



**PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE PIRACICABA**

**ESTADO DE SÃO PAULO**

**PROCURADORIA GERAL**



**LEI Nº 6.468, DE 28 DE MAIO DE 2009.**

**Disciplina a veiculação de anúncios no Município de Piracicaba, revoga as Leis nºs 2.068/73, 3.642/93, 3.873/94, 4.070/96 e 4.490/98 e dá outras providências.**

**BARJAS NEGRI**, Prefeito do Município de Piracicaba, Estado de São Paulo, no uso de suas atribuições,

Faz saber que a Câmara de Vereadores de Piracicaba aprovou e ele sanciona e promulga a seguinte

**L E I N.º 6 4 6 8**

**CAPÍTULO I  
DOS OBJETIVOS**

**Art. 1º** Constituem objetivos da presente Lei a compatibilização das modalidades de anúncios com os locais onde possam ser veiculados e a implantação de um sistema de fiscalização efetivo, ágil, moderno, planejado e permanente.

**CAPÍTULO II  
DAS DEFINIÇÕES**

**Art. 2º** Para fins de aplicação desta Lei, considera-se *anúncio* qualquer difusão de mensagem, em movimento ou não, criada com objetivos comerciais, institucionais, de prestação de serviços, políticos, culturais, religiosos e similares, instalados em:

- I** - imóvel de propriedade particular, edificado ou não;
- II** - imóvel de domínio público, edificado ou não;
- III** - bens de uso comum do povo;
- IV** - obras de construção civil em lotes públicos ou privados;
- V** - faixas de domínio, pertencentes a redes de infraestrutura e faixas de servidão de redes de transporte, de redes de transmissão de energia elétrica, de oleodutos, gasodutos e similares;
- VI** - veículos automotores e motocicletas;
- VII** - bicicletas e similares;
- VIII** - *trailers* e carretas engatados ou desengatados de veículos automotores, caçambas e similares;
- IX** - mobiliário urbano;
- X** - aeronaves em geral e sistemas aéreos de qualquer tipo.

**Parágrafo único.** Considera-se também *anúncio*, para efeitos desta Lei, a mensagem sonora.

**Art. 3º** 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, vias, estradas, rodovias ou similares, composto de área de exposição e estrutura, bem como aquele por meio de som, podendo ser:

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

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

**c) *anúncio especial*:** aquele que possui características específicas, com finalidade institucional, cultural, educativa ou eleitoral, nos termos do disposto no art. 33 desta Lei;

**d) *anúncio imobiliário*:** aquele destinado à informação do público para aluguel ou venda de imóvel;

**e) *anúncio sonoro*:** qualquer meio de comunicação sonora, fixa ou móvel.

**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 total do anúncio*:** a soma das áreas de todas as superfícies de exposição do anúncio, expressa em metros quadrados;

**IV - *engenho publicitário*:** conjunto formado pela estrutura de fixação, pelo quadro próprio e pela publicidade e propaganda nele contido;

**V - *front light*:** engenho publicitário com dimensões variáveis, apoiado sob estrutura metálica fixa e resistente que proporcione segurança à população, observadas as normas da ABNT – Associação Brasileira de Normas Técnicas, com cartazes em lona, sistema de iluminação frontal do anúncio e área de exposição;

**VI - *back light*:** engenho publicitário com dimensões variáveis, apoiado sob estrutura metálica fixa e resistente que proporcione segurança à população, observadas as normas da ABNT, com cartazes em lona, sistema de iluminação posterior do anúncio e área de exposição;

**VII - *painel*:** engenho publicitário com dimensões variáveis, apoiado sob estrutura metálica, removível ou fixa, que proporcione segurança à população, observadas as normas da ABNT, com ou sem iluminação, com ou sem movimento, incluindo, eventualmente, dispositivos computacionais que permitam a visualização de anúncios;

