena cega – fachada(s) que não apresenta(m) vão(s) ou aberturas(s);

XII – envelopamento – mensagem veiculada em veículos através da pintura de toda a carroceria;

XIII – evento de curta duração – aquele com duração máxima de 10 (dez) dias;

XIV – galeria – espaço de livre acesso público, destinado à circulação de pedestres, em área externa ou interna das edificações;

XV – grafismo artístico – painel mural contendo ilustração art

XVI – local exposto ao público – qualquer área, construção ou edificação pública ou privada, onde sejam visualizados anúncios;

XVII – marca registrada – título, nome ou logomarca registrada no INPI – Instituto Nacional de Propriedade Industrial;

XVIII – meio – canal ou veículo utilizado para transmissão de uma mensagem;

XIX – mensagem – é o uso organizado de sinais que servem de suporte à comunicação, sendo transmitida através de anúncio;

XX – outdoor – é o engenho destinado a colagem de folhas de papel;

XXI – painel backlight – é o painel iluminado internamente, por trás da mensagem;

XXII – painel frontlight – é o painel iluminado externamente, pela frente da mensagem;

XXIII – publicidade ou propaganda – é qualquer forma de propagação de idéias, marcas, produtos, mercadorias ou serviços;

XXIV – quadro – superfície disponível para a colocação de anúncios;

XXV – totem – peça especial, monolítica em sua aparência, destinada exclusivamente à identificação do estabelecimento ou do produto através da sua logomarca;

XXVI – triface – painel composto de um conjunto de primas (triedros), que giram em torno de seus eixos longitudinais, formando três mensagens distintas e em seqüência.

Art. 4º Para cumprimento das diretrizes estabelecidas no artigo 2º desta Lei, fica proibida a colocação de qualquer meio ou exibição de anúncio, seja qual for sua finalidade, forma ou composição nos seguintes casos:

I – quando deprecie e paisagem urbana e/ ou natural ou prejudique direitos de terceiros;

II – em inscrições, pintura ou colagem na pavimentação das ruas, meio-fio e calçadas, muros, colunas e postes da rede elétrica, cais, balaustradas e muralhas, exceto nas situações previstas nesta lei complementar;

III – quando prejudique a iluminação ou a ventilação da edificação em que estiver instalado ou das edificações vizinhas;

IV – quando, devido às suas dimensões, formas, cores, luminosidade ou por qualquer outro motivo, prejudique a perfeita visibilidade e compreensão dos sinais de trânsito e de combate a incêndio, a numeração imobiliária, a denominação dos logradouros e outras mensagens destinadas à orientação do público;

V – nas partes internas e externas de cemitérios, exceto o letreiro identificador;

VI – nas margens de rios, lagoas e praias;

VII – em posição que venha obstruir a visualização de engenhos já existentes;

VIII – anúncios explorados por empresas de publicidade nas áreas comuns de grupos de lojas, centros comerciais e shopping center;

IX – nos muros frontais com altura inferior a 3 (três) metros, mesmos para fixação de faixas provisórias ou pintura;

X – nos postes da rede de iluminação pública e em árvores;

XI – nas Zonas de Proteção Integral, Zonas de Preservação da Vida Silvestre e Áreas de Preservação Permanente.

Art. 5º Os meios publicitários caracterizam-se segundo a mensagem, o suporte, a duração, a apresentação, a mobilidade, a animação e a complexidade.

Art. 6º A mensagem pode ser:

I – identificadora aquela que indica o nome e/ ou a atividade principal exercida no local de funcionamento do estabelecimento;

II – publicitária – aquela que divulga exclusivamente propaganda;

III – indicativa ou orientadora – aquela que contém orientações ou serviços das instituições públicas ou privadas, podendo ser indicadores de logradouros, direção de bairros, parada de coletivos, hora e temperatura, localização de estabelecimento e outros;

IV – institucional – aquela que transmite informações do poder público, organismos culturais, entidades beneficentes e similares, sem finalidade comercial;

V – mista – aquela que transmite mensagem orientadora, institucional ou identificadora associada à mensagem publicitária.

