**Mensagem n. Florianópolis, de julho de 2013.**

Excelentíssimo Senhor Presidente, Excelentíssimos Senhores Vereadores,

No uso das atribuições que me confere a Lei Orgânica do Município de Florianópolis, tenho a honra de submeter à elevada consideração, análise e decisão de Vossas Excelências, o Projeto de Lei em anexo, que “**DISPÕE SOBRE A ORDENAÇÃO DOS ELEMENTOS QUE COMPÕEM A PAISAGEM CONSTRUÍDA E NATURAL DO MUNICÍPIO DE FLORIANÓPOLIS E DÁ OUTRAS PROVIDÊNCIAS**” que visa ordenar os anúncios que compõem a paisagem urbana do Município de Florianópolis.

O meio-ambiente urbano e natural vem sendo degradado pela profusão de imagens e cores decorrentes da exposição de placas, setas, outdoors, backlines, frontlines, faixas e marcas de produtos de diferentes suportes. A chamada poluição visual não afeta apenas a paisagem urbana e natural, como também a saúde de sua população. Uma das formas de combatê-la é através de limitações administrativas, que têm por fundamento a função social da propriedade, a defesa do meio ambiente e do consumidor.

Nesse sentido, a Cidade de Florianópolis, configurada por sua parte continental e insular, tem seu caráter constituído por um importante patrimônio natural e cultural. Dunas, montanhas, praias, enseadas e mangues formam um conjunto paisagístico de inigualável valor estético e ambiental, um legado que além de ser preservado, deve ser qualificado por meio de intervenções que valorizem e a potencialize como conjunto.

Todo este legado paisagístico, embora monumental pela diversidade que apresenta, constitui um sistema frágil por sua escala intimista. Neste conjunto de cenários, qualquer intervenção deve ser cuidadosamente pensada para não provocar ruídos visuais que possam comprometer o equilíbrio existente. O tema da paisagem, em todo seu campo expandido, incluída a paisagem sonora, tem servido de instrumento para diretrizes do planejamento urbano sensível e, em diversas partes do mundo tem surgido Leis de Paisagem que buscam dar conta de uma gestão paisagística do Espaço Natural e Construído.

Outro tema relevante a ser considerado, para a apresentação deste projeto de lei, diz respeito ao direito a paisagem, um direito do cidadão como constituidor do lugar. Dentro da premissa da paisagem como patrimônio cidadão, cabe ao poder público o resguardar e a preservação da integridade, evitando uma apropriação de forma indevida e especulativa. A paisagem é um direito do cidadão, possuidora de valor patrimonial e, portanto deve ser resguardada pelo poder público como bem cultural.

O presente projeto de lei vai ao encontro das diretrizes da Constituição Federal, uma vez que a estética urbana deve ser fruto da compatibilização de direitos individuais e do interesse público, pois a Carta Maior garante a todos, em seu art. 225, o direito ao meio ambiente ecologicamente equilibrado, e impõe ao Poder Público a incumbência de "controlar a produção, a comercialização e o emprego de técnicas, métodos e substâncias que comportem risco para a vida, a qualidade de vida e o meio ambiente" (inciso V).

A Lei de Política Nacional do Meio Ambiente - Lei 6.938/81 – em seu art. 3°, III, alínea “d”, insere a noção de estética e define poluição como "a degradação da qualidade ambiental resultante de atividades que direita ou indiretamente: a) prejudiquem a saúde, a segurança e o bem–estar da população; b) criem condições adversas às atividades sociais e econômicas; c) afetem desfavoravelmente ao ecossistema; d) afetem as condições estéticas ou sanitárias do meio ambiente; e) lancem matérias ou energias em desacordo com os padrões ambientais estabelecidos".

O Estatuto da Cidade (Lei nº 10.257/01) deu ênfase ao planejamento municipal, em especial quanto ao equilíbrio ambiental, para que a Cidade possa oferecer condições de vida saudável e bem estar dos munícipes, estabelecendo como objetivo da política urbana a ordenação do pleno desenvolvimento das funções sociais da cidade e da propriedade urbana, e trazendo, dentre as diretrizes gerais, a ordenação e controle do uso do solo, de forma a evitar a deterioração das áreas urbanizadas e a poluição e a degradação ambiental. (art. 2º, inc. VI, alíneas "f" e "g").

Portanto, senhor presidente e nobres edis, pela importância do incluso projeto, por estarmos certos dos objetivos que permearam a elaboração da presente Propositura, esperamos tenha a matéria a indispensável aprovação dessa Casa de Leis.

É a justificativa.

Respeitosamente,

CÉSAR SOUZA JÚNIOR

**PREFEITO MUNICIPAL**

**PROJETO DE LEI N.º**

**DISPÕE SOBRE A ORDENAÇÃO DOS ELEMENTOS QUE COMPÕEM A PAISAGEM CONSTRUÍDA E NATURAL DO MUNICÍPIO DE FLORIANÓPOLIS E DÁ OUTRAS PROVIDÊNCIAS.**

**O PREFEITO MUNICIPAL DE FLORIANÓPOLIS**, faz saber a todos os habitantes deste Município que a Câmara Municipal aprova e eu sanciono a seguinte Lei Complementar:

**CAPÍTULO I**

**DOS OBJETIVOS, DIRETRIZES, ESTRATÉGIAS E DEFINIÇÕES**

**Art. 1º** Esta lei dispõe sobre a ordenação dos elementos que compõem a paisagem construída e natural, visíveis a partir de logradouros públicos, trilhas e caminhos no território do Município de Florianópolis.