**VIII - *painel eletrônico*:** engenho publicitário com dimensões variáveis, apoiado sob estrutura metálica, removível ou fixa, com mensagens e animação gráfica, que proporcione segurança à população, observadas as normas da ABNT;

**IX - *outdoor*:** engenho publicitário constituído em estrutura metálica, removível, com dimensões padronizadas de 3m (três metros) por 9m (nove metros), destinados à fixação de cartazes substituíveis em papel ou lona, com ou sem iluminação;

**X - faixas, baners ou similares:** engenho publicitário de estrutura não rígida, removível de tamanho variável, destinado à veiculação de anúncios de curta duração;

**XI - totem ou similar:** engenho publicitário de estrutura metálica, concreto ou outro material resistente, destinado à veiculação de anúncio;

**XII - imóvel:** lote ou gleba, público ou privado, edificado ou não;

**XIII - lote:** a parcela de terreno resultante de parcelamento do solo, contida em uma quadra com, pelo menos, uma divisa lindeira à logradouro público;

**XIV - área livre de imóvel edificado:** a área descoberta existente entre a edificação e qualquer divisa do imóvel que a contém ou interna da própria edificação;

**XV - fachada:** qualquer das faces externas de uma edificação principal ou complementar, tais como: prédio, torres, caixas d'água, chaminés ou similares;

**XVI - empena cega:** face lateral e de fundo externa da edificação que não apresenta aberturas destinadas à iluminação, ventilação ou insolação;

**XVII - testada ou alinhamento:** a linha divisória entre o imóvel de propriedade particular ou pública e o logradouro público;

**XVIII - logradouro público:** rua, avenida, travessa, alameda, caminho de uso comum, praça, área verde de sistema viário, e similares;

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

**XX - 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/ou Município e suas áreas envoltórias;

**XXI - mobiliário urbano:** é o conjunto de elementos que podem ocupar os espaços públicos implantados, direta ou indiretamente, pela Administração Municipal, dentre outros:

- a) abrigo de parada de transporte público de passageiro;
- b) totem ou qualquer outra indicação de parada de ônibus;
- c) abrigos para pontos de táxi;
- d) sanitário público fixo ou móvel;
- e) anúncio publicitário/informativo;
- f) anúncio eletrônico para texto informativo;
- g) placas e unidades identificadoras de vias e logradouros públicos;
- h) anúncio de identificação de espaços e edifícios públicos;
- i) cabine de segurança;
- j) quiosque para informações culturais;
- k) bancas de jornais e revistas;

- l) bicicletário;
- m) estrutura para disposição de sacos plásticos de lixo e destinada à reciclagem;
- n) lixeiras;
- o) grade de proteção de terra ao pé de árvores;
- p) protetores de árvores;
- q) quiosque para venda de lanches ou similares e produtos em parques;
- r) relógio (tempo, temperatura e poluição);
- s) suportes para afixação gratuita de pôster para eventos culturais;
- t) anúncio de mensagens variáveis para uso exclusivo de informações de trânsito; e
- u) colunas multiuso.

**Art. 4º** Para os fins desta Lei, não são considerados anúncios:

**I** - os nomes, símbolos, entalhes, relevos ou logotipos, incorporados à fachadas 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** - 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;

**IV** - os que contenham mensagens obrigatórias por legislação federal, estadual ou municipal;

**V** - os que contenham mensagens indicativas de cooperação com o Poder Público Municipal, Estadual ou Federal;

**VI** - os que contenham mensagens indicativas, informativas ou institucionais de órgãos da Administração Direta ou Indireta, bem como as de adoções de áreas públicas para conservação e preservação, de acordo com modelo padrão da Secretaria Municipal de Defesa do Meio Ambiente - SEDEMA;

**VII** - os que contenham indicação de monitoramento de empresas de segurança com área máxima de 0,04m<sup>2</sup> (quatro decímetros quadrados);