Art. 7º O suporte pode ser:

I – preexistente – são as superfícies existentes que podem ser utilizadas com a função de sustentação dos anúncios;

II – autportante – são estruturas autônomas, construídas especialmente para sustentação dos anúncios.

Art. 8º A apresentação é a característica que diz respeito ao aspecto como a mensagem é mostrada:

I – não iluminado – meio que não dispõe de qualquer fonte de iluminação;

II – luminoso – meio dotado de iluminação a partir de fonte própria (interna);

III – iluminado – meio dotado de iluminação a partir de fonte externa ou projetada.

Art. 9º A mobilidade é a característica que se relaciona com o deslocamento:

I – fixo – meio que não pode ser deslocado;

II – móvel – meio que pode ser deslocado em bases móveis.

Art. 10. A animação é a característica relativa à movimentação de mensagens:

I – estático – meio cujas mensagens não são dotadas de qualquer movimento;

II – dinâmico – meio que apresenta alguma forma de movimento mecânico, elétrico, eletrônico, eólico ou hidráulico.

Art. 11. A complexidade diz respeito às características técnico-funcionais dos meios:

I – simples – meio de menor complexidade técnico-funcional;

II – especial – meio de maior complexidade técnico-funcional, apresentando uma das seguintes características:

a) disponha de área de exposição por face superior a 50,00m² (cinquenta metros quadrados);

b) possua dispositivos mecânicos, elétricos, eletrônicos, eólicos ou hidráulicos, com exceção de iluminação;

c) utilize gás no seu interior;

d) possua acréscimos laterais, frontais ou com animação dinâmica durante o período de exibição do anúncio;

e) esteja instalado em cobertura, telhado ou em empena cega.

Capítulo II

DAS CONDIÇÕES GERAIS

Art. 12. Não é permitido o uso de publicidade nas fachadas das edificações coletivas estritamente residenciais, salvo em empenas cegas.

Art. 13. Quando, num único imóvel, existir mais de um engenho, estes devem estar agrupados de modo a constituir harmonioso e, para tanto, deve haver concordância em suas faces superiores.

Art. 14. O pedido de exibição de publicidade em cobertura, telhado ou empena cega deve ser instruído com fotografias do local em tamanho 13 x 18cm (treze por dezoito centímetros), além do projeto do engenho que deve ser assinado por profissional responsável, engenheiro ou arquiteto, pela sua colocação e segurança.

§ 1º Nas edificações residenciais coletivas ou mistas a exibição desse tipo de publicidade depende de autorização do respectivo condomínio, na forma da lei, registrada no Cartório de Títulos e Documentos.

§ 2º Os engenhos publicitários de que trata o caput deste artigo sujeitam-se à análise especial.

§ 3º Na empena cega só é permitido um único anúncio, que não pode ultrapassar os limites da mesma e deve estar instalado sempre no mesmo plano da empena e sua projeção horizontal não devendo ultrapassar o limite de 0,20 (vinte centímetros).

Art. 15. Para instalação de engenho em Zonas de Conservação da Vida Silvestre, em Zonas de Restrição à Ocupação, em Unidades de Conservação e em Áreas de Especial Interesse Ambiental deverá ser consultada a Superintendência de Meio Ambiente.

Art. 16. Para instalação de engenho nas proximidades de bens tombados deverá ser consultada a Secretaria Municipal de Cultura.

Capítulo III

DOS ENGENHOS PUBLICITÁRIOS

Art. 17. Outdoor é o engenho publicitário que pode divulgar mensagens publicitárias, institucionais ou mistas, constituído de materiais duráveis, com dimensões padronizadas de três metros de altura por nove metros de comprimento, destinado à colagem de cartazes substituíveis em folhas de papel, devendo observar as seguintes características:

I – deve dispor de molduras retas, sem recortes, cantos em meia esquadria, com largura de 0,16m (dezesseis centímetros) a 0,20m (vinte centímetros), pintada na cor característica de cada empresa;

II – deve dispor de altura máxima do engenho de 6,50m (seis metros e cinquenta centímetros) em relação à cota de implantação, salvo nos terrenos em declive, quando a altura máxima do engenho deve ser medida em relação ao meio fio que lhe for fronteiro;