**Art. 2º** Para fins de aplicação desta lei considera-se paisagem construída o espaço aéreo e a superfície externa de qualquer elemento da paisagem natural alterado pelo homem, tais como edifícios, anteparos, superfícies aparentes de equipamentos de infraestrutura de segurança e de veículos automotores, anúncios de qualquer natureza, elementos de sinalização urbana, equipamentos de informação e comodidade pública e logradouros públicos, visíveis por qualquer observador situado em áreas de uso comum do povo.

**Art. 3º** Constituem objetivos da ordenação da paisagem do Município de Florianópolis o atendimento ao interesse público em consonância com os direitos fundamentais da pessoa humana e as necessidades de conforto ambiental, com a melhoria da qualidade de vida urbana e da paisagem, assegurando, dentre outros, os seguintes:

I - o bem-estar estético, cultural e ambiental da população;

II - a segurança das edificações e da população;

III - a valorização do ambiente natural e construído;

IV - a segurança, a fluidez e o conforto nos deslocamentos de veículos e pedestres;

V - a percepção e a compreensão dos elementos referenciais da paisagem;

VI - a preservação da memória cultural;

VII - a preservação e a visualização das características peculiares dos logradouros e das fachadas;

VIII - a preservação e a visualização dos elementos naturais tomados em seu conjunto e em suas peculiaridades ambientais nativas;

IX - o fácil acesso e utilização das funções e serviços de interesse coletivo nas vias e logradouros;

X - o fácil e rápido acesso aos serviços de emergência, tais como bombeiros, ambulâncias e polícia;

XI - o equilíbrio de interesses dos diversos agentes atuantes na cidade para a promoção da melhoria da paisagem do Município;

XII – a valorização dos espaços públicos, Vias Panorâmicas e bordas d'água;

XIII – o respeito e preservação do som próprio da paisagem natural, em especial nos parques, reservas e áreas de preservação.( Paisagem auditiva);

XIV – preservação dos ciclos dia e noite com referência a iluminação de habitats naturais.

**Art. 4º** Constituem diretrizes a serem observadas na colocação dos elementos que compõem a paisagem urbana e natural do município de Florianópolis:

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

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

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

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

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

VI - a implantação de sistema de fiscalização efetivo, ágil, moderno, planejado e permanente para o cumprimento desta lei.

**Art. 5º** As estratégias para a implantação da política de ordenamento da paisagem construída e natural são:

I - a elaboração de normas e programas específicos para os distintos setores da Cidade, considerando a diversidade da paisagem nas várias regiões que a compõem;

II - o disciplinamento dos elementos presentes nas áreas públicas, considerando as normas de ocupação das áreas privadas e a volumetria das edificações que, no conjunto, são formadoras da paisagem construída e natural;

III - a criação de novos padrões e modelos restritivos, de comunicação institucional, informativa ou indicativa;

IV - a adoção de parâmetros de dimensões, posicionamento, quantidade e interferência mais adequados à sinalização de trânsito, aos elementos construídos e à vegetação, considerando a capacidade de suporte da região;

V - o estabelecimento de normas e diretrizes para a implantação dos elementos componentes da paisagem urbana e a correspondente veiculação de publicidade;

VI – resguardar visualmente o patrimônio histórico e artístico do município;

VI – reforçar estratégias para resguardar as Vias Panorâmicas e cones visuais relacionados a pontos de interesse e paisagem natural;

VII – criar restrições nas bordas e espelhos d'água e áreas de preservação natural.

VIII – criar mecanismos que impeçam a desfiguração de áreas cênicas da paisagem natural.

**Art. 6º** Para os efeitos de aplicação desta lei ficam estabelecidas as seguintes definições:

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

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

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

c) anúncio especial: aquele que possui características específicas, com finalidade cultural, eleitoral, educativa ou imobiliária, nos termos do disposto no art. 19 desta lei;

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 - bem de uso comum: aquele destinado à utilização do povo, tais como as áreas verdes e institucionais, as vias e logradouros públicos, e outros;

VI - bem de valor cultural: aquele de interesse paisagístico, cultural, turístico, arquitetônico, ambiental ou de consagração popular, público ou privado, composto pelas áreas, edificações, monumentos, parques e bens tombados pela União, Estado e Município, e suas áreas envoltórias;

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

VIII - mobiliário urbano é 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) infraestrutura;

h) limpeza urbana;

i) proteção de espécies vegetais.

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 uso e ocupação do solo;

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

XII - testada ou alinhamento: a linha divisória entre o imóvel de propriedade particular ou pública e o logradouro público.

XIII - pinturas e/ou revestimentos de fachadas em áreas de interesse paisagístico: pinturas e/ou revestimentos de edificações e muros que possam criar forte impacto, interferir ou competir com a paisagem em áreas como de valor histórico, bordas d'água, Áreas de Preservação Ambiental e outras relacionadas em legislação específica.

XIV - Obras de arte pública: obras realizadas por artista em espaço público, entendendo elas como escultura, teatro, instalações, performances, grafite, painéis murais, passiveis de patrocínio com a contrapartida de espaço publicitário, mediante autorização da Comissão Municipal de Arte Pública (COMAP);

XV – Paisagem sonora: todo os sons naturais ou produzidos artificialmente dentro do território.