**VIII** - aqueles instalados em áreas de proteção ambiental que contenham mensagens institucionais com patrocínio;

**IX** - os que contenham as bandeiras dos cartões de crédito aceitos nos estabelecimentos comerciais, de prestação de serviços ou institucionais, desde que não ultrapassem a área total de 0,09m<sup>2</sup> (nove decímetros quadrados);

**X** - as placas indicativas, nos locais de construções, dos nomes das empresas, engenheiros e arquitetos responsáveis pelos projetos ou execução de obras particulares ou públicas;

**XI** - os *banners* ou pôsteres indicativos de eventos culturais que serão exibidos na própria edificação, para museu, teatro ou similar;

**XII** - as denominações de prédios e condomínios, quando inseridas ao longo da fachada das edificações onde serão exercidas a atividade, sendo que seu projeto deverá ter anuência da SEDEMA;

**XIII** - a denominação de hotéis ou a sua logomarca, quando inseridas ao longo da fachada das edificações onde serão exercidas a atividade, sendo que seu projeto deverá ter anuência da SEDEMA;

**XIV** - a identificação das empresas nos veículos automotores utilizados para a realização de seus próprios serviços;

**XV** - a identificação dos táxis e veículos automotores de transporte de passageiros;

**XVI** - a placa de identificação de imóvel tombado, afixada pelo respectivo órgão federal, estadual ou municipal, bem como pelo Instituto de Pesquisas e Planejamento de Piracicaba - IPPLAP;

**XVII** - a indicação de propriedade rural, sua localização e direção de estradas ou caminhos rurais;

**XVIII** - a indicação de hospitais, casas de saúde, ambulatórios, prontossocorro e similares.

**Parágrafo único.** Todas as indicações elencadas no presente artigo deverão atender o disposto nos incisos I, III, IV, V, VI, VIII, X e XI, do art. 6º desta Lei.

### **CAPÍTULO III DAS NORMAS GERAIS**

**Art. 5º** A exploração ou utilização de qualquer tipo de anúncio poderá ser promovida por pessoa física ou jurídica que explore essa atividade econômica, desde que devidamente inscrita na Prefeitura Municipal.

**Parágrafo único.** Todas as atividades que industrializem, fabriquem ou comercializem qualquer tipo de anúncio deverão ser inscritas no órgão competente desta municipalidade.

**Art. 6º** Todo anúncio deverá observar, dentre outras, as seguintes normas:

**I** - oferecer condições de segurança ao público;

**II** - toda estrutura dos anúncios deverá ser metálica, exceto aquelas indicadas na presente Lei;

**III** - ser mantido em bom estado de conservação, no que tange à estabilidade, resistência dos materiais e aspecto visual;

**IV** - não provocar reflexo, brilho ou intensidade de luz que possa prejudicar os vizinhos;

**V** - atender às normas técnicas pertinentes à segurança e estabilidade de seus elementos;

**VI** - 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;

**VII** - respeitar a vegetação arbórea;

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

**IX** - não prejudicar a perfeita identificação de veículo automotor;

**X** - 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;

**XI** - não prejudicar a visualização de bens de valor cultural;

**XII** - não ultrapassar os limites de nível de pressão sonora permitidos.

**Art. 7º** É proibida a instalação de anúncios nos seguintes locais:

**I** - em Áreas de Preservação Permanente - APPs, públicas ou privadas;

**II** - nas vias, ruas, avenidas, parques, praças e outros logradouros públicos, salvo os anúncios especiais ou de cooperação entre o Poder Público e a iniciativa privada, a serem definidos por legislação específica, bem como as placas e unidades identificadoras definidas nos logradouros públicos;

**III** - nos postes de iluminação pública ou de rede de telefonia, inclusive cabines e telefones públicos, salvo autorização específica;