III – todo e qualquer outdoor deve conter, obrigatoriamente, a identificação da empresa exibidora, bem como o número do processo que originou a licença, em letras de 0,11m (onze centímetros) de altura na cor preta na tipologia Helvética ou similar (letra sem serifa ou fantasiosa), em fundo branco, aplicado na parte superior da moldura, sempre voltado para a via;

IV – ao longo das estradas municipais, estaduais e federais, admite-se o agrupamento de engenhos, composto de no máximo 2 (duas) unidades, sendo que o afastamento entre agrupamentos e/ou entre engenhos do tipo outdoor/painel não pode ser inferior a 100,00m (cem metros);

V – ao longo das demais vias, admite-se o agrupamento de engenhos, composto de, no máximo 4 (quatro) unidades, sendo que o afastamento entre agrupamentos ou engenhos deve ser de:

a) para agrupamentos compostos de 3 (três) ou 4 (quatro) unidades, afastamento mínimo de 100,00m (cem metros) para agrupamentos ou engenhos;

b) para engenho isolado ou agrupamentos de 2 (duas) unidades, afastamento mínimo de 50,00m (cinquenta metros) para outro agrupamento de 2 (duas) unidades ou outro engenho isolado.

Parágrafo único. No prazo de 365 (trezentos e sessenta e cinco dias), contados a partir da publicação desta Lei, o engenho publicitário que este artigo menciona deverá contar com estrutura de sustentação exclusivamente metálica.

Art. 18. Painel é o engenho publicitário que pode divulgar mensagens identificadoras, publicitárias, institucionais ou mistas, com superfícies regulares ou não, afixados em estruturas autoportantes.

§ 1º Os painéis podem ser do tipo simples pintado ou lona, luminoso (backlight), iluminado (frontlight), trífase, eletrônico publicitário dinâmico.

§ 2º Quando o painel for luminoso ou iluminado, toda a instalação elétrica interna deve ser embutida em tubulação apropriada e a externa no padrão da concessionária de energia elétrica.

§ 3º O engenho do tipo painel deve dispor de:

I – Nas instalações com até 50,00 (cinquenta metros) de distância do eixo da via:

a) altura máxima do engenho de 6,50m (seis metros e cinquenta centímetros), com área total do anúncio máximo de 50,00m² (cinquenta metros quadrados) para painéis de estrutura com vários pontos de apoio;

b) altura máxima do engenho de 10,00m (dez metros), com área total do anúncio máxima de 25,00m² (vinte e cinco metros quadrados), para painéis apoiados em estrutura constituída em um único tubo.

II – nas instalações com mais de 50,00m (cinquenta metros) do eixo da via, para efeito de visualização, parâmetros como altura máxima do engenho, número máximo de unidade por agrupamento e área total do anúncio pode ser alterado, devendo sofrer análise especial.

III – todo painel, exceto aqueles com mensagens estritamente identificadoras, deve conter, obrigatoriamente, a identificação da empresa exibidora, bem como o número do processo que originou a licença, em letras de 0,11m (onze metros) de altura, na cor preta em tipologia Helvética ou similar (letra sem serifa ou fantasiosa), em fundo branco aplicado numa faixa de no mínimo 0,20 cm (vinte centímetros) de altura imediatamente abaixo da área de exposição do anúncio, sempre voltado para a via.

Art. 19. Ao painel eletrônico publicitário dinâmico, enquadrado, conforme o artigo 12, como especial à complexidade aplicam-se as normas estabelecidas nos artigos anteriores desta seção e sujeitam-se à análise especial.

Art. 20. Fica proibida a instalação de engenhos publicitários em forma de outdoor e painel em terrenos e praças ao longo dos seguintes logradouros:

I – Praça Conselheiro Macedo Soares;

II – Praça Orlando de Barros Pimentel;

III – Av. Roberto Silveira.

V – parte – Terminal Rodoviário Jacintho Luiz Caetano.

Art. 21. Em terrenos privados, edificados ou não, a projeção do engenho do tipo outdoor e painel deve respeitar o alinhamento adotado para a construção, se existente, nos lotes contíguos.

Art. 22. Os engenhos do tipo outdoor ou painel deverão ser conservados em boas condições, preservados os aspectos estéticos e de segurança, devendo ser mantido fundo branco quando não houver mensagem anunciada.