**Art. 7º** 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 o Poder Público Municipal, Estadual ou Federal;

VII - os que contenham mensagens indicativas de órgãos da Administração Direta;

VIII - os que contenham indicação de monitoramento de empresas de segurança com área máxima de 0,04m² (quatro decímetros 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 0,09m² (nove decímetros quadrados);

XI - os "banners" ou pôsteres indicativos dos eventos culturais que serão exibidos na própria edificação, para museu ou teatro e edifícios públicos, mediante autorização do IPUF;

XII - a denominação de hotéis ou a sua logomarca, quando inseridas ao longo da fachada das edificações onde é exercida a atividade, devendo o projeto ser aprovado pelo IPUF;

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

**CAPÍTULO II**

**DAS NORMAS GERAIS**

**Art. 8º** 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 a 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 emitidas pela Associação Brasileira de Normas Técnicas - ABNT, pertinentes às distâncias das redes de distribuição de energia elétrica, ou a parecer técnico emitido pelo órgão público estadual ou empresa responsável pela distribuição de energia elétrica;

VI - respeitar a vegetação arbórea significativa das Vias Panorâmicas, bordas d'água e Áreas de Preservação Ambiental definida por normas específicas constantes no Plano Diretor;

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

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

IX - não prejudicar a visualização de bens de valor cultural em seus cones visuais;

X – quando apresentar mensagem de texto, esta deve ter dimensões de letras e quantidade de palavras possíveis de serem lidas na velocidade permitida do logradouro para qual o anúncio esta voltado;

XI – não prejudicar a paisagem sonora natural do lugar;

XII – não interferir de forma agressiva na iluminação noturna.

**Art. 9º** É proibida a instalação de anúncios em:

I - leitos dos rios e cursos d'água, reservatórios, lagos, lagoas e represas, conforme legislação específica;

II - vias panorâmicas, espelhos e bordas d'água, e áreas de preservação permanente (APP);

III - vias, parques, praças e outros logradouros públicos, salvo os anúncios de cooperação entre o Poder Público e a iniciativa privada, a serem definidos por legislação específica e mediante aprovação do SMDU-IPUF, bem como as placas e unidades identificadoras definidas no § 6º do art. 22 desta lei;

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 pela Prefeitura;

V - torres ou postes de transmissão de energia elétrica;

VI - nos 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 30,00m (trinta metros) de obras públicas de arte, tais como túneis, passarelas, pontes e viadutos, bem como de seus respectivos acessos;

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

XI - nas árvores e palmeiras de qualquer porte;

XII – nas trilhas e nos caminhos.

**Art. 10.** É proibido colocar anúncio na paisagem que:

I - oblitere, mesmo que parcialmente, a visibilidade de bens tombados;

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

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

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

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;

VI – prejudique a visibilidade dos cones visuais relacionados a bens culturais e paisagens significativas.

**Art. 11.** A aprovação do anúncio indicativo nas edificações e áreas enquadradas como Áreas de Preservação Cultural - APC e nos bens de valor cultural fica condicionada à prévia autorização IPUF.

**Parágrafo Único.** Para efeito do presente artigo, permanecem vigentes e inalteradas as normas específicas já existentes afetas às áreas de Preservação Cultural- APC.

**CAPÍTULO III**

**DA ORDENAÇÃO DA PAISAGEM CONSTRUÍDA E NATURAL**

**Art. 12.** Para os efeitos desta lei, considera-se para a utilização da paisagem construída, 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 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.

**Seção I**

**Do Anúncio Indicativo em Imóvel Edificado, Público ou Privado**

**Art. 13.** Ressalvado o disposto no art. 16 desta lei, será permitido as seguintes relações de medidas para painéis junto à edificação.

§ 1º Os anúncios indicativos deverão atender as seguintes condições:

I - Quando a testada do imóvel for inferior a 10 metros lineares, a área total do anuncio não deverá ultrapassar a 1,50m²;

II - Quando a testada do imóvel for de 10 a 50 metros lineares, a área do anuncio terá no máximo 4m²;

III - Quando a testada do imóvel for de 50 a 100 metros a área do anuncio terá no máximo 10 m²;

IV - Quando a testada do imóvel for superior a 100 metros poderá ter no máximo 20m²;

V - quando o anúncio indicativo for composto apenas de letras, logomarcas ou símbolos grampeados, colados, chumbados ou pintados na parede, a área total do anúncio será aquela resultante do somatório dos polígonos formados pelas linhas imediatamente externas que contornam cada elemento inserido na fachada;

VI - quando o anúncio indicativo estiver instalado em suportes em forma de totens ou estruturas tubulares, deverão eles estar contidos dentro do lote e não ultrapassar a ocupação de uma área superior a 1m², com uma altura equivalente a 3,00m para edificações de um pavimento e no máximo de 5,00m (cinco metros) para as demais alturas, incluídas a estrutura e a área total do anúncio. Os totens poderão conter informações em todas as suas faces;

§ 2º Não serão permitidos anúncios que descaracterizem as fachadas dos imóveis com a colocação de painéis ou outro dispositivo;

§ 3º Não serão permitidos anúncios instalados sobre as marquises, saliências ou recobrimento de fachadas, mesmo que constantes de projeto de edificação aprovado ou regularizado;

§ 4º Cada anuncio só poderá avançar 15cm sobre a calçada ou passeio público e com uma altura mínima de 2,20m;

§ 5º Nas edificações existentes no alinhamento, regulares e dotadas de licença de funcionamento, o anúncio indicativo deverá seguir a legislação estabelecidas pelas áreas de Proteção Cultural;

