

Poder Executivo

Prefeito **JOÃO HENRIQUE DE ANDRADE LIMA CAMPOS**

LEI MUNICIPAL nº 18.885 , DE 28 DE DEZEMBRO DE 2021.

Altera a composição do Conselho Municipal de Política Cultural, modificando a Lei Municipal nº 17.105, de 15 de julho de 2005. **PREFEITO DA CIDADE DO RECIFE:** Faço saber que a Câmara Municipal do Recife decreta e eu sanciono a seguinte Lei.

Art. 1º Alterem-se as alíneas "a", "e", "f", "h", "i", "j", "l" e "p" do inciso I do art. 5º da Lei Ordinária nº 17.105, de 15 de julho de 2005, que passam a vigorar com a seguinte redação:

"Art. 5º

I -

a) Secretaria de Cultura do Município do Recife, 3 (três) representantes, sendo um deles o Secretário de Cultura;

e) Secretaria ou órgão responsável pela pasta do Desenvolvimento Social, Direitos Humanos, Juventude e Políticas sobre Drogas, 1 (um) representante;

f) Secretaria ou órgão responsável pela pasta de Desenvolvimento Econômico, Ciência, Tecnologia e Inovação, 1 (um) representante;

h) Secretaria de Planejamento, Gestão e Transformação Digital, 1 (um) representante;

i) Secretaria de Segurança Cidadã, 1 (um) representante;

j) Secretaria da Mulher, 1 (um) representante;

l) Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional - IPHAN, 1 (um) representante;

p) Centro de Artes e Comunicação da Universidade Federal de Pernambuco - UFPE, 1 (um) representante." (NR)

Art. 2º Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação oficial.

Recife, 28, de dezembro de 2021: 484 anos da fundação do Recife, 204 anos da Revolução Republicana Constitucionalista de 1817 e 199 anos da Independência do Brasil.

JOÃO HENRIQUE DE ANDRADE LIMA CAMPOS
Prefeito do Recife

O PROJETO QUE ORIGINOU ESTA LEI É DE AUTORIA DO PODER EXECUTIVO.

LEI MUNICIPAL nº 18.886 , DE 29 DE DEZEMBRO DE 2021.

Dispõe sobre normas de veiculação de anúncios e seu ordenamento no espaço urbano do município do Recife. Revoga as Leis Municipais nº 17.215/2006 e nº 17.521/2008.

PREFEITO DA CIDADE DO RECIFE: Faço saber que a Câmara Municipal do Recife decreta e eu sanciono a seguinte Lei.

CAPÍTULO I DAS DISPOSIÇÕES PRELIMINARES

Art. 1º Esta Lei estabelece normas sobre a veiculação de anúncios e o seu ordenamento no espaço urbano do Município do Recife, com a finalidade de preservar a paisagem urbana.

Art. 2º Para fins de aplicação desta lei, considera-se paisagem urbana o espaço aéreo e a superfície externa de qualquer elemento natural ou construído, tais como, água, fauna, flora, construções, 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, a partir dos logradouros públicos visíveis por qualquer município.

Parágrafo único. São adotadas, para fins desta Lei, as definições contidas no Anexo I.

Art. 3º Constituem objetivos da ordenação da paisagem urbana do Município do Recife o atendimento ao interesse público em consonância com os direitos fundamentais e as necessidades de conforto ambiental, com a melhoria da qualidade de vida urbana visando preservar as características da cidade e, assegurando:

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

II - a valorização do ambiente natural e construído;

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

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

V - a segurança das edificações e da população;

VI - a preservação da memória cultural;

a) o fácil acesso e utilização das funções e serviços de interesse coletivo nas vias e logradouros;

b) o fácil e rápido acesso aos serviços de emergência, tais como bombeiros, ambulâncias e polícia.

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

I - o estabelecimento de novos padrões de comunicação institucional, informativa ou indicativa;

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 compatibilização das modalidades de anúncios com os locais onde possam ser veiculados;

V - a implantação de sistema de fiscalização efetivo, ágil, moderno, planejado e permanente.

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

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

CAPÍTULO II DOS VEÍCULOS DE DIVULGAÇÃO

Art. 5º São considerados veículos de divulgação, para os efeitos desta lei, quaisquer equipamentos instalados em logradouros públicos ou deles visíveis, utilizados para transmitir mensagens visuais sobre estabelecimentos, produtos, ideias, marcas, pessoas ou coisas, bem como outras informações de interesse da comunidade, classificando-se em:

I - painel;

II - faixa;

III - balão ou similar;

IV - mobiliário urbano;

V - veículo automotor;

VI - outros modelos que se enquadrem na definição do "caput" deste artigo.