**IV** - nas torres ou postes de transmissão de energia elétrica, telefonia e outros;

**V** - nos dutos de gás e de abastecimento de água, hidrantes, torres d'água e outros similares;

**VI** - nas faixas ou placas acopladas à sinalização de trânsito;

**VII** - nas obras públicas de arte, tais como: pontes, passarelas, viadutos e túneis, ainda que de domínio estadual e federal;

**VIII** - em bens de uso comum do povo a uma distância inferior a 30m (trinta metros) de obras públicas de arte, tais como: túneis, passarelas, pontes, viadutos e similares, bem como de seus respectivos acessos;

**IX** - no mobiliário urbano, exceto no caso previsto no art. 32 da presente Lei;

**X** - nos muros, alambrados ou similares de lotes públicos ou privados, edificados ou não, exceto: escolas públicas, entidades sem fins lucrativos, cemitério municipal e locais relacionados à atividade esportiva municipal, atendida as demais disposições desta Lei;

**XI** - nas árvores de qualquer porte.

**Art. 8º** É proibido colocar anúncio que:

- I** - prejudique, mesmo que parcialmente, a visibilidade de bens tombados;
- II** - prejudique a edificação em que estiver instalado ou as edificações vizinhas;
- III** - prejudique, por qualquer forma, a insolação ou a aeração da edificação em que estiver instalado ou a dos imóveis vizinhos;
- IV** - quando houver iluminação, prejudique a vizinhança ou o trânsito;
- V** - apresente conjunto de formas e cores que se confundam com as convencionadas internacionalmente para as diferentes categorias de sinalização de trânsito;
- VI** - apresente conjunto de formas e cores que se confundam com as consagradas pelas normas de segurança para a prevenção e o combate a incêndios;
- VII** - prejudique, por qualquer forma, o sossego público ou de vizinhança com som excessivo e incômodo, que ultrapassem os níveis de intensidade fixados na Seção X, do Capítulo IV, desta Lei;
- VIII** - atente contra a moral e os bons costumes.

## **CAPÍTULO IV DOS ANÚNCIOS**

### **Seção I Do anúncio indicativo**

**Art. 9º** O anúncio indicativo em imóvel público ou privado poderá conter todas as informações necessárias ao público.

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

**I** - quando a testada do imóvel for inferior ou igual a 50m (cinquenta metros) será admitido um único anúncio;

**II** - quando a testada do imóvel for superior a 50m (cinquenta metros) admitir-se-á dois anúncios;

**III** - quando o imóvel for de esquina ou tiver mais de uma confrontação com logradouro público, será permitido um anúncio por testada, atendidas as exigências estabelecidas nesta Lei.

**§ 2º** Os anúncios indicativos deverão atender às seguintes dimensões:

**I** - até 10m (dez metros) de testada, a área de publicidade ou propaganda poderá ser de até 3m<sup>2</sup> (três metros quadrados);

**II** - acima de 10m (dez metros) e até 50m (cinquenta metros) de testada, a área de publicidade ou propaganda poderá ser de até 6m<sup>2</sup> (seis metros quadrados);

**III** - acima de 50m (cinquenta metros) de testada, a área de publicidade ou propaganda poderá ser de até 9m<sup>2</sup> (nove metros quadrados).

**§ 3º** Quando o anúncio indicativo for composto apenas de letras, logomarcas ou símbolos grampeados ou pintados na edificação, a área total do anúncio será aquela resultante do somatório dos polígonos formados pelas linhas imediatamente externas que contornam cada elemento inserido na fachada.

§ 4º A estrutura de anúncios, quando fixadas na edificação e, conforme o caso, deverá ser de estrutura metálica.

§ 5º Quando o anúncio indicativo estiver instalado em suportes em forma de *totem*, estrutura metálica ou similar, com ou sem iluminação, os mesmos deverão estar dentro de lotes, no recuo frontal da edificação ou lateral, nos casos de esquina, sendo que o engenho publicitário não poderá ultrapassar a altura máxima de 6,50m (seis metros e cinquenta centímetros), podendo seu uso ser regulamentado por Decreto do Executivo.

