



Prefeitura Municipal de Vitória
Estado do Espírito Santo

SEGOV/GDO

DIÁRIO OFICIAL DO
MUNICÍPIO DE VITÓRIA

DE: 06 / 04 / 2015

FBS

RUBRICA

LEI N° 8.779

Dispõe sobre a ordenação dos meios de divulgação de mensagem de todos os imóveis tombados e identificados como de interesse de preservação, bem como dos que compõem a paisagem urbana da Área Especial de Intervenção Urbana do Centro Histórico, no município de Vitória.

O Prefeito Municipal de Vitória, Capital do Estado do Espírito Santo, faço saber que a Câmara Municipal aprovou e eu sanciono, na forma do Art. 113, inciso III, da Lei Orgânica do Município de Vitória, a seguinte Lei:

CAPÍTULO I

DOS OBJETIVOS, DIRETRIZES E ESTRATÉGIAS

Art. 1º. Esta Lei dispõe sobre a ordenação dos meios de divulgação de mensagem, visíveis a partir de logradouro público, de todos os imóveis tombados e identificados como de interesse de preservação, bem como dos que compõem a paisagem urbana na Área Especial de Intervenção Urbana do Centro Histórico do Município de Vitória.

§ 1º. A Área Especial de Intervenção Urbana do Centro Histórico corresponde à área 01 estabelecida no Anexo 3 da Lei nº 6705, de 12 de outubro 2006.

[Handwritten signature]

§ 2º. Caberá a Secretaria de Desenvolvimento da Cidade, órgão de coordenação, controle e execução da política municipal de desenvolvimento da cidade, através da unidade competente da Subsecretaria de Controles Urbanos, a análise dos pedidos de aprovação e licença dos meios de divulgação de mensagem, a expedição das licenças e alvarás, o acompanhamento, a fiscalização, a análise dos recursos de qualquer natureza, a definição de normas e outros atos administrativos pertinentes, consultando a Comissão de Análise de Interferência - CAI, quando couber.

Art. 2º. Para fins de aplicação desta Lei, considera-se como componente da paisagem urbana o espaço aéreo e a superfície externa de qualquer elemento natural ou construído, tais como água, flora, construções, edifícios, anteparos, superfícies aparentes de equipamentos de infraestrutura, de segurança e de veículos automotores, divulgação de mensagens 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.

§ 1º. Considera-se, para fins da aplicação desta Lei, toda divulgação de mensagem, desde que visível do logradouro público, em movimento ou não, instalada 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;

fu

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 redes de transmissão de telecomunicações, gasodutos e similares;

VI - mobiliário urbano.

§ 2º. Para fins do disposto no § 1º deste artigo, considera-se visível a mensagem instalada em espaços do imóvel visíveis por qualquer observador situado em áreas de uso comum do povo.

§ 3º. No caso de se encontrar afixada em espaço interno de qualquer edificação, a mensagem será considerada visível quando localizada até 1,00m (um metro) de qualquer abertura ou vedação transparente que se comunique diretamente com o exterior.

Art. 3º. Constituem objetivos da ordenação da paisagem do Município de Vitória o atendimento ao interesse público em consonância com os direitos fundamentais da pessoa humana e as necessidades de conforto ambiental, respeitando-se os conceitos de acessibilidade universal, com a melhoria da qualidade de vida urbana, 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 preservação, 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, das fachadas, e dos monumentos e edifícios de relevante valor sócio-cultural, ambiental, arqueológico, histórico, científico, artístico, estético, paisagístico ou turístico, seja de interesse público proteger, preservar e conservar;

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.

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

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;

flh

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

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

V - a compatibilização das modalidades de divulgação de mensagens com os locais onde possam ser veiculados, nos termos desta Lei;

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

Art. 5º. As estratégias para a implantação da política da paisagem urbana na Área Especial de Intervenção Urbana do Centro Histórico são as seguintes:

I - a elaboração de normas e programas específicos para a área, considerando sua especificidade;

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 urbana;

III - a criação de novos padrões, mais restritivos, para divulgação de mensagens;

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 - a criação de mecanismos eficazes de fiscalização sobre as diversas intervenções na paisagem urbana.

CAPÍTULO II

DOS MEIOS DE DIVULGAÇÃO



SEÇÃO I
CARACTERIZAÇÃO DOS MEIOS DE DIVULGAÇÃO

Art. 6º. Para os efeitos da presente Lei os meios de divulgação caracterizam-se segundo:

- I** - a mensagem;
- II** - o suporte;
- III** - a duração;
- IV** - a apresentação;
- V** - a mobilidade;
- VI** - a animação.

Art. 7º - As mensagens se classificam em:

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

II - publicitária - aquela que divulga exclusivamente propaganda;

III - mista - aquela que transmite mensagem orientadora, institucional ou identificadora, associada à mensagem publicitária;

IV - indicativa ou orientadora - aquela que contém orientações ou serviços das instituições públicas, podendo ser indicativas de logradouros, direção de bairros, parada de coletivos, hora e temperatura, e outros;

V - institucional - aquela que transmite informações do poder público, organismos culturais, entidades representativas da sociedade, entidades beneficentes e similares, sem finalidade comercial;

VI - especial - aquela que possui características específicas, com finalidade cultural, eleitoral, educativa, informativa ou de orientação social,

Hh

religiosa, de programas políticos ou ideológicos, imobiliária e artística.

Art. 8º. O suporte pode ser:

I - preexistente - são as superfícies existentes que podem ser utilizadas com a função de sustentação dos meios de divulgação;

II - autoportante - são estruturas autônomas, construídas especialmente para a sustentação dos meios de divulgação.

Art. 9º. A Duração diz respeito ao período de continuidade dos meios de divulgação, podendo ser:

I - permanente - meio com características duradouras, que permanece em um mesmo local, por período superior a 30 dias, independente da periodicidade das mensagens que lhes são aplicadas;

II - provisório - meio de caráter temporário, com permanência de no máximo 30 (trinta) dias, exceto tapume e protetor de obra.

Art. 10. A Apresentação é a característica que diz respeito ao aspecto como a mensagem é mostrada:

I - não iluminado - meio que não dispõe de qualquer iluminação;

II - iluminado - meio dotado de iluminação a partir de fonte própria, interna, externa ou projetada.

Art. 11. A Mobilidade é a característica que se relaciona com o deslocamento:

I - fixo - meio que não pode ser deslocado;



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

Art. 12. A Animação é a característica relativa à movimentação das mensagens:

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

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

SEÇÃO II

CLASSIFICAÇÃO DOS MEIOS DE DIVULGAÇÃO

Art. 13. Os meios de divulgação são classificados em:

I - engenhos:

a) letreiro;

b) outdoor;

c) painel;

d) balão, outros infláveis e similares;

e) galhardetes / estandarte.

II - outros:

a) toldo;

b) equipamentos ambulantes;

c) tapume;

d) folheto, prospecto, boné, abano e similares;

e) audiovisual;

f) mobiliário urbano.

21

Parágrafo único. O meio poderá apresentar combinação entre suas características, na forma estabelecida pela regulamentação.

Art. 14. São considerados meios de divulgação de mensagens:

I - os nomes, símbolos, entalhes, relevos ou logotipos, incorporados à fachada, integrantes de projeto original das edificações tombadas ou identificadas como de interesse de preservação, sem aplicação ou afixação;

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 e numerações de edificações e condomínios;

IV - as que contenham referências que indiquem lotação, capacidade e as que recomendem cautela ou indiquem perigo, desde que sem qualquer legenda, dístico ou desenho de valor publicitário;

V - as que contenham mensagens obrigatórias por legislação federal, estadual ou municipal;

VI - as que contenham mensagens indicativas de cooperação com o Poder Público Municipal, Estadual ou Federal;

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

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

JK

IX - aquelas instaladas em áreas de proteção ambiental que contenham mensagens institucionais com patrocínio;

X - as 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, teatro ou cinema, desde que sejam instalados em porta-cartaz, não ultrapassem 10% (dez por cento) da área total de todas as fachadas e a área dedicada aos patrocinadores não ultrapasse 50% (cinquenta por cento) do tamanho do engenho; sendo no caso de imóveis tombados ou identificados como de interesse de preservação o local do porta-cartaz deverá ser estudado caso a caso pelo órgão municipal competente;

XII - placas públicas de sinalização colocadas por órgão federal, estadual ou municipal;

XIII - as expostas no interior de estabelecimentos comerciais, desde que não estejam fixados em qualquer vão ou abertura que componha a fachada, inclusive vitrines e estejam localizados a mais de 1,00m (um metro) de qualquer abertura ou vedação transparente que se comunique diretamente com o exterior;

XIV - os que contenham mensagem alusiva à disponibilidade do imóvel para venda ou aluguel, desde que contenham apenas indicação e telefone do anunciante e área máxima de 1,00m² (um metro quadrado);

SLH

XV - os que contenham mensagem alusiva à disponibilidade de vagas para emprego, desde que possuam área máxima de 0,16m²;

XVI - os que contenham divulgação de informações obrigatórias de obras ou equipamentos e/ou àquelas exigidas para o exercício legal da profissão, conforme definido pelos órgãos fiscalizadores do exercício profissional.