Art. 23. Os responsáveis pela instalação de engenhos do tipo outdoor ou painel ficam obrigados a manter em perfeito estado de limpeza e conservação, nos limites do terreno, enquanto durar a permissão, a área definida por uma distante 4,00m (quatro metros) de cada extremidade do engenho e pela faixa entre esta área e o alinhamento de testada do imóvel.

Art. 24. Os responsáveis pelos engenhos publicitários reservarão 20% (vinte por cento) do número total do licenciamento concedido a cada empresa, para exibição de propaganda de caráter cívico, assistencial, educacional, científico, turístico ou cultural, a ser promovido pela administração pública municipal.

Parágrafo único. A solicitação da administração pública municipal deverá ser encaminhada aos responsáveis com antecedência mínima de 15 (quinze) dias.

Art. 25. Letreiro é o engenho basicamente de mensagem identificadora do estabelecimento, podendo também se apresentar com mensagens mista.

Art. 26. Os letreiros são permitidos nas fachadas das edificações e sobre e sob as marquises, respeitadas as restrições nas áreas onde houver legislação específica e observadas as seguintes condições:

I – nos letreiros enquadrados como mistos, a publicidade associada ao nome do estabelecimento não pode ultrapassar 1/3 (um terço) da área do anúncio e deve se referir exclusivamente aos produtos e serviços correlatos com a atividade principal do estabelecimento.

II – letreiro apoiado sobre marquise não pode ultrapassar o comprimento desta e deve respeitar a altura do engenho ao limite de até 2,00m (dois metros), de acordo com a localidade.

III – nenhum letreiro com projeção horizontal superior a 0,20m (vinte centímetros) pode fixar-se em altura inferior a 2,50m (dois metros e cinquenta centímetros) em relação ao nível do passeio.

IV – o ponto máximo de afastamento da projeção horizontal dos letreiros colocados de forma inclinada ou perpendicular ao plano da fachada é de 1,50m (um metro e cinquenta centímetros), não podendo, entretanto, ultrapassar a largura da marquise, devendo manter uma distância de, no mínimo, 0,60cm (sessenta centímetros) do meio fio.

V – nas edificações comerciais/mistas coletivas cada anúncio não pode exceder em área a superfície da fachada de cada unidade comercial.

VI – no interior de galerias, tanto públicas quanto privadas, os letreiros nas fachadas devem estar afixadas na posição paralela a estas, vedada a fixação de engenhos publicitários no teto, exceto quando regulamentado em projeto especial

VII – os tetos utilizados como letreiros devem ter a projeção horizontal contida em um círculo de 1,20m (um metro e vinte centímetros) de diâmetro.

VIII – é vedada a pintura de letreiros nas portas de estabelecimento comerciais.

IX – a exibição de letreiros em toldos será restrita ao nome, telefone, logotipo e atividade principal do estabelecimento e a área total do anúncio não poderá ser superior a 10% (dez por cento) da área do toldo.

Art. 27. Nos grandes Centros Comerciais (Shopping Center), os suportes correspondentes às fachadas ficam restritos à identificação do empreendimento Shopping Center e dos estabelecimentos neles contidos, admitindo-se a colocação de mais de um engenho publicitário.

Parágrafo único. Painel ou totem pode ser utilizado exclusivamente para a identificação do empreendimento, com a logomarca do Shopping Center.

Art. 28. Para Postos de Abastecimento, Revendas e Concessionárias de Veículos, o letreiro instalado em suporte autoportante do tipo bandeira ou totem, deve conter exclusivamente a logomarca identificadora do estabelecimento ou do produto e sua instalação deve respeitar o alinhamento de testada enquanto que os demais letreiros, inclusive os obrigatórios por lei, devem respeitar o alinhamento de construção.

Parágrafo único. Para as lojas de conveniência, aplicam-se os dispositivos desta lei complementar, referentes à letreiros afixados em estabelecimentos comerciais.

Art. 29. Supermercados, lojas de materiais de construção e similares só podem usar os letreiros na fachada principal para mensagem identificadora.