§ 6º Os anúncios deverão ter sua projeção ortogonal totalmente contida dentro dos limites externos da fachada onde se encontram e não prejudicar a área de exposição de outro anúncio;

§ 7º Será admitido anúncio indicativo no frontão de toldo retrátil, desde que a altura das letras não ultrapasse 0,20m (vinte centímetros), atendido o disposto no "caput" deste artigo;

§ 8º Não serão permitidas pinturas, apliques ou quaisquer outros elementos com fins promocionais ou publicitários, que sejam vistos dos logradouros públicos, além daqueles definidos nesta lei;

§ 9º A altura máxima de qualquer parte do anúncio indicativo ou logomarca não deverá ultrapassar, em nenhuma hipótese, a altura máxima de 6,00m (seis metros);

§ 10. Na hipótese do imóvel, público ou privado, abrigar mais de uma atividade, o anúncio referido no "caput" deste artigo poderá ser subdividido em outros, desde que sua área total não ultrapasse os limites estabelecidos no § 1º deste artigo;

§ 11. Quando o imóvel for de esquina ou tiver mais de uma frente para logradouro público oficial, será permitido um anúncio ou um totem por testada, atendidas as exigências estabelecidas neste artigo.

§ 12. Cada imóvel poderá utilizar somente um dispositivo de propaganda, não podendo utilizar ao mesmo tempo, totem e painel.

**Art. 14.** Ficam proibidos os anúncios indicativos nas empenas cegas e nas coberturas das edificações.

**Art. 15.** Nos imóveis edificados, públicos ou privados, somente serão permitidos anúncios indicativos de marcas que estejam relacionadas com as atividades neles exercidas e que estejam em conformidade com as disposições estabelecidas na lei de uso e ocupação do solo em vigor e possuam as devidas licenças de funcionamento.

**Parágrafo único**. Não serão permitidos, nos imóveis edificados, públicos ou privados, a colocação de "banners", faixas ou qualquer outro elemento, dentro ou fora do lote, visando chamar a atenção da população para ofertas, produtos ou informações que não aquelas estabelecidas nesta lei.

**Art. 16**. Serão permitidos anúncios e peças publicitárias em obras de arte inseridas no espaço público, tanto de caráter efêmero como permanente com critérios a serem definidos pelo IPUF.

**Parágrafo único.** Fica restrita a dimensão do anúncio disposto neste artigo com as seguintes dimensões máximas, 0,30cm de altura por 0,50cm de largura.

**Art. 17.** Não será permitido qualquer tipo de anúncio em imóveis não-edificados, de propriedade pública ou privada, ressalvado o disposto no parágrafo único deste artigo.

**Parágrafo único.** Caso seja exercida atividade na área não-edificada, que possua a devida licença de funcionamento, poderá ser instalado anúncio indicativo, observado o disposto no art. 13 desta lei.

**Art. 18.** Fica proibida, no âmbito do Município de Florianópolis, a colocação de anúncio publicitário nos imóveis públicos e privados edificados.

**Dos Anúncios Especiais**

**Art. 19.** Para os efeitos desta lei, os anúncios especiais são classificados em:

I - de finalidade cultural: quando for integrante de programa cultural, de plano de embelezamento da cidade, de inserção de arte pública ou alusivo a data de valor histórico, conforme decreto específico do Executivo , que definirá a criação de uma comissão específica para proteção da paisagem junto ao IPUF.

II - Os anúncios referentes à propaganda eleitoral deverão ser retirados no prazo máximo de 15 (quinze) dias, a contar da data da realização das eleições ou plebiscitos.

**Art. 20.** A veiculação de anúncios especiais relacionados a eventos culturais ou empreendimentos imobiliários sediados nos limites do Centro Histórico do Município de Florianópolis dependerá de análise prévia e autorização do IPUF.

**Seção II**

**Do Anúncio Publicitário no Mobiliário Urbano**

**Art. 21.** A veiculação de anúncios publicitários no mobiliário urbano será regulamentada por Decreto.

**Art. 22.** São considerados como mobiliário urbano de uso e utilidade pública os seguintes elementos, dentre outros:

I - abrigo de parada de transporte público de passageiro;

II - totem indicativo de parada de ônibus;

III - sanitário público "standard";

IV - sanitário público com acesso universal;

V - sanitário público móvel (para feiras livres e eventos);

VI - painel publicitário/informativo;

VII - painel eletrônico para texto informativo;

VIII - placas e unidades identificadoras de vias, logradouros públicos e trilhas;

IX - totem de identificação de espaços e edifícios públicos;

X - cabine de segurança;

XI - quiosque para informações culturais;

XII - bancas de jornais e revistas;

XIII - bicicletário;

XIV - estrutura para disposição de sacos plásticos de lixo e destinada à reciclagem;

XV - grade de proteção de terra ao pé de árvores;

XVI - protetores de árvores;

XVII - quiosque para venda de lanches e produtos em parques;

XVIII - lixeiras;

XIX - relógio (tempo, temperatura e poluição);

XX - estrutura de suporte para terminal de rede pública de informação e comunicação;

XXI - suportes para afixação gratuita de pôster para eventos culturais;

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

XXIII - colunas multiuso;

XXIV - estações de transferência;

XXV - abrigos para pontos de táxi;

XXVI – barracas e equipamentos de praia.