CAPÍTULO III

DAS NORMAS GERAIS

Art. 15. Todo meio de divulgação de mensagens 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 às normas técnicas pertinentes à segurança e estabilidade de seus elementos;

V - atender às 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;

LM

VI - respeitar a vegetação arbórea significativa definida por normas específicas constantes na legislação vigente;

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 sócio-cultural, ambiental, arqueológico, histórico, científico, artístico, estético, paisagístico ou turístico, que seja de interesse público proteger, preservar e conservar.

Art. 16. É proibida a instalação de meios de divulgação de mensagens em:

I - corpos hídricos, reservatórios e congêneres, exceto quando vinculada a datas comemorativas, observado o interesse público e a autorização pelo Poder Executivo;

II - vias, parques, praças e outros logradouros públicos, salvo as mensagens de cooperação com o Poder Público, a serem definidas por regulamento, bem como as mensagens de finalidade orientadora tais como placas e unidades identificadoras de vias e logradouros públicos;

III - imóveis com uso exclusivamente residencial e na parte residencial da edificação de uso misto;

IV - torres ou postes de transmissão de energia elétrica e de telecomunicações;

AM

V - faixas ou placas acopladas à sinalização de trânsito;

VI - calçadas e obras públicas de arte, tais como monumentos, pontes, passarelas e viadutos, ainda que de domínio estadual e federal;

VII - nos muros, paredes e empenas cegas de lotes públicos ou privados, edificados ou não, salvo as mensagens especiais de finalidade cultural e artística a serem analisadas e aprovadas pelo órgão municipal competente;

VIII - nas árvores de qualquer porte;

IX - áreas de interesse e preservação do ambiente natural;

X - em gradis, em marquises ou qualquer elemento da edificação que avance para além da fachada, mesmo que constantes de projeto de edificação aprovado ou regularizado;

XI - em coberturas de edificações de qualquer tipologia;

XII - em obra paralisada.

Art. 17. É proibido colocar meios de divulgação de mensagens na paisagem que:

I - oblitere, mesmo que parcialmente, a visibilidade de bens tombados e identificados como de interesse de preservação, de monumentos públicos e de visuais notáveis;

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 que desatenda os parâmetros definidos pelo Código de Edificações;

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;

VI - impeça ou dificulte a visualização de monumentos e elementos naturais, paisagens de relevância que apresentem para a população um valor ambiental, histórico, cultural, social, formal, funcional, estético, técnico ou afetivo;

VII - que danifiquem ou possam danificar a visualização ou desenvolvimento da arborização pública;

VIII - que contenham mensagens atentatórias à ordem pública e induzam a atividade ilegal.

CAPÍTULO IV

DA ORDENAÇÃO DOS MEIOS DE DIVULGAÇÃO DE MENSAGEM

SEÇÃO I

DA MENSAGEM IDENTIFICADORA EM IMÓVEL EDIFICADO, PÚBLICO OU PRIVADO

Art. 18. Os engenhos de mensagens identificadoras classificam-se em:

I - letreiro paralelo à fachada;

II - letreiro perpendicular à fachada;

III - letras soltas;

IV - logomarcas;

V - símbolos;

VI - totem;

VII - estrutura tubular vertical;

VIII - anúncio em toldo;

IX - adesivos.

§ 1º. A instalação de engenho de mensagem identificadora será permitida somente para os estabelecimentos situados no pavimento térreo e 2º pavimento.

§ 2º. Para o segundo pavimento somente será permitida a utilização de 01 (um) único engenho de mensagem identificadora, independente do número de atividades nele existentes e da quantidade de testadas voltadas para o logradouro público oficial, devendo ser obrigatoriamente letreiro perpendicular à fachada, obedecidas às condições estabelecidas no Art. 21 desta Lei.

§ 3º. No caso de imóveis com mais de uma atividade exercida no 2º pavimento o engenho de mensagem identificadora poderá ser compartilhado.

Art. 19. Os meios de divulgação de mensagem deverão seguir o mesmo padrão para estabelecimentos situados no mesmo prédio, ficando obrigados os condôminos, e/ou proprietários de edifícios e/ou proprietários de lojas a apresentarem os respectivos projetos de padronização e adequação.

SUBSEÇÃO I

DOS LETREIROS PARALELOS À FACHADA

Art. 20. Os letreiros paralelos à fachada deverão atender as seguintes condições:

I - quando a testada do estabelecimento comercial for até 10,00m (dez metros) lineares, a área total



do engenho não deverá ultrapassar $1,50\text{m}^2$ (um metro e cinqüenta decímetros quadrados) - anexos I, II e III;

II - quando a testada do estabelecimento comercial for superior a 10,00m (dez metros) lineares e até 100,00m (cem metros lineares), a área total do engenho não deverá ultrapassar $4,00\text{m}^2$ (quatro metros quadrados) - anexos IV e V;

III - quando a testada do estabelecimento comercial for acima de 100,00m (cem metros) lineares, será permitido até 02 (dois) engenhos com área máxima de $10,00\text{m}^2$ (dez metros quadrados) cada, desde que possuam distância mínima de 40,00m (quarenta metros) entre eles. Em caso de anúncio único, a área máxima não deverá, em nenhuma hipótese, ultrapassar $10,00\text{m}^2$ (dez metros quadrados) - anexo VI;

IV - a área máxima do engenho está vinculada à atividade comercial (por estabelecimento);

V - projetar-se no máximo 0,15m (quinze centímetros) além do alinhamento da fachada;

VI - permitir altura livre de no mínimo 2,10m (dois metros e dez centímetros) medida do piso da soleira do estabelecimento a base do letreiro;

VII - ter no máximo 0,70m (setenta centímetros) de altura;

VIII - ter altura máxima de instalação a 7,00m (sete metros), contada do piso da calçada ao ponto mais alto do letreiro;

IX - os engenhos 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.

Parágrafo único. No caso de edificações tombadas ou identificadas como de interesse de preservação, além das condições supramencionadas, deverão obrigatoriamente:

- I** - estar encaixados nos vãos das portas;
- II** - ser instalados somente no pavimento térreo.

SUBSEÇÃO II

DOS LETREIROS PERPENDICULARES À FACHADA

Art. 21. Os letreiros perpendiculares à fachada deverão atender as seguintes condições:

- I** - permitir altura livre de no mínimo 2,50m (dois metros e cinquenta centímetros), medida do piso da calçada a base do letreiro;
- II** - ser fixado na parede da edificação;
- III** - ter dimensão máxima de 0,20m (vinte centímetros) de espessura;
- IV** - estar posicionado, no mínimo, a 0,15m (quinze centímetros) da fachada;
- V** - ter no máximo 0,70m (setenta centímetros) de altura;
- VI** - ter largura máxima de 1,00m (um metro);
- VII** - ter altura máxima de instalação a 7,00m (sete metros), contada do piso da calçada ao ponto mais alto do letreiro;
- VIII** - ter afastamento de no mínimo 1,00m (um metro) do meio fio que lhe é fronteiro para o caso de vias de alto tráfego, e 0,30m (trinta centímetros) para as demais.

flh

SUBSEÇÃO III

DAS LETRAS SOLTAS, LOGOMARCAS E SÍMBOLOS

Art. 22. Quando o engenho de mensagem identificadora for composto apenas por letras soltas, logomarcas ou símbolos grampeados na parede, a área total deste será a área do retângulo circunscrito ao contorno da somatória dos elementos utilizados, a área total do engenho permitido segue os parâmetros estabelecidos nos incisos I, II, III e IV do Art. 20 deste Decreto - Anexos VII e VIII, devendo este engenho:

I - ter altura máxima de instalação a 7,00m (sete metros), contada do piso da calçada ao ponto mais alto da peça;

II - permitir altura livre de no mínimo 2,50m (dois metros e cinquenta centímetros) medida do piso da calçada a base da peça;

III - projetar-se no máximo 0,15m (quinze centímetros) além do alinhamento da fachada.

SUBSEÇÃO IV

DOS TOTENS E DAS ESTRUTURAS TUBULARES VERTICAIS

Art. 23. Quando o engenho de mensagem identificadora estiver instalado em totem ou em estrutura tubular vertical deverá estar localizado no interior do lote, sendo que sua projeção deverá ter afastamentos de no mínimo 0,30m (trinta centímetros) em relação às divisas do terreno. Sua área não deve ultrapassar 1,50m² (um metro e cinquenta decímetros quadrados) e a altura máxima de 5,00m (cinco metros) contada do piso ao ponto mais alto da peça, será permitido:

I - 01 (um) único engenho deste tipo, por imóvel;

II - em se tratando de centros comerciais/grupo de lojas, poderão apresentar de forma cooperada, o nome e a marca do empreendimento com os demais estabelecimentos;

III - em se tratando de centros empresariais/edifícios de escritórios e lojas, poderá apresentar de forma cooperada, o nome e a marca do empreendimento e dos estabelecimentos localizados nos pavimentos de lojas/ salas comerciais;

IV - a mensagem identificadora instalada em totem ou em estrutura tubular vertical quando não utilizada de forma cooperada, nos casos previstos neste artigo, deverá ser utilizada exclusivamente para identificação do empreendimento;

V - em se tratando de *drive-thru*, poderão ser utilizados para a exposição de produtos comercializados no local, sendo permitida a instalação de no máximo 01 (uma) peça;

VI - para a instalação do totem ou da estrutura tubular vertical não serão admitidas a redução do número de vagas de estacionamentos e da área de circulação de pedestres, que façam parte das exigências do Plano Diretor Urbano e do Código de Edificações.

