Câmara Municipal do Recife
Rua Princesa Isabel, nº 410, Boa Vista – 50050 – 450
Gabinete Vereador Josenildo Sinesio - PT

PROJETO DE LEI Nº. /2006

Ementa: dispõe sobre a ordenação dos elementos privados que compõem a paisagem urbana da Cidade do Recife.

CAPÍTULO I

DOS OBJETIVOS, DIRETRIZES, ESTRATÉGIAS E DEFINIÇÕES

Art. 1°. Esta lei dispõe sobre a ordenação dos elementos privados que compõem a paisagem urbana, visíveis a partir de logradouro público no território da Cidade do Recife.

Art. 2°. Para fins desta lei, considera-se paisagem urbana o espaço aéreo e a superfície externa de qualquer elemento natural ou construído, incluídos, dentre outros, a água, a fauna, a flora, as construções, os edifícios, os anteparos, as superfícies aparentes de equipamentos de infra-estrutura, de segurança, de veículos automotores, os anúncios de qualquer natureza, os elementos de sinalização urbana, os equipamentos de informação e comodidade pública e os logradouros públicos, visíveis por qualquer observador(a) situado(a) em áreas de uso comum.

Art. 3°. São objetivos da ordenação da paisagem da Cidade do Recife:

I – o atendimento ao interesse público em consonância com os direitos fundamentais da pessoa humana;
II – a valorização, a preservação e a promoção do meio ambiente;
III – a melhoria da gestão ambiental;
IV – o bem-estar estético, cultural e ambiental da população;
V – a segurança das edificações e da população;
VI – a valorização do ambiente construído;
VII – a segurança, a fluidez e a qualidade do trânsito e do deslocamento de veículos e pedestres;
VIII – a percepção e a compreensão dos elementos referenciais da paisagem;
IX – a conservação e a promoção da memória histórico-cultural;
X – a preservação e a visualização das peculiaridades dos logradouros e das fachadas;
XI – a preservação e a visualização dos elementos naturais e das características ambientais nativas;
XII – a facilitação ao acesso e utilização das funções e serviços de interesse coletivo nas vias e logradouros;

XIII- a viabilização de maior acessibilidade aos serviços de emergência e a maior celeridade e eficiência no deslocamento de tais serviços;
XIV – o equilíbrio dos interesses dos diversos agentes atuantes na cidade para a promoção da melhoria da paisagem; e
XV – a compreensão da Cidade como obra de arte coletiva de todos(as) cidadãos(ãs).

Art. 4°. Constituem diretrizes a serem observadas na colocação dos elementos que compõem a paisagem urbana:

I – o livre acesso de pessoas e bens à infra-estrutura 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 – a não poluição visual e 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; e
V – a organização e limitação dos anúncios em relação aos locais onde possam ser veiculados, de acordo com os termos desta lei;

Art. 5°. São estratégias para implantação da política da paisagem urbana:

I – a elaboração de normas e programas específicos para os distintos setores da Cidade, considerando as diversidades regionais do Município;
II – o disciplinamento dos elementos presentes em áreas públicas, considerando as normas de ocupação das áreas privadas e a volumetria das edificações, que, no conjunto, são formadoras da paisagem urbana;
III – a criação de novos padrões, mais restritivos, de comunicação institucional, informativa e indicativa;
IV – a adoção de parâmetros de dimensões, posicionamento, quantidade e interferência mais adequados à sinalização do trânsito, aos elementos construídos e ao meio ambiente, considerando a capacidade de suporte de cada região;
V – o estabelecimento de normas e diretrizes para a implantação dos elementos componentes da paisagem e a correspondente veiculação de publicidade; e
VI – a criação de mecanismos eficazes de fiscalização sobre as diversas intervenções na paisagem urbana.

Art. 6°. 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 comerciais 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. 18 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, dentre 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: conjunto de elementos que podem ocupar o espaço público, implantado, direta ou indiretamente, pela Administração Municipal, com as seguintes funções urbanísticas:

a) circulação e transportes;
b) ornamentação da paisagem e ambientação urbana;
c) esporte e lazer;
d) serviços de utilidade pública;
e) comunicação e publicidade;
f) atividade comercial;
g) acessórios à infra-estrutura;
h) dentre outras.

IX - fachada: qualquer das faces externas de uma edificação, seja principal ou complementar;

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 ou via pública.