§ 1º. Abrigos de parada de transporte público de passageiros são instalações de proteção contra as intempéries, destinados aos usuários do sistema de transporte público, instalados nos pontos da parada e terminais, devendo, em sua concepção, ter definidos os locais para veiculação de publicidade e os painéis informativos referentes ao sistema de transporte e sua integração com o metropolitano.

§ 2º. Totem indicativo de parada de ônibus é o elemento vertical de comunicação visual destinado à identificação da parada de ônibus, quando houver impedimento para instalação de abrigos.

§ 3º. Sanitários "standard" e com acesso universal são instalações higiênicas destinadas ao uso comum, sendo implantados em praças e nos terminais de transporte de uso coletivo, e os chamados sanitários públicos móveis instalados em feiras livres e eventos.

§ 4º. Painel publicitário informativo é o painel luminoso para informação a transeuntes, consistindo num sistema de sinalização global para a cidade, que identificará mapas de áreas, marcação dos pontos de interesse turístico, histórico e de mensagens de caráter educativo.

§ 5º. Painel eletrônico para texto informativo consiste em painéis luminosos ou totens orientadores do público em geral, em relação aos imóveis, paisagens e bens de valor histórico, cultural, de memória popular, artístico, localizados no entorno e ainda com a mesma função relativamente a casas de espetáculos, teatros e auditórios.

§ 6º. Placas e unidades identificadoras de vias, logradouros públicos e trilhas são aquelas que identificam as vias, logradouros públicos e trilhas, instaladas nas respectivas confluências.

§ 7º. Totens de identificação de lugares históricos, edifícios públicos, informações turísticas, são elementos verticais de comunicação visual, podendo ser de mídia eletrônica, destinados à identificação dos espaços e informações significativas para o usuário da cidade.

§ 8º. Cabine de segurança é o equipamento destinado a abrigar policiais durante 24 horas por dia

§ 9º. Quiosques são equipamentos destinados à comercialização e prestação de serviços diversos, implantados em praças e logradouros públicos, em locais e quantidades a serem estipuladas pelo Poder Público Municipal, sem prejuízo do comércio local regularmente estabelecido e do trânsito de pedestres.

§ 10. As bancas para a comercialização de jornais e revistas, instaladas em espaços públicos, obedecerão a um cronograma de instalação, decorrente da aprovação do desenho do mobiliário em relação ao desenho urbano e da aprovação de sua instalação naquele espaço específico.

§ 11. Bicicletário é o equipamento destinado a abrigar bicicletas do público em geral, adaptável a estações de ônibus, barcos, trens, escolas e instituições.

§ 12. Grade de proteção de terra ao pé de árvores é aquela elaborada em forma de gradil, destinada a permitir a permeabilidade do solo junto às raízes, podendo servir de piso no mesmo nível do pavimento das referidas calçadas.

§ 13. Protetores de árvore são aqueles elaborados em forma de gradil protetor da muda ou arbusto, instalados em vias, logradouros ou outros espaços públicos, tais como praças, jardins e parques, de acordo com projetos paisagísticos elaborados pelo Poder Público Municipal ou pelo concessionário, em material de qualidade não agressivo ao meio ambiente.

§ 14. As lixeiras, destinadas ao descarte de material inservível de pouco volume, serão instaladas nas calçadas, em pontos e intervalos estratégicos, sem prejuízo do tráfego de pedestres ou de pessoas com deficiência ou mobilidade reduzida.

§ 15. Relógios/termômetros são equipamentos com iluminação interna, destinados à orientação do público em geral quanto ao horário, temperatura e poluição do local, podendo ser instalados nas vias públicas, nos canteiros centrais e nas ilhas de travessia de avenidas.

§ 16. Estrutura de suporte para terminal da rede pública de informação e comunicação são estruturas destinadas a conter equipamentos de informática, compondo terminais integrados ao "hardware" da Rede Pública Interativa de Informação e Comunicação, a serem instalados em locais públicos abrigados, de intenso trânsito de pedestres.

§ 17. Suportes para afixação gratuita de pôsteres são elementos estruturados para receber a aplicação de pequenos pôsteres do tipo "lambe-lambe", que promovem eventos culturais, sem espaço para publicidade.

§ 18. Painéis de mensagens variáveis para uso exclusivo de informações de trânsito são equipamentos eletrônicos destinados a veicular mensagens de caráter exclusivamente informativo e de utilidade no que se refere ao sistema viário e de trânsito da cidade.

§ 19. Colunas multiuso são aquelas destinadas à fixação de publicidade, cujo desenho deve ser compatível com o seu entorno, podendo abrigar funções para suporte de equipamentos de serviços, tais como quiosques de informação e venda de ingressos.

§ 20. Estações de transferência são locais protegidos para passageiros de ônibus em operações de transbordo.

§ 21. Abrigos para pontos de táxi são instalações de proteção contra as intempéries, destinadas à proteção dos usuários do sistema regular de táxis, devendo, em sua concepção, definir os locais para veiculação de publicidade e painéis informativos referentes ao sistema de transporte e sua integração com outras linhas ou sistemas;

§ 22. Às áreas de preservação cultural como o Centro Histórico, o Mercado Público, o Ribeirão da Ilha e Santo Antônio de Lisboa, será regulamentada por Decreto.