SUBSEÇÃO V

DOS TOLDOS

Art. 24. Será admitida mensagem identificadora no frontão de toldo retrátil ou fixo, desde que a altura das letras não ultrapasse 0,20m (vinte centímetros).

HL

SUBSEÇÃO VI
DAS PELÍCULAS AUTO-ADESIVAS

Art. 25. A utilização de películas auto-adesivas com mensagem identificadora é permitida apenas nos painéis de vidro fixo do pavimento térreo, com área máxima permitida de 20% (vinte por cento) do vão.

§ 1º. É permitida a instalação de película translúcida em toda a extensão do painel de vidro, desde que sem nenhum tipo de mensagem além do permitido neste artigo.

§ 2º. Os pedidos de instalação de divulgação de mensagens identificadoras em películas auto-adesivas em imóveis tombados ou identificados como de interesse de preservação deverão ser objeto de análise e deliberação da Comissão de Análise de Interferência - CAI, a ser subsidiada por parecer técnico de setor municipal competente.

SUBSEÇÃO VII
DAS NORMAS APLICÁVEIS ÀS SUBSEÇÕES ANTERIORES

Art. 26. Quando se tratar de imóveis com testada de seção indefinida será considerada como largura a somatória dos lados visíveis para o logradouro público. As edificações localizadas em esquina deverão atender aos critérios estabelecidos no inciso III do Art. 28 desta Lei.

Art. 27. No caso de edificações tombadas ou identificadas como de interesse de preservação, o engenho de mensagem identificadora não poderá encobrir ou seccionar, em hipótese alguma, elementos originais integrantes da fachada,

plh

tais como, esquadrias, colunas, gradis, adornos, vergas de cantaria e etc.

Art. 28. Será permitido somente 01 (um) meio de divulgação de mensagem identificadora por estabelecimento público ou privado, que deverá conter todas as informações necessárias ao público, ressalvados os seguintes casos:

I - nos imóveis tombados ou identificados como de interesse de preservação a área máxima do engenho de mensagem identificadora paralelo à fachada poderá ser subdividida no interior dos vãos do térreo, atentando para os critérios estabelecidos no Art. 20 desta Lei;

II - quando a testada do estabelecimento comercial for acima de 100,00m (cem metros) lineares, conforme estabelecido no inciso III do Art. 20 desta Lei;

III - quando o estabelecimento comercial localizado no térreo for de esquina ou tiver mais de uma frente para logradouro público oficial, será permitido 01 (um) engenho por testada, atendidas as exigências estabelecidas nos artigos 20, 21 e 22 desta Lei, não sendo admitida a transferência de área de mensagem de uma frente para a outra;

IV - nos shopping-centers as áreas correspondentes às fachadas ficam restritas à identificação do empreendimento e dos estabelecimentos caracterizados como lojas âncoras, relacionados pelo proprietário, arrendatário, administrador ou síndico, sendo permitidos engenhos de mensagem identificadora paralelos à fachada com área máxima de 8,00m² (oito metros quadrados) cada;

V - nos centros comerciais/ grupos de lojas/ centros empresariais/ edifícios de escritórios e lojas, além dos engenhos de mensagem identificadora permitidos para aqueles estabelecimentos voltados para logradouro público



poderão ser utilizados totem ou estrutura tubular vertical nas formas previstas no Art. 23 desta Lei;

VI - nos postos de abastecimentos/ revendas e concessionárias de veículos e similares a área correspondente à fachada, poderá conter exclusivamente a identificação da marca representada e/ou o nome do estabelecimento;

VII - nos postos de abastecimento os preços de exposição obrigatórios por órgão federal, poderão ser exibidos em suportes autoportantes de uso específico para este fim, sendo vedado o anúncio de produtos, permitindo somente outros meios de veiculação de propaganda (banners e galhardetes), com posicionamento restrito à área de projeção da cobertura dos estabelecimentos;

VIII - nos supermercados, lojas de materiais de construção a área correspondente à fachada principal só poderá conter o nome e/ou a marca do estabelecimento. Serão permitidos outros meios de veiculação de mensagem (banners e cartazes), com posicionamento restrito às vitrines do estabelecimento;

IX - nos *drive-thru* serão permitidos meios de divulgação nas áreas internas dos estabelecimentos, para exposição de produtos/serviços, seus respectivos preços e de sinalização de caráter indicativa/orientadora, sendo permitidos outros meios de veiculação de mensagem (banners e cartazes) com posicionamento restrito ao percurso de acesso às cabines de pagamento, num número total máximo de quatro (04) peças e a utilização de totem ou estrutura tubular vertical na forma prevista no Art. 23 desta Lei;

X - pinturas e apliques ou quaisquer outros elementos com fins promocionais e caráter provisório a serem

flh

instalados nas vitrines dos estabelecimentos desde que ocupem no máximo 10% (dez por cento) da área das mesmas.

§ 1º. Serão admitidos mais de um engenho de mensagem identificadora conforme determinado nos incisos II e III desde artigo que os mesmos pertençam a uma única classificação.

§ 2. Os engenhos de mensagem identificadora tipo adesivo poderão coexistir com os demais tipos existentes.

Art. 29. Nos imóveis edificadas, públicos ou privados, somente serão permitidos engenhos de mensagens identificadoras das atividades neles exercidas e que estejam em conformidade com as disposições estabelecidas na Lei nº 6.705, de 2006 - Plano Diretor Urbano do Município de Vitória, e possuam as devidas licenças de funcionamento.

SEÇÃO II

DA MENSAGEM IDENTIFICADORA EM IMÓVEL NÃO-EDIFICADO, PÚBLICO OU PRIVADO

Art. 30. 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 identificador em totem ou em estrutura tubular vertical, observado o disposto no Art. 23 desta Lei.

flh

SEÇÃO III
DA MENSAGEM PUBLICITÁRIA

Art. 31. Fica proibido, no âmbito da Área Especial de Intervenção Urbana do Centro Histórico, a colocação de mensagem publicitária nos imóveis públicos e privados, edificadas ou não.

Art. 32. As solicitações de autorização para distribuição de material de cunho jornalístico serão analisadas pela Comissão de Análise de Interferência - CAI, devendo o interessado comprovar, na forma do Decreto Regulamentador, o seguinte:

- I** - tiragem auditada;
- II** - circulação em outros municípios;
- III** - periodicidade;
- IV** - editorial;
- V** - caráter laico.

SEÇÃO IV
DA MENSAGEM MISTA

Art. 33. No letreiro enquadrado como misto, a publicidade associada deverá se referir exclusivamente aos produtos e serviços correlatos com a atividade principal do estabelecimento.

Parágrafo único. As mensagens classificadas como mistas, que transmitem mensagem identificadora associada à mensagem publicitária, deverão seguir os critérios estabelecidos na Seção I desta Lei, que trata das normas de

AM

mensagem identificadora em imóvel edificado, público ou privado.

Art. 34. Nos tapumes de obras licenciadas em andamento será permitida mensagem identificadora/mista vinculada ao referido empreendimento em até 60% (sessenta por cento) de sua superfície, sendo que, no caso de grafismo artístico, será permitida a sua utilização em até 100% (cem por cento) da superfície do tapume, ficando limitado a 25% (vinte e cinco por cento) desta para veiculação da marca e/ou nome do patrocinador e/ou empreendedor.

§ 1º. O grafismo, quando for de interesse público, será isento de taxas;

§ 2º. Deverá conter em local visível o número do alvará de publicidade.

SEÇÃO V

DA MENSAGEM ESPECIAL

Art. 35. As mensagens especiais são classificadas em:

I - de finalidade cultural: aquela integrante de programa cultural ou alusiva à data de valor histórico, não podendo sua veiculação ser superior a 30 (trinta) dias, sendo sua licença passível de renovação a ser analisada caso a caso;

II - de finalidade eleitoral: aquela destinada à propaganda de partidos políticos ou de seus candidatos, na forma prevista na legislação federal eleitoral;

flh

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

IV - de finalidade imobiliária, quando for destinada 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;

V - de finalidade artística - quando se tratar de obra de arte sem possuir caráter mercadológico, tais como grafismo.

Parágrafo único. Nas mensagens de finalidade cultural e educativa, o espaço reservado para o patrocinador será determinado pelos setores municipais competentes.

Art. 36. A veiculação de mensagens especiais dependerá de análise prévia e autorização dos órgãos competentes e da Comissão de Análise de Interferência - CAI.

Art. 37. A veiculação de mensagens especiais será regulamentada por ato do Chefe do Poder Executivo.