Parágrafo único. Admite-se o letreiro misto com posicionamento restrito à área de projeção da cobertura.

Capítulo IV

DOS ANÚNCIOS EM IMÓVEIS EM CONSTRUÇÃO

Art. 30. São considerados anúncios, para efeito de licença e taxação, aqueles veiculados nos imóveis em construção, excluídos os obrigatórios por legislação federal, estadual ou municipal.

§ 1º São permitidos engenhos simples ou luminosos estáticos, afixados ou pintados no tapume, em toda sua extensão, sem projetar-se sobre o passeio, exceto nos casos de empachamento autorizado, somente permitidas mensagens que mencionam o empreendimento imobiliário, local e pessoas físicas ou jurídicas a ele diretamente vinculados.

§ 2º Os anúncios devem respeitar a altura máxima do engenho de 10,00m (dez metros) a contar do nível do meio fio.

§ 3º Após a retirada do tapume, pode ser autorizada a colocação de um painel simples com área máxima de 30,00m² (trinta metros quadrados) com altura máxima do engenho de 10,00m (dez metros) referente ao empreendimento realizado no local.

§ 4º Uma vez concedido o aceite de obras, a autorização para exibir ou manter o painel pode ser estendida até o prazo máximo de 1 (um) ano após a concessão do aceite.

Capítulo V

DOS ANÚNCIOS EM MOBILIÁRIO URBANO

Art. 31. O mobiliário urbano nos quais é permitida a utilização para veiculação de mensagem publicitária são:

- I – conjunto identificador de logradouro (poste de esquina);
- II – relógio/ termômetro;
- III – gradil de proteção e orientação;
- IV – protetor de árvore;
- V – abrigo de parada de coletivo;
- VI – lixeiras;
- VII – orientadores de localização de estabelecimentos públicos ou privados;
- VIII – outros definidos por portaria da Secretaria de Urbanismo e Controle Urbano.

Art. 32. As mensagens veiculadas nos meios de que trata o artigo anterior podem ser do tipo publicitária, institucional orientadora ou mista, devendo observar as seguintes condições:

I – postes de rede elétrica só podem veicular mensagens orientadoras ou indicativas a critério exclusivo da municipalidade,

II – a autorização para a instalação de publicidade em gradil depende de parecer favorável da entidade de Engenharia de Tráfego do Município.

Capítulo VI

DOS ANÚNCIOS EM BANCA DE JORNAL

Art. 33. Nas bancas de jornais e revistas serão permitidas as seguintes formas de publicidades:

I – a publicidade de jornais, revistas e demais periódicos comercializados, não devendo o seu tamanho exceder o de uma página de cada publicação e, somente, ser exposta nas vitrines;

II – a instalação na cobertura de um engenho luminoso com as seguintes características:

- a) o número de faces corresponderá ao número de lados da cobertura;
- b) o comprimento total das faces externas corresponderá ao perímetro da cobertura;
- c) espessura máxima de 0,30m (trinta centímetros);
- d) altura máxima de 0,40m (quarenta centímetros)
- e) a instalação de painéis, luminosos ou não, na face posterior, com altura e comprimento não superiores aos desta e espessura máxima de 0,10m (dez centímetros),

III – a instalação de painéis publicitários na fachada posterior da banca, dentro dos limites desta e com espessura máxima de 0,30m (três centímetros).

Capítulo VII

DOS ANÚNCIOS EM VEÍCULOS

Art. 34. Somente é permitida a utilização para a veiculação de mensagens em:

I – caminhão, caminhonete, reboque e similares e veículos leves;

II – táxis;

III – ônibus;

IV – embarcações;

V – aviões.

Art. 35. Nos veículos tipo caminhão, caminhonete, reboque e similares e veículos leves o anúncio só pode ser instalado no espaço correspondente à carroceria.

Parágrafo único. Películas auto-adesivas, pinturas ou quadros só podem ser utilizados com no máximo 0,03m (três centímetros) de espessura.

Art. 36. Nos veículos utilizados como táxi fica proibido o anúncio em qualquer parte da carroceria.

§ 1º Na carroceria só são permitidos a pintura oficial do táxi e o número/marca identificadora da empresa nas dimensões máximas de 0,50m x 0,25m (cinquenta centímetros por vinte e cinco centímetros).