**Art. 23.** Os elementos do mobiliário urbano não poderão:

I - ocupar ou estar projetado sobre o leito carroçável das vias;

II - obstruir a circulação de pedestres ou configurar perigo ou impedimento à locomoção de pessoas com deficiência e ou mobilidade reduzida;

III - obstruir o acesso a faixas de travessias de pedestres, escadas rolantes ou entradas e saídas de público, sobretudo as de emergência ou para pessoas com deficiência e ou mobilidade reduzida;

IV - estar localizado em ilhas de travessia, exceto pontos de ônibus e relógios/termômetros digitais;

V - estar localizado em esquinas, viadutos, pontes e belvederes, salvo os equipamentos de informação básica ao pedestre ou de denominação de logradouro público.

§ 1º. A instalação do mobiliário urbano nos passeios públicos deverá necessariamente observar uma faixa de circulação de, no mínimo, metade de sua largura, nunca inferior a 1,50m (um metro e cinquenta centímetros); nos calçadões, a faixa de circulação terá 4,50m (quatro metros e cinquenta centímetros) de largura.

§ 2º. O espaço reservado para o anunciante nestes mobiliários deverão ser avaliados em cada projeto específico a ser analisado pela comissão de proteção a paisagem – IPUF.

**CAPÍTULO IV**

**DO PROCEDIMENTO ADMINISTRATIVO**

**Seção I**

**Do Licenciamento e do Cadastro de Anúncios**

**Art. 24.** Os anúncios indicativos somente poderão ser instalados após a devida emissão da licença que implicará seu registro imediato no Cadastro de Anúncios;

**Art. 25.** O licenciamento do anúncio indicativo será promovido por meio eletrônico, conforme regulamentação específica, não sendo necessária a sua renovação, desde que não haja alteração em suas características.

**Parágrafo único**. Qualquer alteração na característica, dimensão ou estrutura de sustentação do anúncio implica a exigência de imediata solicitação de nova licença.

**Art. 26.** A colocação de anúncio de finalidade cultural ficará sujeita à autorização da Comissão de Proteção a Paisagem – IPUF.

**Art. 27**. Ficam dispensados de licenciamento os anúncios instalados em mobiliários e equipamentos urbanos, inclusive quanto ao seu cadastramento no órgão competente estabelecido no respectivo contrato.

**Art. 28**. O despacho de indeferimento de pedido da licença de anúncio indicativo será devidamente fundamentado.

**Parágrafo único**. O indeferimento do pedido não dá ao requerente o direito à devolução de eventuais taxas ou emolumentos pagos.

**Art. 29**. O prazo para pedido de reconsideração de despacho ou de recurso é de 30 (trinta) dias corridos, contados a partir da data do despacho.

**Parágrafo único**. Os pedidos de reconsideração de despacho ou de recurso não terão efeito suspensivo.

**Seção II**

**Do cancelamento da licença do anúncio**

**Art. 30**. 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 de anúncio;

IV - se forem modificadas as características do imóvel;

V - quando ocorrer alteração no Cadastro de Contribuintes Mobiliários;

VI - por infringência a qualquer das disposições desta lei ou de seu decreto regulamentar, caso não sejam sanadas as irregularidades dentro dos prazos previstos;

VII - pelo não-atendimento a eventuais exigências dos órgãos competentes;

VIII - pela ocorrência da hipótese prevista no parágrafo único no art. 25 desta lei.

**Art. 31**. Os responsáveis pelo anúncio, nos termos do art. 36 desta lei, deverão manter o número da licença de anúncio de forma visível e legível do logradouro público, sob pena de aplicação das sanções estabelecidas nos artigos 44 e seguintes.

**Parágrafo único**. Os responsáveis pelo anúncio deverão manter, no imóvel onde está instalado, à disposição da fiscalização, toda a documentação comprobatória da regularidade junto ao Cadastro de Anúncio.

**Seção III**

**Dos responsáveis pelo anúncio**

**Art. 32**. Para efeitos desta lei, são solidariamente responsáveis pelo anúncio o proprietário e o possuidor do imóvel onde o anúncio estiver instalado.

§ 1º. A empresa instaladora é também solidariamente responsável pelos aspectos técnicos e de segurança de instalação do anúncio, bem como de sua remoção.

§ 2º. Quanto à segurança e aos aspectos técnicos referentes à parte estrutural e elétrica, também são solidariamente responsáveis os respectivos profissionais.

§ 3º. Quanto à segurança e aos aspectos técnicos referentes à manutenção, também é solidariamente responsável a empresa de manutenção.

§ 4º. Os responsáveis pelo anúncio responderão administrativa, civil e criminalmente pela veracidade das informações prestadas.

**Seção IV**

**Das Instâncias Administrativas e Competências**

**Art. 33**. Para a apreciação e decisão da matéria tratada nesta lei, serão observadas as seguintes instâncias administrativas:

I – SMDU – (SESP, IPUF e FLORAM);

II – Comissão de Proteção a Paisagem;

III – Gabinete do Prefeito.

**Art. 34**. Compete à Secretaria de Meio Ambiente e Desenvolvimento Urbano (SMDU):

I - supervisionar e articular a atuação da prefeitura em matéria de paisagem urbana;

II - expedir atos normativos e definir procedimentos administrativos para fiel execução desta lei e de seu regulamento;

III - gerenciar o cadastro único dos anúncios da cidade, bem como a veiculação eletrônica no "site" da Prefeitura para o conhecimento e acompanhamento de todos os cidadãos.

IV- Criar uma política de gestão da lei de paisagem e propaganda.