§ 1º Será considerado visível o veículo de divulgação localizado até 1,00 m (um metro) de qualquer abertura ou vedado transparente que se comunique diretamente com o exterior, mesmo afixado em espaço interno de qualquer edificação.

§ 2º Os veículos automotores poderão ser utilizados como veículos de divulgação, desde que obedecidas às disposições contidas na legislação federal, estadual e municipal sobre a matéria.

Art. 6º Para fins de aplicação desta Lei, consideram-se:

I - Painel - o veículo de divulgação visual de superfície regular ou não, composto de material rígido ou instalado de forma rígida, com ou sem movimento, luminoso, iluminado, que contenha qualquer tipo de mensagem;

II - Faixa - o veículo de divulgação composto de material flexível, destinado à pintura de anúncios;

III - Balão ou similar - os equipamentos infláveis dotados ou não de capacidade de flutuação no ar, utilizados na divulgação de anúncios;

IV - Mobiliário Urbano - os equipamentos instalados nos logradouros públicos com o fim de prestar um serviço público ou de utilidade pública;

V - Veículo automotor - os equipamentos instalados nos veículos automotores e nos transportes urbanos de passageiros.

Art. 7º Não será permitida a veiculação de anúncio de qualquer tipo:

I - quanto ao conteúdo:

a) contenha dizeres, referências ou insinuações ofensivas às pessoas, grupos, classes, etnia, gênero, orientação sexual, estabelecimento, instituições, religiões ou crenças;

b) favoreça ou estimule qualquer forma de discriminação social, racial, étnica, de orientação sexual, política e religiosa;

c) contenha alusão a doenças ou deficiências da qual resulte constrangimento ao cidadão, salvo quando contidos em anúncios institucionais;

d) contenha elementos que possam induzir, favorecer ou estimular a prática de atividades consideradas ilegais;

e) contenha elementos que estimulem a degradação ao meio ambiente natural e construído, aos patrimônios histórico, cultural, artístico e paisagístico;

f) incitem a violência ou estimulem o porte, a compra ou a venda de armas.

II - quanto à localização:

a) possa prejudicar a visibilidade de anúncios orientadores, devido às dimensões do veículo de divulgação, às cores ou luminosidade do anúncio ou outra característica;

b) nos passeios públicos, praças, parques e logradouros públicos, salvo os que se enquadrem no Art. 33 desta lei;

c) instalados em leitos ou em áreas "non aedificandi" dos rios e cursos d'água, reservatórios, açudes, lagos, represas e praias;

d) fixados em árvores de qualquer porte;

e) fixados em estátuas, esculturas, monumentos, grades e parapeitos;

f) obras públicas de arte, tais como pontes, passarelas, viadutos e túneis, ainda que de domínio estadual e federal;

g) em locais nos quais, pela sua forma, dimensão e localização, vierem a dificultar a acessibilidade de pessoas com deficiências ou mobilidade reduzida;

h) nos Setores de Preservação Rigorosa (SPR) das Zonas Especiais de Patrimônio Histórico, Imóveis Especiais de Preservação (IEP), Imóveis de Proteção de Área Verde (IPAV) e em imóveis tombados nos termos da lei específica, exceto os anúncios indicativos;

i) torres ou postes de transmissão de energia elétrica, postes de iluminação pública ou de rede de telefonia exceto nos mobiliários urbanos e logradouros públicos, permitidos pelo Município;

j) dutos de gás e de abastecimento de água, hidrantes, torres d'água e similares;

k) nas marquises revestidas; e,

l) na cobertura das edificações

Parágrafo único. Excetua-se do disposto no inciso II, alínea "h", deste artigo os anúncios veiculados em mobiliário urbano que se enquadrem no Art. 33 desta Lei, que terão regulamentação estabelecida no respectivo edital de licitação.

CAPÍTULO III DOS ANÚNCIOS

Art. 8º Anúncio é qualquer manifestação que, por meio de palavras, imagens, efeitos luminosos ou sonoros, divulgam ideias, marcas, produtos ou serviços, identificando ou promovendo estabelecimentos, instituições e pessoas ou coisas, assim como oferta de benefícios, sendo classificado como:

- **ANÚNCIO INDICATIVO** - aquele que indica e/ou identifica o próprio local, estabelecimento, propriedade ou serviços;
- **ANÚNCIO PROMOCIONAL** - aquele destinado à veiculação de publicidade, instalado fora do local onde se exerce a atividade;
- **ANÚNCIO INSTITUCIONAL** - aquele afixado pelo Poder Público que possui características específicas com finalidades institucional, cultural, educativa sem finalidade eleitoral.