§ 2º Nos vidros a colocação de película não refletiva deve atender às normas do CONTRAN e da Lei Municipal 1806/2000.

§ 3º A veiculação do anúncio deve ser efetuada em elemento próprio, instalado exclusivamente no teto do veículo, atendendo às normas do CONTRAN.

Art. 37. Ao ônibus é permitida a veiculação de mensagens publicitárias através de película não refletiva no vidro traseiro que deve atender às normas do CONTRAN.

Parágrafo único. Cartazes no interior dos coletivos só são permitidos aqueles contendo mensagens institucionais autorizados diretamente pelo Secretário de Urbanismo e Controle Urbano.

Art. 38. A publicidade em embarcações marítimas e faixas rebocadas por avião, enquadradas como meios extraordinários, sujeita-se à análise especial.

Art. 39. O envelopamento é permitido para todos os veículos, com exceção dos ônibus das concessionárias de transportes urbanos municipal e dos táxis.

Capítulo VIII

DA DISTRIBUIÇÃO DE PROSPECTOS E FOLHETOS DE PROPAGANDA

Art. 40. A veiculação de propaganda através de distribuição de prospectos, folhetos, sacos plásticos e outros impressos, será autorizada por um período determinado e em locais preestabelecidos.

§ 1º Para a distribuição de prospectos e/ou folhetos serão exigidas as seguintes informações:

- I – localização dos pontos de distribuição;
- II – nome, endereço e idade das pessoas que atuarão nestes locais;
- III – tiragem do material que será distribuído.

§ 2º É vedada a participação de menores de quatorze anos na distribuição de anúncios.

Capítulo IX

DAS AUTORIZAÇÕES

Art. 41. A colocação de quaisquer anúncios e engenhos publicitários, ainda que localizados em áreas de domínio privado, fica sujeita à aprovação pela Secretaria de Urbanismo e Meio Ambiente ao pagamento de taxa que será calculada de acordo com o Código Tributário do Município.

Art. 42. A autorização para a instalação de engenhos do tipo outdoor ou painel publicitário será concedida quando requerida por pessoa jurídica e explorada por empresa de publicidade cadastrada na Secretaria Municipal de Fazenda.

Art. 43. A autorização para a instalação de engenhos permanentes será concedida pelo prazo máximo de 1 (um) ano, findando no mês de dezembro de cada exercício, permitindo o cálculo em duodécimo e a renovação deverá ser requerida anualmente, devendo ser paga até o último dia útil do mês de abril.

Art. 44. A solicitação de autorização para instalação de engenhos e de outros meios deverá ser instruída com os seguintes documentos:

I – requerimento ao Prefeito Municipal devidamente preenchido e com a comprovação do pagamento da taxa de expediente através da autenticação mecânica bancária;

II – cópia do Alvará de Localização;

III – cópia da licença de obras do empreendimento quando se tratar de instalação em canteiro de obras;

IV – em áreas comuns de edifícios, deverá ser apresentada autorização dos proprietários ou dos condomínios, nos termos definidos na conservação do condomínio;

V – comprovante de pagamento do IPTU do exercício;

VI – 2 (duas) cópias do projeto em formato padrão da Secretaria de Urbanismo e Meio Ambiente, com planta de situação ou localização, planta baixa e corte, croqui do engenho com suas cotas, descrição e, quando se tratar de letreiro, o teor da mensagem;

VII – para letreiro em centros comerciais ou grupo de lojas em um mesmo imóvel será exigida fotografia em tamanho 13cm x 18cm (treze por dezoito centímetros) da fachada de todo o prédio, para visualização dos letreiros vizinhos;

VIII – em veículos de transporte coletivo, deverá ser apresentado Termo de Permissão da Secretaria de Segurança e o número de veículos a serem utilizados, anúncio e comprovante de cadastro na Secretaria Municipal de Fazenda para os engenhos do tipo painel e outdoor;

IX – para o pedido de instalação de engenhos e outros meios enquadrados como especial aplicam-se, no que couber, as exigências do artigo 14 desta lei complementar e poderão ser exigidos pareceres técnicos dos órgãos públicos competentes, quando for o caso, como Aeronáutica, Marinha, Serla, DNER dentre outros solicitados pela Secretaria de Urbanismo e Meio Ambiente e termo de compromisso para manutenção.