§ 6º Quando o anúncio indicativo for em forma de *outdoor*, painel, *front light* ou *back light* ou similar deverá atender, além das demais disposições da presente Lei, as especificações admitidas para o anúncio publicitário em edificação.

§ 7º Nenhum anúncio poderá prejudicar a iluminação, ventilação e insolação da edificação do imóvel ou confrontantes.

§ 8º O anúncio não poderá avançar sobre imóvel confrontante, logradouro público ou calçada.

§ 9º Será permitido anúncio sobre ou sob a marquise ou saliências existentes, constantes no projeto de edificação aprovado ou regularizado, que avance em logradouro público ou calçada, com altura máxima de 1m (um metro) e vão livre mínimo para passagem de pedestres de 2,50m (dois metros e cinquenta centímetros), respeitadas as demais disposições da presente Lei.

§ 10. Nas edificações existentes no alinhamento, regulares e dotadas de licença de funcionamento, o anúncio indicativo poderá avançar até 0,20m (vinte centímetros) sobre o passeio, com vão livre para pedestres de 2,50m (dois metros e cinquenta centímetros) sobre a calçada.

§ 11. 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, exceto os casos mencionado no §7º, retro.

§ 12. Será admitido anúncio indicativo no frontão de toldo retrátil, desde que a altura das letras não ultrapasse 0,20m (vinte centímetros), respeitadas as demais disposições da presente Lei.

**Art. 10.** Ficam proibidos os anúncios indicativos nas laterais e fundos das edificações, mesmo que sejam em empenas cegas, bem como nas coberturas das mesmas, observado o disposto no inciso III, § 1º, do art. 9º desta Lei.

**Art. 11.** Nos imóveis edificadas, públicos ou privados, somente serão permitidos anúncios indicativos das atividades neles exercidas e que estejam em conformidade com as disposições estabelecidas na legislação em vigor e que possuam as devidas licenças de funcionamento.

**Art. 12.** Caso seja exercida atividade em lote não edificado, que possua a devida licença de funcionamento, poderá ser instalado anúncio indicativo, observado as demais disposições da presente Lei.

**Art. 13.** No caso de edificação em forma de condomínio deverão ser observadas as seguintes condições:

**I** - os estabelecimentos com acesso direto de logradouro público poderão conter anúncio indicativo considerando a metragem da testada do seu respectivo estabelecimento para aplicação dos dispositivos contidos nos §§ 1º e 2º, do art. 9º e demais disposições da presente Lei;

**II** - o condomínio poderá conter um único anúncio indicativo na fachada de cada acesso do logradouro público para os estabelecimentos que possuem apenas acesso interno, com



área máxima total de publicidade e propaganda de 6m<sup>2</sup> (seis metros quadrados), atendidas as demais disposições da presente Lei.

**Art. 14.** Qualquer tipo de propaganda de promoções, datas comemorativas ou similares deverão estar dispostas dentro do estabelecimento e poderão ser regulamentadas por meio de Decreto do Executivo.

## **Seção II** **Do anúncio publicitário em imóvel edificado**

**Art. 15.** Nos imóveis edificados, de propriedade pública ou privada, será permitido anúncio publicitário desde que atenda, dentre outras, as seguintes condições:

**I** - quando a testada do imóvel for inferior ou igual a 25m (vinte e cinco metros) será admitido um único anúncio;

**II** - quando a testada do imóvel for superior a 25m (vinte e cinco metros) admitir-se-á dois anúncios;

**III** - quando o imóvel for de esquina ou tiver mais de uma frente para logradouro público, será permitido um anúncio por testada, atendidas as exigências estabelecidas nesta Lei.

§ 1º Não será permitido anúncio publicitário em imóvel edificado com testada inferior a 10m (dez metros).