**Art. 35**. Compete à Comissão Municipal de Proteção a Paisagem:

I - apreciar e emitir parecer sobre casos de aplicação da legislação de anúncios, mobiliário urbano e inserção de elementos na paisagem urbana;

II - dirimir dúvidas na interpretação de dispositivos desta lei ou em face de casos omissos;

III - elaborar e apreciar projetos de normas modificativas ou inovadoras da legislação vigente, referentes a anúncios, mobiliário urbano e paisagem urbana, com as justificações necessárias visando sua constante atualização, diante de novas exigências técnicas e peculiares locais;

IV - propor diretrizes relativas à política municipal de proteção e promoção da boa qualidade da paisagem urbana;

V - propor e expedir atos normativos administrativos sobre a ordenação dos anúncios, paisagem e meio ambiente;

VI - expedir atos normativos para fiel execução desta lei e de seu regulamento, apreciando e decidindo a matéria pertinente.

**Art. 36**. Compete à Secretaria de Serviços Públicos (SESP):

I - licenciar e cadastrar os anúncios indicativos, inclusive os que já foram protocolados anteriormente à data da publicação desta lei;

II - fiscalizar o cumprimento desta lei e punir os infratores e responsáveis, aplicando as penalidades cabíveis.

**Art. 37**. Compete a Fundação Municipal do Meio Ambiente (FLORAM):

I – emitir parecer sobre as inserções que estejam em praças e parques públicos;

II- fiscalizar as inserções que implique no descumprimento da lei nas áreas de preservação ambiental.

**Art. 38**. Compete ao Instituto de Planejamento Urbano de Florianópolis (IPUF), quanto aos elementos da paisagem urbana:

I - expedir atos normativos quanto à classificação dos anúncios de finalidade cultural e quanto às características e parâmetros para anúncios em bens de valor cultural, conforme definido no inciso VI do art. 6° desta lei;

II - emitir parecer, no âmbito de suas atribuições, quanto ao enquadramento das situações não previstas ou passíveis de dúvidas;

III - autorizar e fixar condições para a instalação dos anúncios indicativos nos bens de valor cultural.

IV - propor normas e programas específicos para os distintos setores da cidade;

V - disciplinar os elementos presentes nas áreas públicas, considerando as normas de ocupação das áreas privadas e a volumetria das edificações;

VI - elaborar parâmetros de dimensões, posicionamento, quantidade e interferência mais adequados à sinalização de trânsito, aos elementos construídos e à vegetação, considerando a capacidade de suporte da região;

VII - propor normas e diretrizes para implantação dos elementos componentes da paisagem urbana para a veiculação da publicidade;

VIII – propor mecanismos eficazes de fiscalização sobre as diversas intervenções na paisagem urbana.

IX – emitir parecer sobre as propostas apresentadas.

**CAPÍTULO V**

**DAS INFRAÇÕES E PENALIDADES**

**Art. 39**. Para os fins desta lei, consideram-se infrações:

I - exibir anúncio:

a) sem a necessária licença de anúncio ou a autorização do anúncio especial, quando for o caso;

b) com dimensões diferentes das aprovadas;

c) fora do prazo constante da licença de anúncio indicativo ou da autorização do anúncio especial;

d) sem constar de forma legível e visível do logradouro público, o número da licença de anúncio;

II - manter o anúncio em mau estado de conservação;

III - não atender a intimação do órgão competente para a regularização ou a remoção do anúncio;

IV - veicular qualquer tipo de anúncio em desacordo com o disposto nesta lei e nas demais leis municipais, estaduais e federais pertinentes;

V – praticar ruídos sonoros em áreas públicas e de preservação natural;

VI - praticar qualquer outra violação às normas previstas nesta lei ou em seu decreto regulamentar.

**Parágrafo único**. Para todos os efeitos desta lei, respondem solidariamente pela infração praticada os responsáveis pelo anúncio nos termos do art. 32.

**Art. 40**. A inobservância das disposições desta lei sujeitará os infratores, nos termos de seu art. 32, às seguintes penalidades:

I - multa;

II - cancelamento imediato da licença do anúncio indicativo ou da autorização do anúncio especial;

III - remoção do anúncio.

**Art. 41**. Na aplicação da primeira multa, sem prejuízo das demais penalidades cabíveis, os responsáveis serão intimados a regularizar o anúncio ou a removê-lo, quando for o caso, observados os seguintes prazos:

I - 5 (cinco) dias, no caso de anúncio indicativo ou especial;

II - 24 (vinte e quatro) horas, no caso de anúncio que apresente risco iminente.

**Art. 42**. Na hipótese do infrator não proceder à regularização ou remoção do anúncio instalado irregularmente, a Municipalidade adotará as medidas para sua retirada, ainda que esteja instalado em imóvel privado, cobrando os respectivos custos de seus responsáveis, independentemente da aplicação das multas e demais sanções cabíveis.

**Parágrafo único**. O Poder Público Municipal poderá ainda interditar e providenciar a remoção imediata do anúncio, ainda que esteja instalado em imóvel privado, em caso de risco iminente de segurança ou da reincidência na prática de infração, cobrando os custos de seus responsáveis, não respondendo por quaisquer danos causados ao anúncio quando de sua remoção.