SEÇÃO VI

DA MENSAGEM NO MOBILIÁRIO URBANO

Art. 38. Nas bancas de jornais e revistas ou flores, somente é permitida a divulgação de mensagens institucionais, especiais de finalidade cultural e artística, bem como identificadoras.

flh

Parágrafo único. Nos demais elementos do mobiliário urbano é proibida a veiculação de qualquer tipo de mensagem.

Art. 39. A divulgação de mensagens em mobiliário urbano dependerá de licenciamento prévio através do respectivo alvará de publicidade e pagamento das respectivas taxas.

§ 1º. No licenciamento para divulgação destas mensagens a administração definirá o tipo de equipamento e seu tamanho e indicará a localização e a conformação da área destinada à sua instalação, observados os preceitos da presente Lei.

§ 2º. A veiculação de mensagens no mobiliário urbano será precedida de parecer da Comissão de Análise de Interferência - CAI.

§ 3º. A veiculação de mensagens no mobiliário urbano será feita nos termos estabelecidos em Decreto específico, pelo Chefe do Poder Executivo.

SEÇÃO VII

DA MENSAGEM NO EQUIPAMENTO DE COMÉRCIO AMBULANTE

Art. 40. Será permitida a divulgação de mensagens identificadoras, institucional ou mista nos equipamentos de comércio ambulante, sendo proibida a divulgação de mensagem exclusivamente publicitária.

fm

Art. 41. A veiculação de mensagens, em comércio ambulante, será precedida de parecer da Comissão de Análise de Interferência - CAI que entre outras, deverá observar a proporção da mensagem e sua relação com os produtos e/ou serviços disponibilizados.

Art. 42. A veiculação de mensagens em equipamentos de comércio ambulante será regulamentada por ato do poder executivo.

SEÇÃO VIII DO AUDIOVISUAL

Art. 43. Considera-se audiovisual a transmissão de imagens, tais como: anúncios comerciais em sessões cinematográficas e vídeos em locais expostos ao público, projeção de efeitos luminosos de quaisquer tipos, em empenas e/ou suportes que cumpram esta finalidade.

Parágrafo único. Fica sujeito às normas estabelecidas na legislação ambiental do Município de Vitória e somente poderão ser veiculados em eventos previamente licenciados.

SEÇÃO IX DA ZONA DE EXCLUSÃO

Art. 44. Para efeito desta Lei considera-se como área de exclusão para a colocação de painéis, outdoors, faixas, banners, cartazes, balões, outros infláveis e similares, toda a Área Especial de Intervenção Urbana do Centro Histórico do Município de Vitória, bem como todos os

25

terrenos de imóveis tombados e identificados como de interesse de preservação.

Parágrafo único. Será permitida a utilização de painéis e banners exclusivamente nos casos previstos nesta Lei.

SEÇÃO X
DA INSTALAÇÃO DE MEIOS DE DIVULGAÇÃO EM
LOGRADOUROS PÚBLICOS

Art. 45. O Município de Vitória, através de suas Unidades Administrativas competentes, poderá veicular mensagens em logradouros públicos, podendo inclusive instalar equipamentos para tal finalidade.

§ 1º. O conteúdo das mensagens deverá conter exclusivamente campanhas de interesse público nas áreas de saúde, meio ambiente, segurança, trânsito e/ou atividades que tenham a participação da Administração Pública Municipal.

§ 2º. A área máxima permitida para a divulgação destas mensagens será de 10m² (dez metros quadrados).

§ 3º. A utilização de meios de divulgação em logradouros públicos deverá ter caráter temporário, com permanência de no máximo 30 (trinta) dias, podendo ser prorrogável por igual período.

§ 4º. Os meios previstos neste artigo deverão ser objeto de análise e parecer favorável da Comissão

flh

de Análise de Interferência - CAI, observado o estabelecido nos artigos 15, 16 e 17 desta Lei.

Art. 46. A instalação de meios em áreas públicas, que não no mobiliário urbano, fica sujeita as exigências previstas na Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993, e suas alterações, devendo ser objeto de processo administrativo específico.

CAPÍTULO V

DO LICENCIAMENTO

SEÇÃO I

DISPOSIÇÕES PRELIMINARES

Art. 47. A instalação de qualquer meio para divulgação de mensagem, em logradouros públicos e/ou em locais visíveis ao transeunte, depende além de sua aprovação, do prévio licenciamento e pagamento das respectivas taxas.

§ 1º. O licenciamento dar-se-á através da expedição do respectivo Alvará.

§ 2º. As taxas seguirão o definido pela Lei nº 5.954, de 21 de julho de 2003, suas alterações e regulamentação.

§ 3º. É facultado ao interessado antes do pedido de aprovação e licenciamento, formular ao Município consulta prévia que resulte em informações quanto à viabilidade da instalação do meio de divulgação desejado.

§ 4º. Ficam dispensadas do licenciamento:

flc

- I** - a denominação e numeração de edificações;
- II** - a sinalização de trânsito, orientação de pedestres e denominação de logradouros que não contenham publicidade acoplada;
- III** - as divulgações internas nas lojas, escritórios, cinemas, teatros, casas de espetáculos e malls de shopping centers e centro comerciais, que não sejam visíveis a partir dos logradouros públicos;
- IV** - a divulgação de informações obrigatórias de obras ou equipamentos e/ou àquelas exigidas para o exercício legal da profissão, conforme definido pelos órgãos fiscalizadores do exercício profissional;
- V** - a divulgação de informações cartográficas da cidade, desde que em mobiliário urbano previamente licenciado e autorizado pelo órgão municipal competente;
- VI** - a divulgação de produtos, stands ou equipamentos de venda no interior de estabelecimentos comerciais devidamente licenciados;
- VII** - as mensagens expostas no interior de estabelecimentos comerciais previstas no inciso XIV do Art. 14 desta Lei;
- VIII** - mensagens identificadoras em películas adesivas conforme previstas no artigo 25 desta Lei.
- IX** - banners, faixas e galhardetes conforme previsto nos incisos VII, VIII e IX do artigo 28 desta Lei.
- X** - as mensagens não iluminadas do tipo: "vende-se", "aluga-se", "precisa-se de empregados", desde que exibidos no próprio imóvel objeto do anúncio, conforme previsto nos incisos XV e XVI do Art. 14 desta Lei.

115

SEÇÃO II
DA CONSULTA PRÉVIA

Art. 48. O requerimento de consulta prévia deverá ser efetuado pelo interessado através de formulário próprio, acompanhado do projeto que contemple as peças gráficas e demais elementos necessários para sua análise.

Parágrafo único. O documento expedido da consulta prévia, terá prazo de validade de 90 (noventa) dias, admitindo-se apenas uma revalidação pelo mesmo período.

SEÇÃO III
DO ALVARÁ DE PUBLICIDADE

Art. 49. Após a instalação do(s) meio(s) de divulgação, devidamente aprovado(s) e licenciado(s), será expedido pela unidade administrativa competente, o respectivo Alvará de Publicidade que terá validade de 03(três) anos.

§ 1º. O licenciamento de alvará de publicidade identificadora ocorrerá nos autos do processo de licenciamento do alvará de localização e funcionamento.

§ 2º. Todos os estabelecimentos privados ou públicos, cujos meios de divulgação da mensagem estejam sujeitas ao licenciamento, deverão obrigatoriamente exibir à fiscalização quando solicitados, o respectivo documento que comprove sua regularidade.

fl

§ 3º. Após a expedição do Alvará de Publicidade, a Municipalidade fará vistoria, ao local onde se encontrar instalada a publicidade, a fim de que seja certificada a veracidade das informações prestadas pelo requerente, e se estão sendo observadas e atendidas às exigências contidas na Lei nº 5.954, de 2003, alterada pela Lei nº 7.095, de 29 de setembro de 2007, e sua regulamentação, para convalidação do Licenciamento Municipal.

§ 4º. Constatada qualquer divergência e/ou não estando sendo observadas e atendidas as exigências contidas na Lei nº 5.954, de 2003, alterada pela Lei nº 7.095, de 2007, e sua regulamentação, o alvará será anulado, após notificação prévia do infrator, para apresentar defesa no prazo de 05 (cinco) dias a contar da data da notificação, na qual lhe será assegurado o contraditório e a ampla defesa.

Art. 50. Qualquer alteração na característica física do(s) meio(s) de divulgação ou na mudança do local de sua instalação dependerá de nova aprovação e novo licenciamento.

SEÇÃO IV

DA RENOVAÇÃO E DA PERDA DE VALIDADE DO ALVARÁ DE PUBLICIDADE

Art. 51. O alvará de publicidade deverá ser renovado mediante solicitação do interessado, com antecedência mínima de 30(trinta) dias da data de seu vencimento.

Art. 52. O alvará de publicidade será revogado, cassado ou anulado, nos seguintes casos:

I - revogado:



a) por conveniência e oportunidade e em caso de relevante interesse público;

b) por solicitação do interessado, mediante requerimento protocolado, podendo ser o proprietário do imóvel ou a empresa de publicidade.