§ 2º Os recuos do engenho publicitário, em relação às divisas do imóvel, deverão atender os recuos obrigatórios correspondentes às edificações, observado o mínimo de 2m (dois metros) em qualquer das divisas.

§ 3º Não serão admitidos quadros superpostos.

§ 4º Nenhum anúncio poderá prejudicar iluminação, ventilação e insolação da edificação do imóvel ou confrontantes.

§ 5º O anúncio não poderá avançar sobre imóvel confrontante, logradouro público ou calçada.

§ 6º A quantidade de anúncio permitida no imóvel, quer seja indicativo ou publicitário, não poderá ser sobreposta.

§ 7º Todos os anúncios publicitários deverão ser identificados com o número do processo e do Cadastro de Anúncio - CADAN, nome e telefone da empresa publicitária, na extremidade direita inferior e possuir seguro contra terceiros.

**Art. 16.** Ficam proibidos os anúncios publicitários em qualquer das fachadas das edificações, mesmo que sejam em empenas cegas, bem como nas coberturas das mesmas.

**Art. 17.** Os anúncios publicitários: *outdoor*, *panel*, *front light*, *back light* ou similares, nos imóveis situados na zona urbana, deverão atender às seguintes dimensões:

**I** - área máxima do anúncio = 40m<sup>2</sup> (quarenta metros quadrados);

**II** - altura máxima do engenho publicitário = 15m (quinze metros);

**III** - vão livre mínimo de 5m (cinco metros), exceto *outdoor*.

**Art. 18.** Os anúncios publicitários: *outdoor*, *panel*, *front light*, *back light* ou similares, nos imóveis situados na zona rural, deverão atender às seguintes dimensões e condições:

**I** - área máxima do anúncio = 50m<sup>2</sup> (cinquenta metros quadrados);

**II** - altura máxima do engenho publicitário = 15m (quinze metros);

**III** - vão livre mínimo de 5m (cinco metros), exceto *outdoor*;

**IV** - será admitido até 3 (três anúncios) em testadas maiores que 100m (cem metros).

**Art. 19.** A distância mínima entre anúncios é de 10m (dez metros), em projeção horizontal, entre as bordas laterais de dois engenhos publicitários.

**Art. 20.** A quantidade de anúncios que compõem um grupo de engenhos publicitários, a distância entre os respectivos grupos e a quantidade de anúncios por região no Município será definida por Decreto do Executivo.

**Art. 21.** Não será permitido pinturas, apliques ou quaisquer outros elementos com fins promocionais ou publicitários, que sejam vistos dos logradouros públicos, vias, estradas, rodovias ou similares, além daqueles definidos nesta Lei.

**Parágrafo único.** Estão isentas da presente Lei, as entidades filantrópicas e associações sem fins lucrativos do Município de Piracicaba.

### **Seção III**

#### **Do anúncio publicitário em imóvel não edificado**

**Art. 22.** Nos imóveis não edificados, de propriedade pública ou privada, será permitido anúncio publicitário.

**Art. 23.** Será permitido nos imóveis não edificados, públicos ou privados, as seguintes quantidades de anúncios publicitários:

**I** - imóvel com testada entre 10m (dez metros) e 50m (cinquenta metros) será admitido até 2 (duas) unidades de anúncio;

**II** - imóvel com testada superior a 50m (cinquenta metros) será admitido até 3 (três) unidades, respeitada as demais disposições da presente Lei.

§ 1º Não será permitido anúncio publicitário em imóvel não edificado com testada inferior a 10 m (dez metros).

§ 2º Os recuos do engenho publicitário, em relação às divisas do imóvel, deverão atender os recuos obrigatórios correspondentes às edificações, observado o mínimo de 2m (dois metros) em qualquer das divisas, caso o engenho bloqueie a visibilidade da fachada da edificação.

§ 3º Não serão admitidos quadros superpostos.

§ 4º O anúncio não poderá avançar sobre imóvel confrontante, logradouro público ou calçada.