Art. 45. O requerimento de renovação será protocolizado na SMUMA, instruído com os seguintes documentos:

I – requerimento com a taxa de expediente paga e comprovada com a autenticação mecânica bancária;

II – cópia da guia de recolhimento do ano anterior, relativa ao (s) pagamento (s) da (s) Taxas (s) de Publicidade ou da (s) Taxa (s) de Serviços Diversos (vistoria);

III – cópia do projeto aprovado quando se tratar de letreiros;

IV – relação dos anúncios dos processos que originaram as aprovações de cada engenho, quando se tratar de engenhos publicitários.

Art. 46. Os pedidos de licença, de outdoor e painel, após o pagamento dos tributos devidos na SMF, retornarão à Secretaria de Urbanismo e Meio Ambiente para verificação, no local, se o engenho foi colocado de acordo com as especificações constantes da planta aprovada.

Art. 47. Qualquer alteração nas características físicas dos engenhos, a sua substituição por outro, mudança de local de instalação assim como a transferência de proprietário a qualquer título, implicará sempre nova autorização.

Parágrafo único. A retirada e colocação de papéis colados nos outdoors, bem como a substituição das mensagens nos painéis, não estão sujeitas à exigência prevista no caput deste artigo.

Art. 48. Independem de aprovação e autorização, os seguintes anúncios:

I – provisórios indicativos do tipo: Precisa-se de empregados, Vende-se, Aluga-se, Aulas Particulares, Matrículas Abertas e similares, desde que exibidos no próprio local de exercício da atividade e não ultrapassem a área do anúncio de 0,25m² (vinte e cinco centímetros quadrados);

II – os anúncios em vitrines e mostruários, excetuando-se aqueles aplicados diretamente nos vidros;

III – painéis orientadores, tais como as placas de sinalização viária e de trânsito, turística e outras placas indicativas consideradas como de interesse público pela municipalidade.

Art. 49. A renovação da licença deverá ser feita, mediante solicitação, pelo prazo de um ano, com o pagamento da taxa anual até a data do vencimento.

Art. 50. A autorização para a instalação de engenho e outros meios será cancelada, anulada ou cassada, nos seguintes casos:

I – não instalado no prazo estabelecido;

II – quando for constatada sua instalação fora do local previamente autorizado;

III – pelo não pagamento da taxa de autorização, até a data do vencimento;

IV – por infringência a qualquer disposição desta lei complementar.

Art. 51. Todo e qualquer engenho publicitário, colocado sem a devida autorização, será incontinentemente retirado e recolhido ao Depósito Público, não cabendo nenhuma indenização ao responsável, que arcará com o pagamento das custas de remoção.

Capítulo X

DAS DISPOSIÇÕES GERAIS E TRANSITÓRIAS

Art. 52. Compete à Secretaria de Urbanismo e Meio Ambiente a aplicação das normas constantes do presente lei complementar, podendo o seu título baixar normas e rotinas complementares.

Art. 53. Em todos os anúncios veiculados por terceiros devem constar de forma facilmente visível o nome da empresa publicitária e o número do processo que originou a licença.

Art. 54. Desde que não veiculem mensagem publicitária, os anúncios obrigatórios por legislação federal, estadual ou municipal não se incluem nas disposições deste Regulamento e independem de autorização.

Art. 55. Os responsáveis pelos engenhos dos tipos outdoor e painéis terão, a contar da publicação desta lei complementar, o prazo de 90 (noventa) dias para promoverem junto a Secretaria de Urbanismo a revisão das autorizações anteriormente concedidas, mediante formalização de processo.

Art. 56. Os casos omissos serão submetidos à análise especial da Secretaria de Urbanismo e Controle Urbano.

Art. 57. Esta lei complementar entra em vigor na data da sua publicação.

Município de Maricá, Estado do Rio de Janeiro, 27 de dezembro de 2006.

RICARDO JOSÉ QUEIROZ DA SILVA - PREFEITO