Seção I Do Anúncio Indicativo

Art. 9º Será permitido somente um único anúncio indicativo por testada do imóvel, observadas as seguintes disposições:

I - o anúncio indicativo deverá estar justaposto à fachada da edificação, exceto nos casos previstos nesta Lei;

II - a área total de exposição do anúncio não deverá ultrapassar ao número igual a 1/3 da testada do referido imóvel, representada em metros quadrados:

A = T/3 onde:
A = área do anúncio representada em metros quadrados;
T = testada (largura) do imóvel.

III - a altura do veículo de divulgação não poderá ultrapassar a altura máxima de 5,00m, medido a partir da laje de piso da circulação de acesso à(s) unidade(s);

IV - quando for composto apenas de letras, logomarcas ou símbolos grampeados 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;

V - na hipótese do imóvel abrigar mais de uma atividade, em unidades autônomas, o cálculo da área do anúncio será considerada 1/3 (um terço) da testada de cada unidade.

§ 1º No caso do inciso V, o condomínio de uso misto ou não habitacional, poderá solicitar a divulgação de anúncios indicativos em veículo com estrutura própria na área de recuo.

§ 2º Excetua-se do disposto no caput deste artigo, os imóveis classificados como empreendimentos especiais, conforme disposto na subseção I do Capítulo III.

Art. 10. O anúncio indicativo de estabelecimento comercial poderá conter mensagem promocional acerca de produtos e serviços pelos mesmos comercializados, desde que não ultrapasse 50% (cinquenta por cento) da área total permitida para o anúncio.

Parágrafo único. Não será permitida a colocação de "banners", faixas ou qualquer outro elemento visando chamar a atenção da população para ofertas, produtos ou informações que não aquelas estabelecidas nesta lei.

Art. 11. O anúncio indicativo instalado em muros de alinhamento divisórios ou na fachada de edificações com afastamentos frontais nulos (paramento), deverá obedecer:

I - à projeção máxima de 0,15cm (quinze centímetros) sobre o logradouro; e,

II - à altura mínima, para todos os seus pontos, de 2,10m (dois metros e dez centímetros), em relação à calçada.

Parágrafo único. No caso de anúncio indicativo em baixo relevo instalado em muro de alinhamento, a altura mínima, definida no inciso II, poderá ser reduzida.

Art. 12. Para os casos de anúncios veiculados em estrutura própria na área de recuo, o cálculo da área do anúncio deverá adotar os seguintes critérios:

a) nos lotes com testada menores ou iguais a 36,00m (trinta e seis metros), a área máxima do anúncio não poderá ultrapassar 2,00 m² (dois metros quadrados);

b) nos lotes com testada maior que 36,00m (trinta e seis metros) e até 60,00m (sessenta metros), a área máxima do letreiro não poderá ser superior a 5,00 m² (cinco metros quadrados);

Parágrafo único. O anúncio definido no caput deste artigo poderá ter até três faces, cuja soma dos anúncios não poderá ultrapassar a área máxima definida neste artigo.

Art. 13. Para lotes não lembrados que abriguem a mesma atividade e razão social, devidamente licenciada, será permitido anúncio com área igual ao somatório das áreas permitidas para cada imóvel, conforme estabelecido nesta lei.

Art. 14. Poderá ser instalado anúncio indicativo para atividade exercida em imóvel não-edificado desde que possua a devida licença de funcionamento e obedeça o disposto nesta Lei.

Art. 15. A instalação de anúncio indicativo em imóvel não habitacional que tenha parâmetros específicos previstos em Norma Federal ou Estadual, por motivos de segurança e ordem técnica, deverá obedecer às Normas pertinentes.

Subseção I Empreendimentos especiais

Art. 16. Para os efeitos desta lei, empreendimentos especiais são aqueles localizados em imóveis com testada maior que 60,00m (sessenta metros) ou cujas características peculiares de forma, dimensão ou atividade necessitam de requisitos especiais, para seus anúncios indicativos.

Parágrafo Único. São considerados empreendimentos especiais por sua atividade, conforme definição do caput deste artigo:

I - Órgãos públicos;

II - Shopping center;

III - Hotéis;

IV - Hospitais; e,

V - Posto de combustíveis.