Art 7°. 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, desde que não ultrapassem 10% (dez por cento) da área total de todas as fachadas;

XII - a denominação de hotéis ou a sua logomarca, quando inseridas ao longo da fachada das edificações onde é exercida a atividade;

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

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 à 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 definida por normas específicas constantes do Plano Diretor do Recife;

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;

X – não prejudicar a visualização de bens e espaços de valor cultural, ambiental e de lazer.

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

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

II - 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, bem como as placas e unidades identificadoras definidas no § 6º do art. 21 desta lei;

III - imóveis situados nas zonas de uso estritamente residenciais, salvo os anúncios indicativos nos imóveis regulares e que já possuíam a devida licença de funcionamento;

IV - postes de iluminação pública ou de rede de telefonia, inclusive cabines e telefones públicos, conforme autorização específica, exceção feita ao mobiliário urbano nos pontos permitidos 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 de qualquer porte;

XII - nos veículos automotores, motocicletas, bicicletas e similares e nos "trailers" ou carretas engatados ou desengatados de veículos automotores, excetuados aqueles utilizados para transporte de carga.

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

I - oblitere, mesmo que parcialmente, a visibilidade de bens tombados, áreas de preservação ambiental e áreas de preservação esportiva e de lazer;

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

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

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

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

CAPÍTULO III

DA ORDENAÇÃO DA PAISAGEM URBANA

Art. 11. Para os efeitos desta lei, considera-se, para a utilização da paisagem urbana, todos os anúncios, desde que visíveis do logradouro público, em movimento ou não, instalados em:

I - imóvel de propriedade particular, edificado ou não;

II - imóvel de domínio público, edificado ou não;

III - bens de uso comum do povo;

IV - obras de construção civil em lotes públicos ou privados;

V - faixas de domínio, pertencentes a redes de infra-estrutura, 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.

§ 1º. 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.

§ 2º. No caso de se encontrar afixado em espaço interno de qualquer edificação, o anúncio será considerado visível quando localizado até 1,00m (um metro) de qualquer abertura ou vedo transparente que se comunique diretamente com o exterior.

Seção I - Do Anúncio Indicativo em Imóvel Edificado, Público ou Privado

Art. 12. Ressalvado o disposto no art. 16 desta lei, será permitido somente um único anúncio indicativo por imóvel privado, que deverá conter todas as informações necessárias ao público.

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

I - quando a testada do imóvel for inferior a 10,00m (dez metros) lineares, a área total do anúncio não deverá ultrapassar 1,50m² (um metro e cinqüenta decímetros quadrados);

II - quando a testada do imóvel for igual ou superior a 10,00m (dez metros) lineares e inferior a 100,00m (cem metros lineares), a área total do anúncio não deverá ultrapassar 4,00m² (quatro metros quadrados);

III - quando o anúncio indicativo for composto apenas de letras, logomarcas ou símbolos grampeados 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;

IV - 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 altura máxima de 5,00m (cinco metros), incluídas a estrutura e a área total do anúncio.

§ 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 em marquises, saliências ou recobrimento de fachadas, mesmo que constantes de projeto de edificação aprovado ou regularizado.

§ 4º. O anúncio indicativo não poderá avançar sobre o passeio público ou calçada.

§ 5º. Nas edificações existentes no alinhamento, regulares e dotadas de licença de funcionamento, o anúncio indicativo poderá avançar até 0,15m (quinze centímetros) sobre o passeio.

§ 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 não deverá ultrapassar, em nenhuma hipótese, a altura máxima de 5,00m (cinco metros).

§ 10. Na hipótese do imóvel 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 por testada, atendidas as exigências estabelecidas neste artigo.

Art. 13. Ficam proibidos os anúncios indicativos nas empenas cegas e nas coberturas das edificações.

Art. 14. Nos imóveis privados edificados somente serão permitidos anúncios indicativos das 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 privados edificados 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.

Do Anúncio Indicativo em Imóvel Privado Situado em Lotes com Testada Igual ou Superior a 100 Metros Lineares

Art. 15. Nos imóveis privados com testada igual ou maior que 100,00m (cem metros) lineares poderão ser instalados 2 (dois) anúncios com área total não superior a 10,00m² (dez metros quadrados) cada um.

§ 1º. As peças que contenham os anúncios definidos no "caput" deste artigo deverão ser implantadas de forma a garantir distância mínima de 40,00m (quarenta metros) entre elas.

§ 2º. A área total dos anúncios definidos no "caput" deste artigo não deverá, em nenhuma hipótese, ultrapassar 20,00m² (vinte metros quadrados).