§ 5º A quantidade de anúncio permitida no imóvel, quer seja indicativo ou publicitário não poderá ser sobreposta.

§ 6º Todos os anúncios publicitários deverão ser identificados com o número do CADAN, nome e telefone da empresa publicitária, na extremidade direita inferior.

§ 7º A estrutura dos anúncios deverá ser de estrutura metálica e possuir seguro de acidentes contra terceiros.

**Art. 24.** Os anúncios publicitários: *outdoor*, painel, *front light*, *back light* ou similares, nos imóveis situados na zona urbana, deverão atender às seguintes dimensões:

**I** - área máxima do anúncio = 40m<sup>2</sup> (quarenta metros quadrados);

**II** - altura máxima do engenho publicitário = 15m (quinze metros);

**III** - vão livre mínimo de 5m (cinco metros), exceto *outdoor*.

**Art. 25.** Os anúncios publicitários: *outdoor*, painel, *front light*, *back light* ou similares, nos imóveis situados na zona rural, deverão atender as seguintes dimensões e condições:

**I** - área máxima do anúncio = 50m<sup>2</sup> (cinquenta metros quadrados);

**II** - altura máxima do engenho publicitário = 15m (quinze metros);

**III** - vão livre mínimo de 5m (cinco metros), exceto *outdoor*.

**Art. 26.** A distância mínima entre anúncios é de 1m (um metro), em projeção horizontal, entre as bordas.

**Art. 27.** A quantidade de anúncios que compõem um grupo de engenhos publicitários, a distância entre os respectivos grupos e a quantidade de anúncio por região no Município será definida por Decreto do Executivo.

**Art. 28.** Não será permitido pinturas, apliques ou quaisquer outros elementos com fins promocionais ou publicitários, que sejam vistos dos logradouros públicos, vias, estradas, rodovias ou similares, além daqueles definidos nesta Lei.

#### **Seção IV**

##### **Do anúncio publicitário em móveis e similares**

**Art. 29.** Os anúncios em veículos automotores e motocicletas, bicicletas, *trailers*, carretas, caçambas e similares não poderão interferir na visibilidade do motorista, bem como possuir peças salientes no entorno do mesmo que possa apresentar perigo a qualquer pessoa.

**Parágrafo único.** A sustentação dos anúncios deverá ser de estrutura metálica e atender as disposições da presente Lei.

#### **Seção V**

##### **Do anúncio publicitário em rodovias e estradas**

**Art. 30.** Poderá ser permitido, a critério da autoridade competente, anúncio publicitário em rodovias e estradas desde que possua, conforme o caso, licença do Departamento de Estradas de Rodagem - DER e concessionária, respeitada a Lei Estadual nº 8.900, de 29 de setembro de 1994, independentemente das demais disposições desta Lei.

#### **Seção VI**

##### **Do anúncio publicitário distribuído aos transeuntes**

**Art. 31.** O anúncio publicitário em forma de folhetos, panfletos ou encartes distribuído aos transeuntes deverão reservar espaço para a seguinte frase: "*Preserve a natureza e mantenha a cidade limpa: RECICLE. Colabore, não jogue no chão*".

§ 1º O anúncio a que se refere o *caput* deste artigo poderá ser distribuído nos pontos fixados por Decreto do Executivo, dentro da área circunscrita no polígono das diversas áreas comerciais da cidade.

§ 2º Fica expressamente proibido o lançamento do material, referido no *caput* deste artigo, nos logradouros públicos.

§ 3º Os anunciantes deverão promover a remoção do material lançado sobre logradouro público num raio de 100 (cem) metros a partir do local da distribuição autorizada na área descrita no § 1º, retro, a partir dessa área o transeunte será responsabilizado pelo material por ele lançado.

§ 4º Para fins do disposto na presente Seção, entende-se por anunciante a pessoa física ou jurídica responsável pela distribuição de anúncio aos transeuntes.