II - cassado:

a) por infringir quaisquer dispositivos da Lei nº 5.954, de 2003 e desta Lei e quando não for(em) sanada(s) a(s) irregularidade(s) no(s) prazo(s) estabelecido(s) no Auto de Intimação;

b) quando constatada qualquer irregularidade às demais normas municipais, estaduais e federais.

III - anulado em caso de comprovação da ilegalidade em sua expedição.

Parágrafo único. O alvará de publicidade, sendo cassado ou anulado, conforme disposto nos incisos II e III deste artigo, não dará direito à indenização, ressarcimento ou devolução das taxas pagas.

CAPÍTULO VI

DAS DISPOSIÇÕES FINAIS E TRANSITÓRIAS

Art. 53. Constitui infração toda e qualquer ação e/ou omissão contrárias às disposições desta Lei e da Lei nº 5.954, de 21 de julho de 2003, e suas alterações.

Art. 54. As penalidades serão aplicadas de acordo com o definido pela Lei 5.954, de 2003, suas alterações e regulamentação.



Art. 55. Presume-se proibido o meio de divulgação de mensagem não admitido nesta Lei.

Art. 56. Fica terminantemente proibido a afixação de cartazes, em forma de papel colado, em árvores, estátuas, monumentos, gradis, parapeitos, escadarias, viadutos, pontes, fontes de iluminação, caixas de incêndio e hidrantes, cabines telefônicas, banca de jornais, revistas e flores, abrigos públicos, colunas e/ou paredes de edifícios públicos e particulares, muros e tapumes.

Art. 57. As empresas que possuem licenças expedidas e ainda válidas, deverão se adequar a presente Lei para renovação do alvará de publicidade.

§ 1º. Assegura-se o prazo suplementar de 90 (noventa) dias para adequação a presente Lei, aos alvarás com vencimento até 03 (três) meses após a vigência.

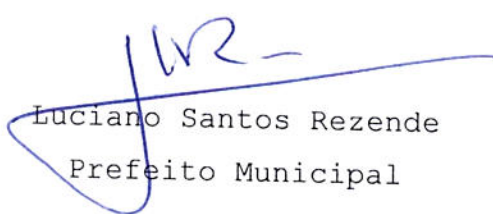
§ 2º. Será emitido alvará provisório pelo prazo fixado no parágrafo anterior deste artigo.

Art. 58. Os conceitos, siglas e abreviaturas para aplicação desta Lei estão definidos conforme os estabelecidos na Lei nº 4.821, de 30 de dezembro de 1998 (Código de Edificações do Município de Vitória), na Lei nº 6.705, de 13 de outubro de 2006 (Plano Diretor Urbano do Município de Vitória), na Lei nº 4.438, de 28 de maio de 1997 (Código Municipal de Meio Ambiente do Município de Vitória) e na Lei nº 6.080, de 2003 (Código de Posturas e de Atividades Urbanas do Município de Vitória).

flh

Art. 59. Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

Palácio Jerônimo Monteiro, em 30 de dezembro de 2014.

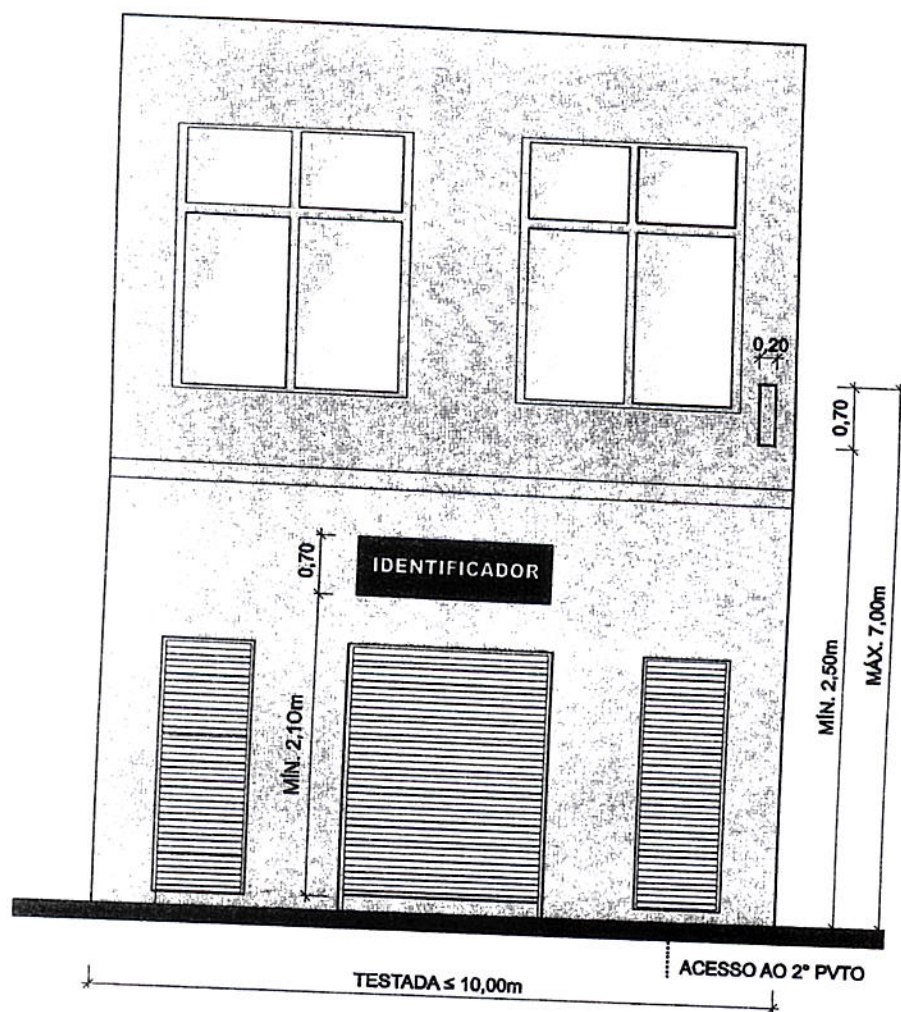


Luciano Santos Rezende
Prefeito Municipal

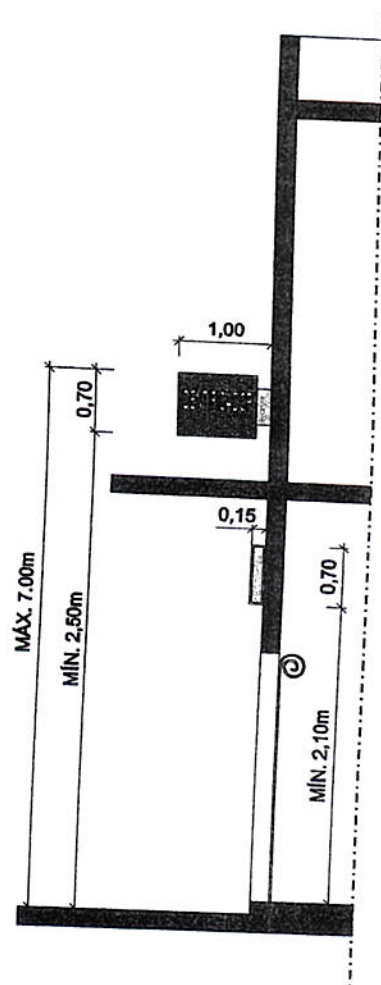
Ref.Proc.8374121/14



- Fachada com testada $\leq 10,00\text{m}$ e com atividade do 2º pavimento # do térreo:



VISTA FRONTAL



CORTE TRANSVERSAL

fl

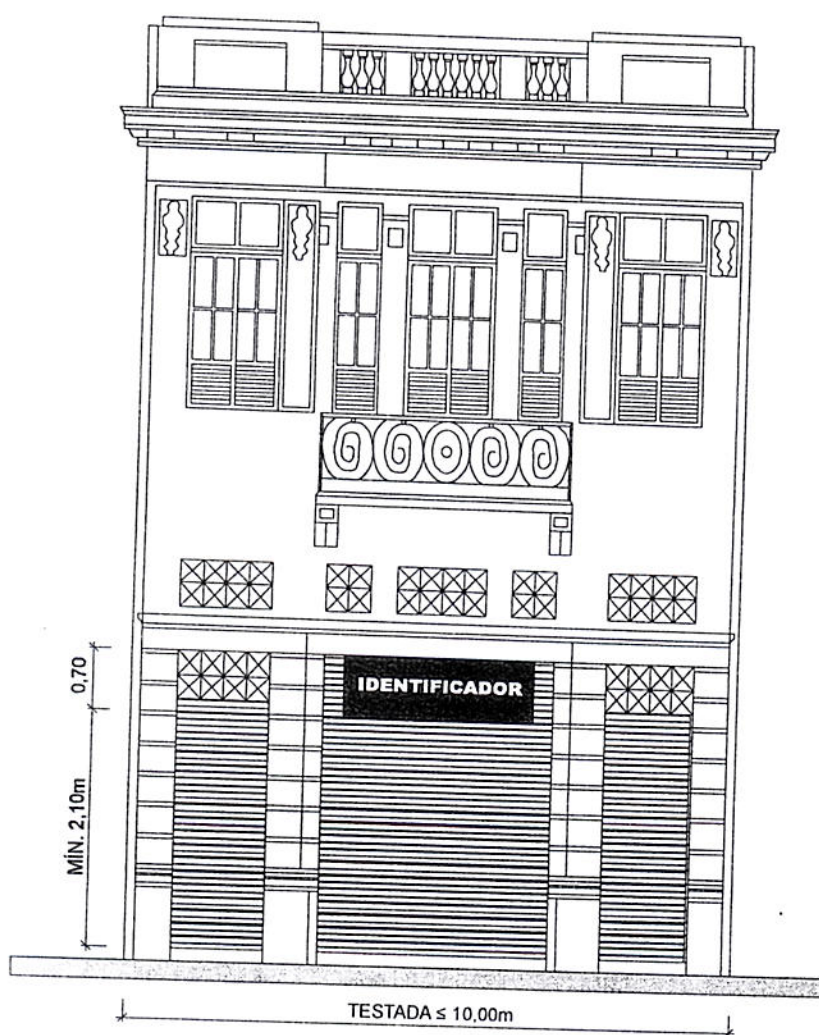


[ANEXO II]