Do Anúncio Indicativo em Imóvel Privado Não-Edificado

Art. 16. Não será permitido qualquer tipo de anúncio em imóveis privados não-edificados, 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.

Do Anúncio Publicitário em Imóvel Privado

Art. 17. Fica proibida a colocação de anúncio publicitário nos imóveis privados, edificados ou não.

Dos Anúncios Especiais

Art. 18. 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 e valorização de espaços da cidade ou alusivo a data de valor histórico e social, não podendo sua veiculação ser superior a 30 (trinta) dias;

II - de finalidade educativa, esportiva, informativa ou de orientação social, religiosa, de programas políticos ou ideológicos, em caso de plebiscitos ou referendos populares;

III - de finalidade eleitoral: quando destinado à propaganda de partidos políticos ou de seus candidatos, na forma prevista na legislação federal eleitoral;

IV - de finalidade imobiliária, quando for destinado à informação do público para aluguel ou venda de imóvel, não podendo sua área ultrapassar 1,00m² (um metro quadrado) e devendo estar contido dentro do lote.

Parágrafo Único. Nos anúncios de finalidade cultural e educativa, o espaço reservado para o patrocinador será determinado pelos órgãos municipais competentes.

Seção II - Do Anúncio Publicitário no Mobiliário Urbano

Art. 19. A veiculação de anúncios publicitários no mobiliário urbano será feita nos termos estabelecidos em lei específica, de iniciativa do Executivo.

Art. 20. 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 e logradouros públicos;

IX - totem de identificação de espaços e edifícios públicos;

X - quiosque para informações culturais;

XI - bancas de jornais e revistas;

XII - bicicletário;

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

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

XV - protetores de árvores;

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

XVII - lixeiras;

XVIII - relógios (tempo, temperatura e poluição);

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

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

XXI - colunas multiuso;

XXII - abrigos para pontos de táxi.

§ 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 de 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 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 e logradouros públicos são aquelas que identificam as vias e logradouros públicos, instaladas nas respectivas confluências.

§ 7º. Totens de identificação de espaços e edifícios públicos são elementos de comunicação visual destinados à identificação dos espaços e edifícios públicos.

§ 8º. 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.

§ 9°. 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.

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

§ 11. Grade de proteção de terra ao pé de árvores é aquela elaborada em forma de gradil, destinada à proteção das bases de árvores em calçadas, podendo servir de piso no mesmo nível do pavimento das referidas calçadas.

§ 12. 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.

§ 13. 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.

§ 14. 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.

§ 15. 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.

§ 16. 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.

§ 17. 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.

§ 18. 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 o metropolitano.

Art. 21. 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 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 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.

Parágrafo único. 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 cinqüenta centímetros); nos calçadões, a faixa de circulação terá 4,50m (quatro metros e cinqüenta centímetros) de largura.

CAPÍTULO IV

DA RESPONSABILIDADE PELOS ANÚNCIOS

Art. 22. 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.

CAPÍTULO V

DAS INFRAÇÕES E PENALIDADES

Art. 23. Para os fins desta lei, consideram-se infrações:

I - exibir anúncio com dimensões diferentes das definidas nesta lei;

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 normas constitucionais e infraconstitucionais pertinentes;

V - 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. 24. A inobservância das disposições desta lei sujeitará os infratores, nos termos de seu art. 23, às seguintes penalidades:

I - multa;

II - remoção do anúncio.

Art. 25. 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. 26. As multas serão aplicadas da seguinte forma:

I - primeira multa no valor de R$ 10.000,00 (dez mil reais) por anúncio irregular;

II - acréscimo de R$ 1.000,00 (mil reais) para cada metro quadrado que exceder os 4,00m² (quatro metros quadrados);

III - persistindo a infração após a aplicação da primeira multa, 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 subseqüentes, 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 arts. 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.

CAPÍTULO VI

DISPOSIÇÕES FINAIS E TRANSITÓRIAS

Art. 27. Todos os anúncios publicitários, inclusive suas estruturas de sustentação, instalados, dentro dos lotes urbanos, deverão se adequar aos critérios desta lei ou deverão ser retirados pelos seus responsáveis em 180 (cento e oitenta) dias da publicação da presente lei.

Parágrafo único. Em caso de descumprimento do disposto no "caput" deste artigo, serão impostas as penalidades previstas nos arts. 25 a 27 desta lei:

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

II - ao anunciante;

III - à empresa instaladora;

IV - aos profissionais responsáveis técnicos;

V - à empresa de manutenção.