**Art. 43**. As multas serão aplicadas da seguinte forma:

I - primeira multa no valor de R$ 2.000,00 (dois mil reais) por anúncio irregular, acrescido de R$ 1.000,00 (mil reais) para cada metro quadrado que exceder os limites definidos;

II – a reincidência da infração, implicará na aplicação de multa no valor de R$ 10.000,00 (dez mil reais), acrescido de R$ 1.000,00 (mil reais) para cada metro quadrado que exceder os limites definidos;

III - persistindo a infração após a aplicação da primeira multa e a intimação referidas no art. 45 e nos incisos I e II deste artigo, sem que sejam respeitados os prazos ora estabelecidos, será aplicada multa correspondente ao dobro da primeira, reaplicada a cada 15 (quinze) dias a partir da lavratura da anterior, até a efetiva regularização ou a remoção do anúncio, sem prejuízo do ressarcimento, pelos responsáveis, dos custos relativos à retirada do anúncio irregular pela Prefeitura.

§ 1º. No caso do anúncio apresentar risco iminente, a segunda multa, bem como as reaplicações subsequentes, ocorrerão a cada 24 (vinte e quatro) horas a partir da lavratura da multa anterior até a efetiva remoção do anúncio.

§ 2º. Nos casos previstos nos artigos 9º e 10 desta lei, em que não é permitida a veiculação de anúncios publicitários por meio de "banners", "lambe-lambe", faixas, pinturas e outros elementos que promovam profissionais, serviços ou qualquer outra atividade nas vias e equipamentos públicos, as sanções estipuladas neste artigo serão também aplicadas aos respectivos responsáveis, que passarão a integrar cadastro municipal próprio, que será veiculado pela Internet no "site" da Prefeitura, na condição de "Cidadão não responsável pela Cidade".

**CAPÍTULO VI**

**DAS DISPOSIÇÕES FINAIS E TRANSITÓRIAS**

**Art. 44**. Todos os anúncios publicitários, inclusive suas estruturas de sustentação, instalados, com ou sem licença expedida a qualquer tempo, dentro dos lotes urbanos de propriedade pública ou privada, deverão ser retirados pelos seus responsáveis em até 06 (seis) meses, excepcionado ao comércio que terá o prazo de 01 (um) ano para o atendimento do disposto neste artigo.

§ 1º. Para as empresas que possuírem alvará de licenciamento, deverão se ajustar no mesmo prazo acima disposto.

§ 2º. Em caso de descumprimento do disposto no "caput" deste artigo, serão impostas as penalidades previstas nos artigos 40 a 43 desta lei:

I - à empresa registrada que tenha requerido a licença do anúncio;

II - ao proprietário ou possuidor do imóvel onde o anúncio estiver instalado;

III - ao anunciante;

IV - à empresa instaladora;

V - aos profissionais responsáveis técnicos;

VI - à empresa de manutenção.

**Art. 45**. Todos os anúncios especiais autorizados e indicativos já licenciados deverão se adequar ao disposto nesta lei.

**Parágrafo Único**. Em caso de não-atendimento aos prazos previstos neste artigo, serão impostas as penalidades previstas nos artigos 40 a 43 desta lei.

**Art. 46**. Novas tecnologias e meios de veiculação de anúncios, bem como projetos diferenciados não previstos nesta lei, serão enquadrados e terão seus parâmetros estabelecidos pela Comissão de Proteção a Paisagem do IPUF.

**Art. 47**. O Poder Executivo promoverá as medidas necessárias para viabilizar a aplicação das normas previstas nesta lei, em sistema computadorizado, estabelecendo, mediante portaria, a padronização de requerimentos e demais documentos necessários ao seu cumprimento.

**Art. 48**. Os pedidos de licença de anúncios indicativos e de autorização de anúncios especiais pendentes de apreciação na data da entrada em vigor desta lei deverão adequar-se às exigências e condições por ela instituídas.

**Art. 49**. O Poder Executivo poderá celebrar termo de cooperação com a iniciativa privada visando à execução e manutenção de melhorias urbanas, ambientais e paisagísticas, bem como à conservação de áreas municipais, atendido o interesse público.

§ 1º. O Poder Executivo juntamente com a Comissão de Proteção a Paisagem, estabelecerá critérios para determinar a proporção entre o valor financeiro dos serviços e obras contratadas e as dimensões da placa indicativa do termo de cooperação, bem como a forma de inserção dessas placas na paisagem.

§ 2º. Os termos de cooperação terão prazo de validade de, no máximo, 03 (três) anos e deverão ser publicados na íntegra no Diário Oficial do Município de Florianópolis, no prazo máximo de 30 (trinta) dias contados da data de sua assinatura, observadas as normas constantes desta lei e as disposições estabelecidas em decreto.

**Art. 50**. A SMDU poderá celebrar contratos com empresas privadas, visando à prestação de serviços de apoio operacional para a fiscalização, bem como de remoção de anúncios.

**Art. 51**. A SMDU - SESP publicará, no Diário Oficial do Município de Florianópolis, no prazo de 30 (trinta) dias a partir da publicação desta lei, todas as licenças dos anúncios indicativos, com a respectiva data de emissão, número do Cadastro de Anúncios, nome da empresa responsável e data de validade de cada anúncio.

**Parágrafo único**. Caberá à SMDU-SESP a veiculação, pela Internet, das publicações relativas às licenças emitidas.

**Art. 52**. O Poder Executivo regulamentará a presente lei no prazo de 60 (sessenta) dias, contados da data de sua publicação.

**Art. 53**. As despesas com a execução desta lei correrão por conta das dotações orçamentárias próprias, suplementadas se necessário.

**Art. 54.** Fica revogada a Lei nº 422, de 20 de janeiro de 2012.

**Art. 55**. Esta lei entrará em vigor na data de sua publicação, aplicando-se também a todos os pedidos de licenciamento de anúncios pendentes de apreciação.