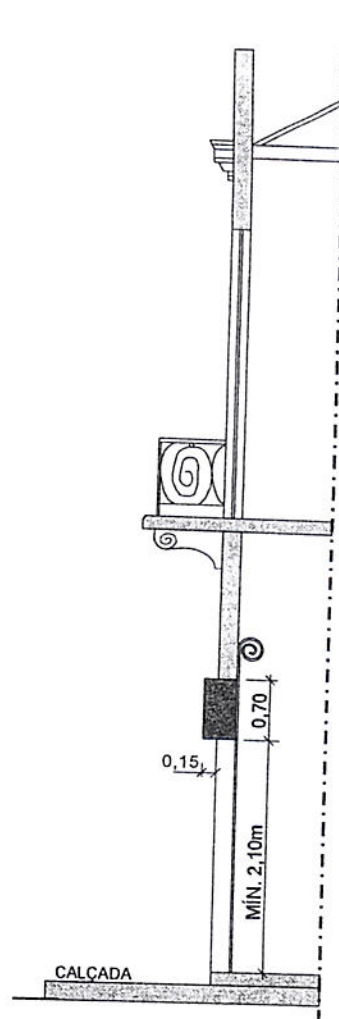
PREFEITURA MUNICIPAL DE VITÓRIA

- Fachadas com testada $\leq 10,00\text{m}$ e com 01 atividade :

Edificações tombadas ou identificadas como de interesse de preservação



VISTA FRONTAL



CORTE TRANSVERSAL

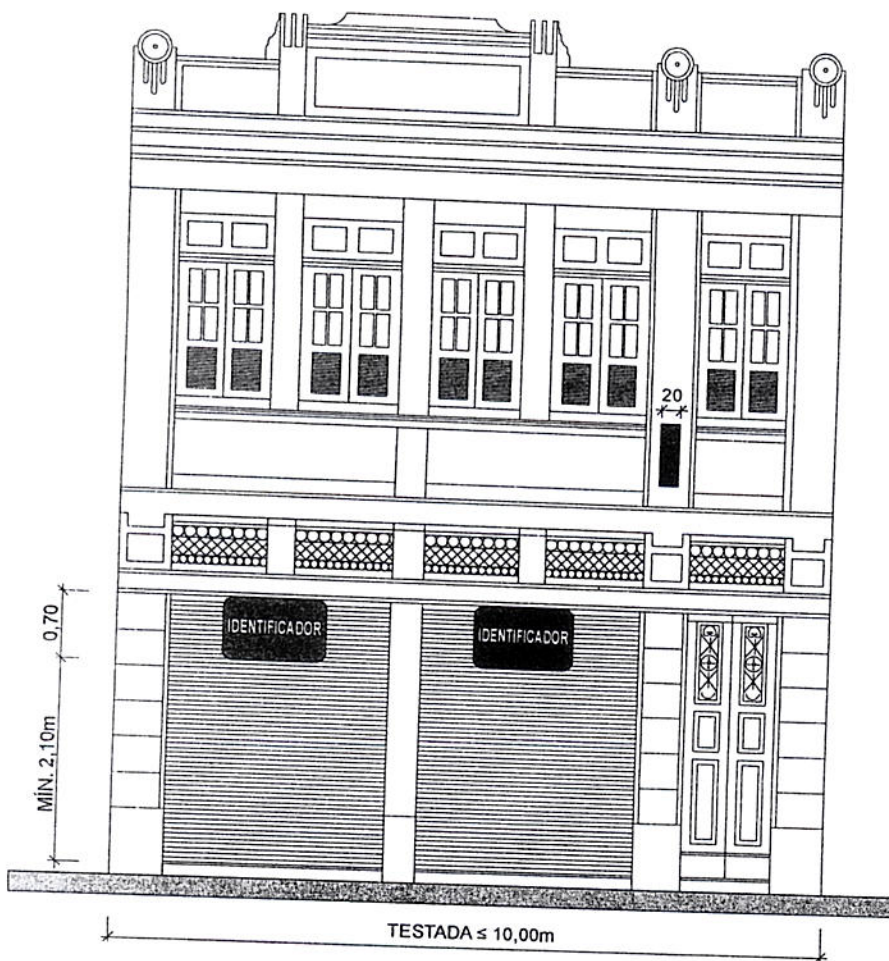
Handwritten signature



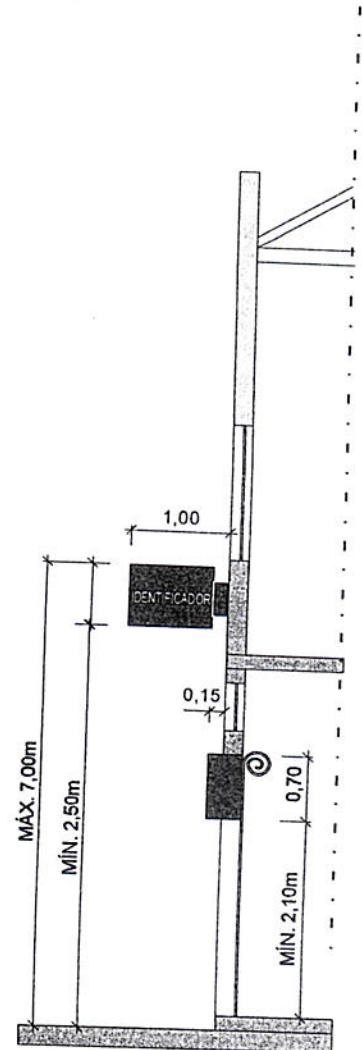
[ANEXO III]

PREFEITURA MUNICIPAL DE VITÓRIA

- Fachada com testada $\leq 10,00\text{m}$ e com atividade do 2º pavimento # do térreo:
Edificações tombadas ou identificadas como de interesse de preservação