Art. 28. Novas tecnologias e meios de veiculação de anúncios, bem como projetos diferenciados não previstos nesta lei, serão enquadrados e terão seus parâmetros estabelecidos por regulamentação superveniente.

Art. 29. O Poder Executivo regulamentará a presente lei no prazo de 60 (sessenta) dias, contados da data de sua publicação.

Art. 30. As despesas com a execução desta lei correrão por conta das dotações orçamentárias próprias.

Art. 31. Esta lei entrará em vigor na data de sua publicação.

JOSENILDO SINESIO
Vereador do Recife - PT

JUSTIFICATIVA

A Constituição da República, no art. 182, a Constituição do Estado de Pernambuco, no art. 143, e a Lei Orgânica do Recife, no art. 103, definem que a política de desenvolvimento urbano tem por objetivo ordenar o pleno desenvolvimento das funções sociais da cidade e garantir o bem-estar de seus habitantes. O presente projeto de lei fundamenta-se em tais dispositivos normativos, mas, prioritariamente, busca tornar efetivos direitos sociais e fundamentais do cidadão como o direito ao ambiente natural saudável, à mobilidade, à acessibilidade, à história e à paisagem.

A poluição visual degrada o meio ambiente, os espaços públicos e os equipamentos urbanos, ameaça a segurança e a fluidez do trânsito, descaracteriza a Cidade em relação à sua memória histórica e cultural, prejudica os elementos referenciais da paisagem, os traços naturais, as peculiaridades dos logradouros e das fachadas e desequilibra a composição paisagística urbana. Em outras palavras, a poluição visual agride diretamente o bem-estar estético, cultural e ambiental da população.

A Cidade do Recife encontra-se acometida por tais problemas oriundos do açodamento da publicidade externa. Para solucioná-los são necessárias políticas públicas que se destinem ao disciplinamento das investidas publicitárias e à garantia do princípio da supremacia do interesse público sobre o privado e do princípio da indisponibilidade do interesse público.

O Estatuto da Cidade combate diretamente a deterioração das áreas urbanizáveis, a poluição e a degradação ambiental (art. 2°, VI, f e g), promove a proteção, a preservação e a recuperação do meio ambiente natural e construído, do patrimônio cultural, artístico, histórico e paisagístico (art. 2, XII). O Plano Diretor do Recife, por sua vez, consagra a função social da cidade, a função social da propriedade urbana e a sustentabilidade como princípios fundamentais (art. 2°, I, II e III). A função social da Cidade do Recife corresponde ao atendimento, dentre outros direitos, ao acesso a espaços públicos, equipamentos, infra-estrutura e serviços urbanos, ao patrimônio ambiental e cultural da cidade (art. 3°). Cumpre-se a função social da propriedade urbana, no que tange ao tema, com a proteção e preservação do meio ambiente e do patrimônio histórico e cultural (art. 4°, III e IV). A sustentabilidade urbana, a respeito da abordagem trabalhada, apóia-se na valorização e na requalificação dos espaços públicos, na habitabilidade e na acessibilidade para todos, bem como na recuperação, proteção, conservação e preservação dos ambientes natural e construído, incluindo-se o

patrimônio cultural, histórico, artístico e paisagístico (art. 5°, II e V). Todos os elementos acima referidos encontram-se fartamente no presente projeto de lei

A Cidade do Recife é conhecida pela sua beleza natural, pela sua história de lutas, pela sua riqueza artística, pela arquitetura do seu casario, pela sua cultura diversa e pulsante. No entanto, tais atributos estão sendo agredidos pela exploração desordenada das iniciativas publicitárias, algo que prejudica diretamente o bem-estar da população e inviabiliza a concretização de direitos dos cidadãos e das cidadãs. O presente projeto de lei, inspirado na Lei 14.223/06, do Município de São Paulo, é apresentado com o intento de criar um sistema ordenador dos elementos visíveis a partir dos logradouros públicos, que compõem a paisagem urbana, com atenção especial para o disciplinamento das diversas espécies de anúncios existentes.

A presente iniciativa não se imiscui em questões da organização administrativa municipal e destina-se exclusivamente ao disciplinamento e ordenação dos elementos privados que compõem a paisagem urbana.

Diante de todo exposto, certo da compreensão da relevância da presente iniciativa, espero o apoio dos ilustres pares para que procedam a aprovação deste projeto de lei.

JOSENILDO SINESIO
Vereador do Recife - PT