VISTA FRONTAL



CORTE TRANSVERSAL

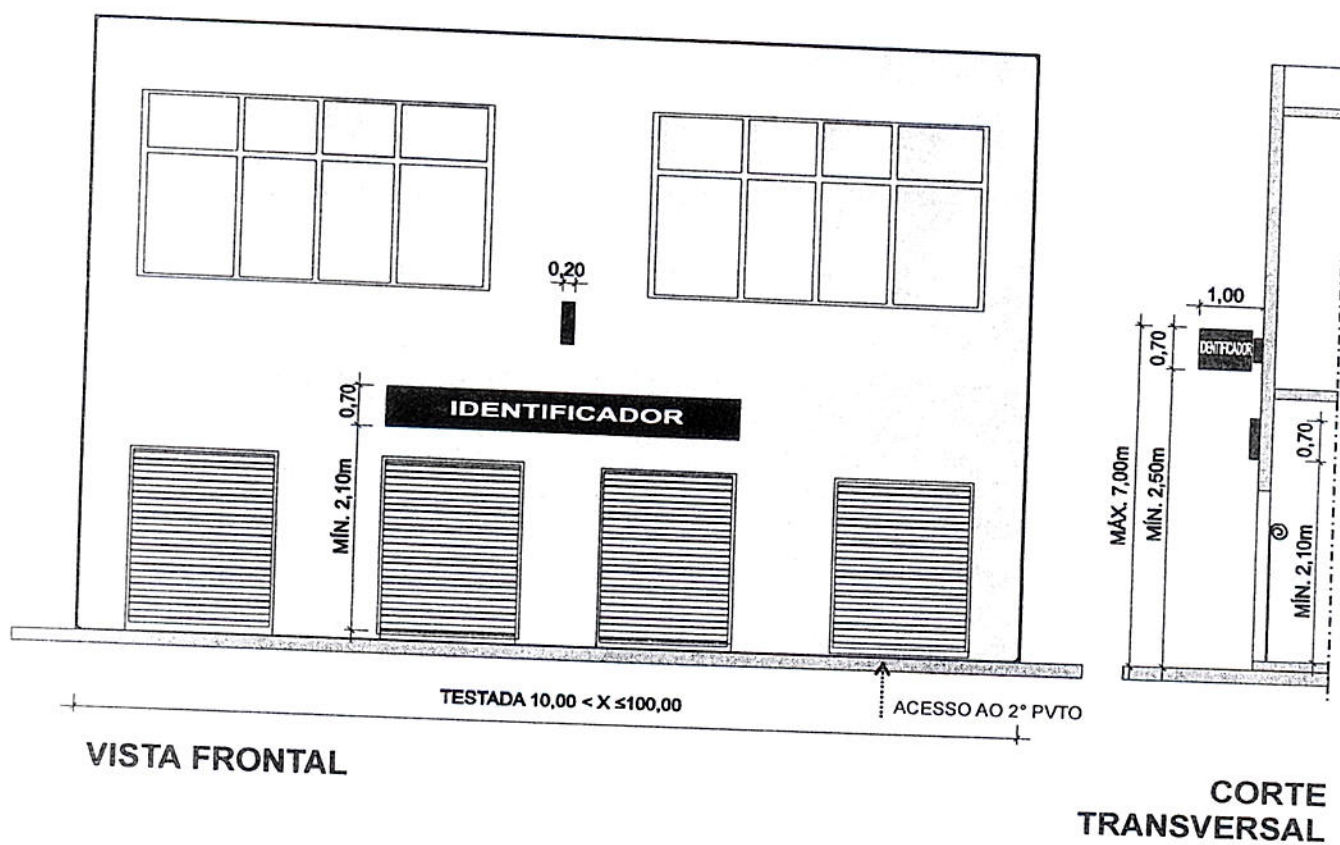
JK



[ANEXO IV]

PREFEITURA MUNICIPAL DE VITÓRIA

- Fachada com testada $10,00\text{m} < X \leq 100,00\text{m}$ e com atividade do 2º pavimento # do térreo:



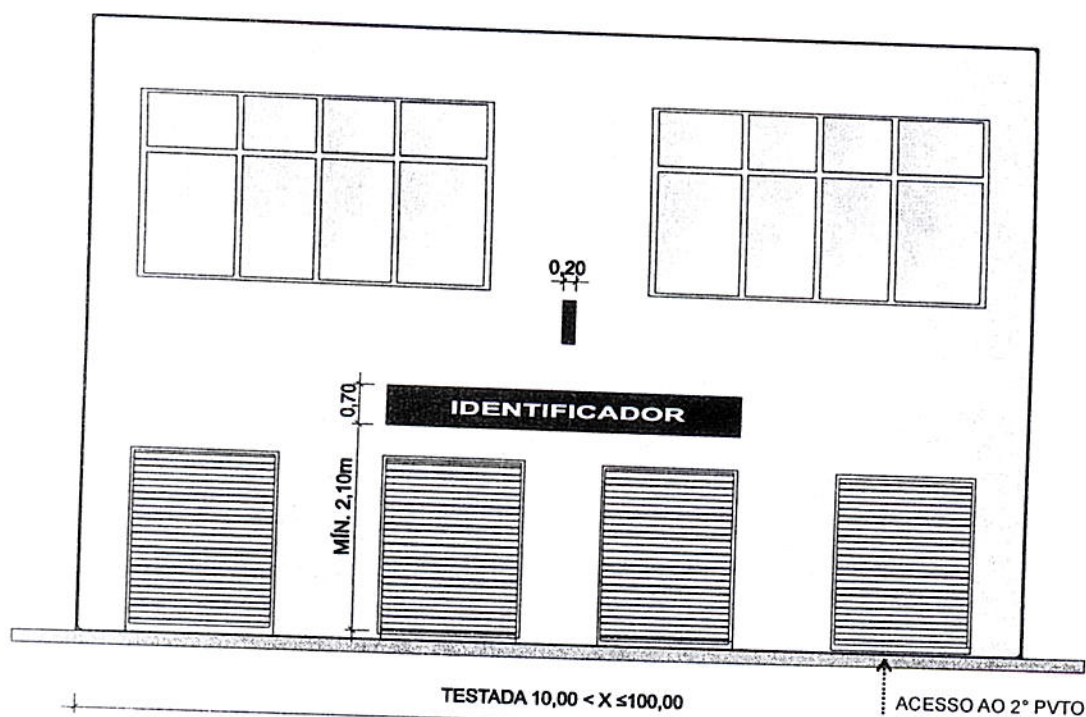
Handwritten signature



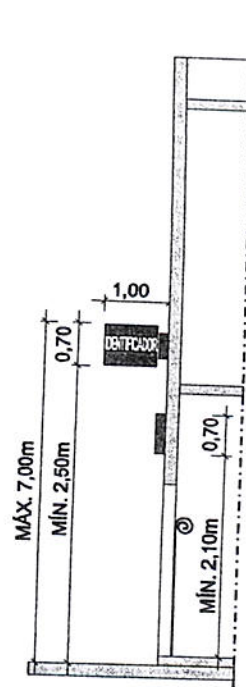
[ANEXO IV]

PREFEITURA MUNICIPAL DE VITÓRIA

- Fachada com testada $10,00\text{m} < X \leq 100,00\text{m}$ e com atividade do 2º pavimento # do térreo:

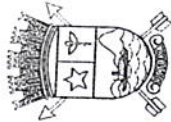


VISTA FRONTAL



CORTE TRANSVERSAL

Handwritten signature or mark.

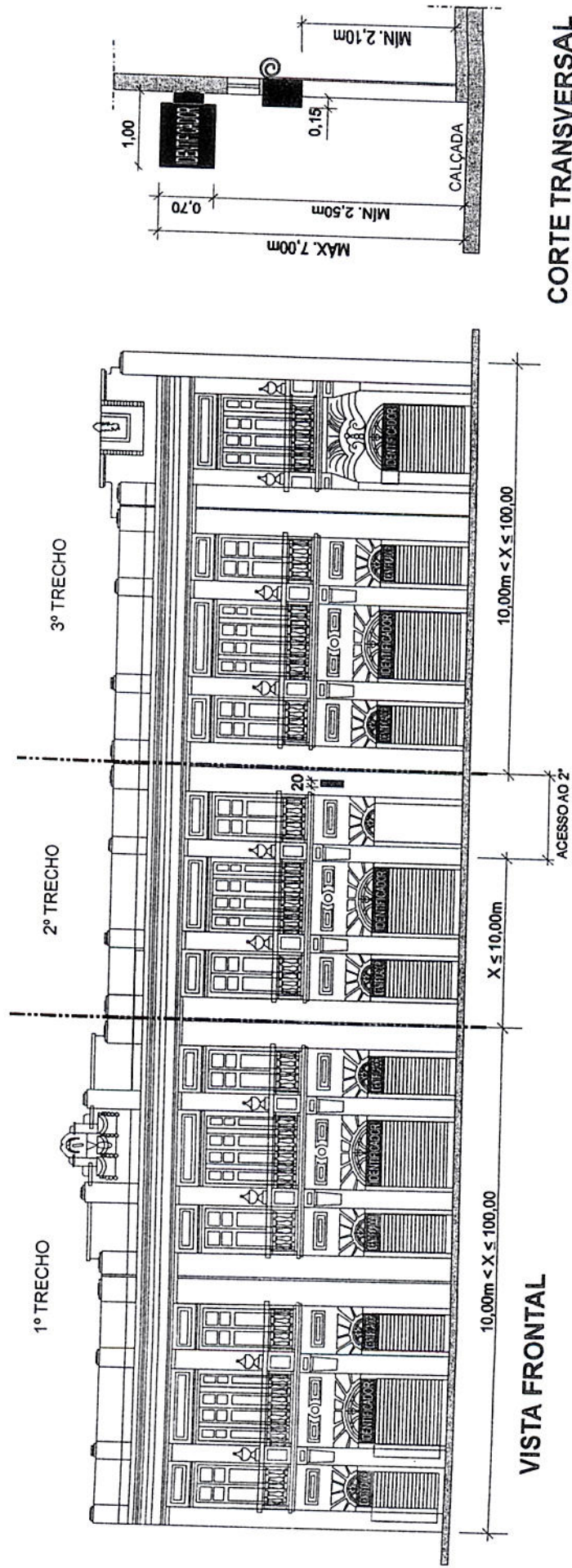


[ANEXO VI]

PREFEITURA MUNICIPAL DE VITÓRIA

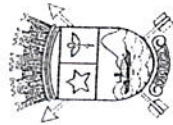
- Fachadas com $10,00\text{m} < X \leq 100,00\text{m}$ e com atividade do 2º pavimento # do térreo:

Edificações tombadas ou identificadas como de interesse de preservação



**CORTE TRANSVERSAL
PARCIAL**

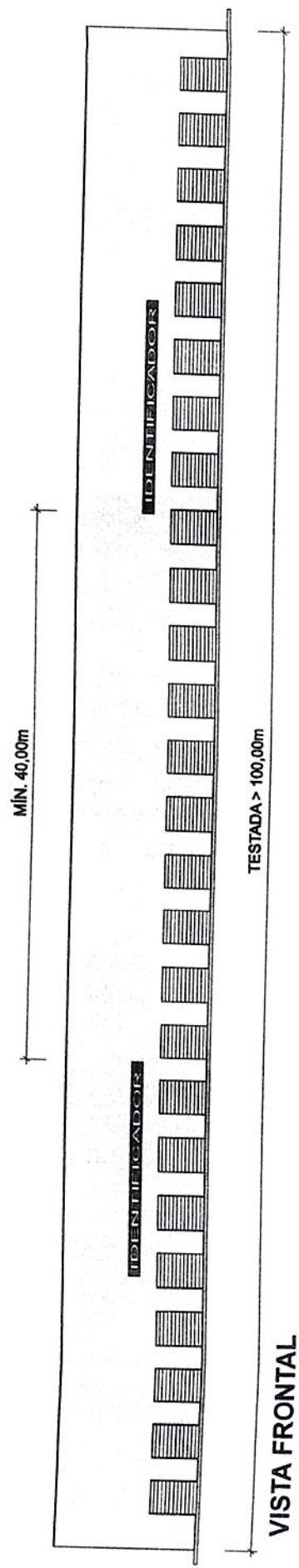
da



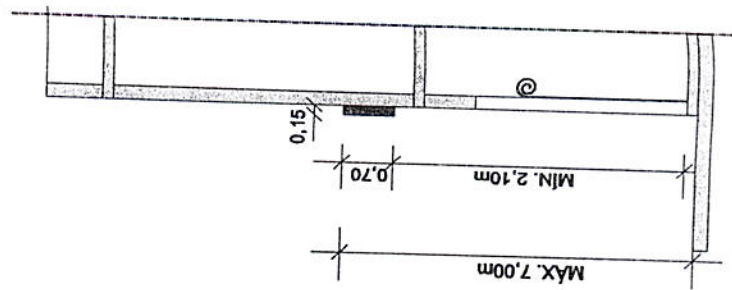
[ANEXO VI]

PREFEITURA MUNICIPAL DE VITÓRIA

- Fachada com testada > 100,00m :



VISTA FRONTAL



CORTE
TRANSVERSAL

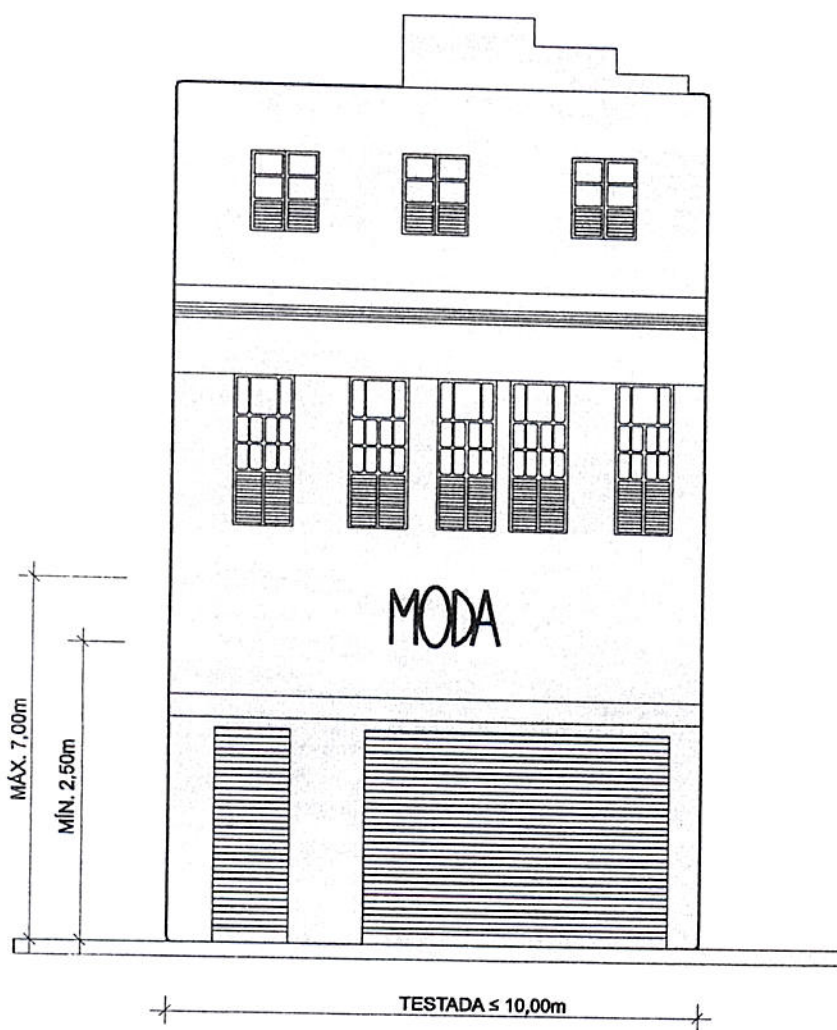
de



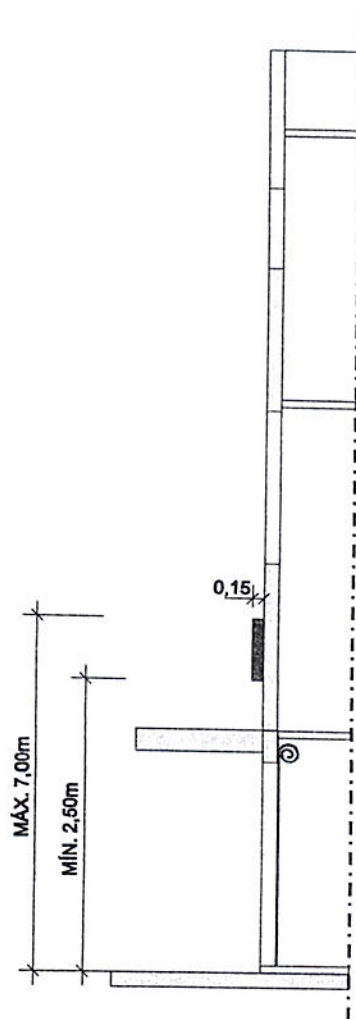
[ANEXO VII]

PREFEITURA MUNICIPAL DE VITÓRIA

- Fachadas com testada $\leq 10,00\text{m}$ e com 01 atividade :



VISTA FRONTAL



CORTE TRANSVERSAL

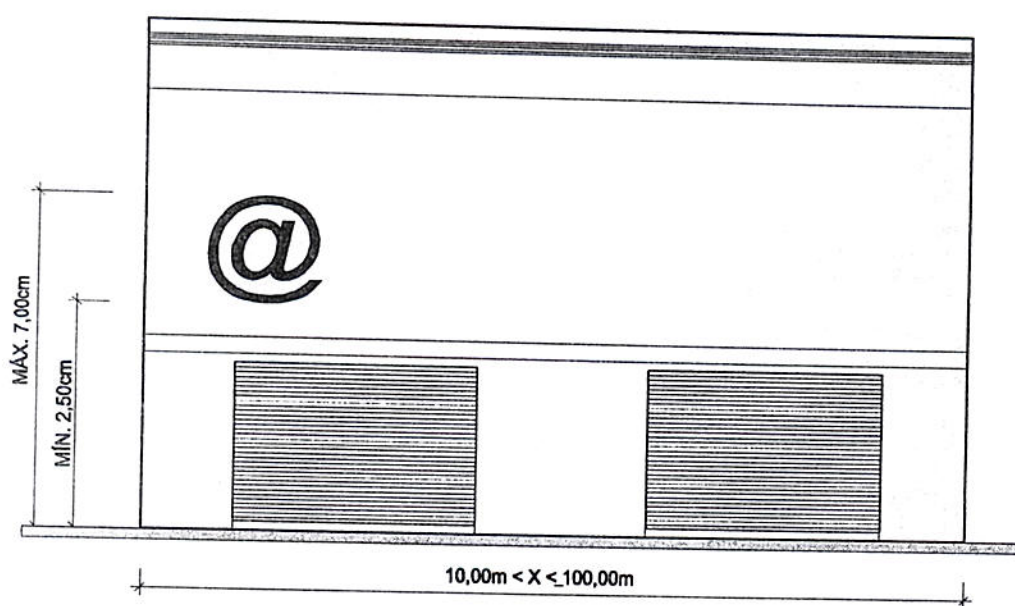
JK



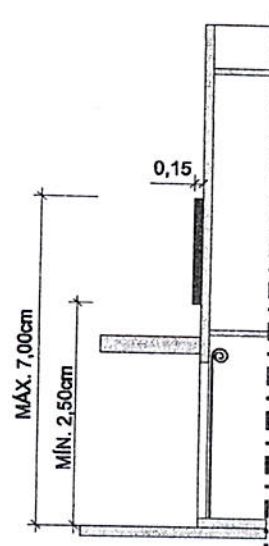
[ANEXO VIII]

PREFEITURA MUNICIPAL DE VITÓRIA

- Fachada com testada $10,00\text{m} < X \leq 100,00\text{m}$ e com 01 atividade .



VISTA FRONTAL



CORTE
TRANSVERSAL

JK