§ 5º Não é permitida a distribuição de anúncios ao condutor e aos passageiros de veículos de qualquer espécie.

§ 6º A pessoa que distribuir anúncios deverá usar colete, camiseta ou similar contendo o nome e telefone do responsável pelo anúncio.

#### **Seção VII**

##### **Do anúncio publicitário no mobiliário urbano**

**Art. 32.** A veiculação de anúncios publicitários no mobiliário urbano, definido no inciso XXI, do art. 3º, da presente Lei, deverá atender ao regulamento a ser editado por Decreto do Executivo.

#### **Seção VIII**

##### **Dos anúncios especiais**

**Art. 33.** Para os efeitos desta Lei, os anúncios especiais são classificados em:

**I - de finalidade institucional:** quando destinado a informação aos cidadãos de atividades do poder público, entidades representativas da sociedade civil, entidades beneficentes e similares, sem finalidade comercial;

**II - de finalidade cultural:** quando for integrante de programa cultural ou alusivo a data de valor histórico, não podendo sua veiculação ser superior a 30 (trinta) dias;

**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 eleitoral:** quando destinado à propaganda de partidos políticos ou de seus candidatos, na forma prevista na legislação federal eleitoral.

§ 1º Nos anúncios dos incisos II e III, retro, o espaço reservado para o patrocinador será determinado pela Secretaria Municipal competente.

§ 2º Os anúncios referentes à propaganda eleitoral deverão ser retirados no prazo máximo de 15 (quinze) dias, a contar da data da realização das eleições ou plebiscitos.

§ 3º As demais disposições serão estabelecidas por Decreto do Executivo.

#### **Seção IX**

##### **Do anúncio imobiliário**

**Art. 34.** Considera-se anúncio de finalidade imobiliária àquele destinado à informação do público para aluguel ou venda de imóvel, devendo estar contido dentro do terreno ou, nos casos de edificação, na fachada da mesma ou fechamento do imóvel.

**Art. 35.** Serão admitidos até 2 (dois) anúncios de finalidade imobiliária, observadas as seguintes dimensões:

**I** - imóvel até 10m (dez metros) de testada: área total da propaganda de até 3m<sup>2</sup> (três metros quadrados);

**II** - acima de 10m (dez metros) e até 50m (cinquenta metros) de testada: área total da propaganda de até 6m<sup>2</sup> (seis metros quadrados);

**III** - acima de 50m (cinquenta metros) de testada: área total da propaganda de até 9m<sup>2</sup> (nove metros quadrados).

§ 1º Quando o anúncio imobiliário for composto apenas de letras, logomarcas ou símbolos grampeados ou pintados na edificação, a área total do anúncio será aquela resultante do somatório dos polígonos formados pelas linhas imediatamente externas que contornam cada elemento inserido na fachada.

§ 2º Não serão admitidos quadros superpostos.

§ 3º O anúncio não poderá avançar sobre imóvel confrontante, logradouro público ou calçada.

§ 4º Quando o anúncio imobiliário for em forma de *outdoor*, painel, *front light* ou *back light* ou similar deverá ser licenciado pela SEDEMA, ser de estrutura metálica e possuir seguro de acidentes contra terceiros, além de observar as demais disposições da presente Lei.

§ 5º Os recuos do engenho imobiliário, em relação às divisas do imóvel, deverão atender os recuos obrigatórios correspondentes às edificações, observado o mínimo de 2m (dois metros) em qualquer das divisas.

#### **Seção X Do anúncio sonoro**

**Art. 36.** A utilização de equipamento que produza som será permitida em nível de pressão sonora não superior a 80 (oitenta) decibéis, medido a 7m (sete metros) de distância de qualquer espécie de veículo ou na menor distância do limite do imóvel.

§ 1º As medições realizadas de distâncias diferentes da mencionada no *caput* deste artigo, deverão atender à Resolução nº 204/2006 do Conselho Nacional de Trânsito - CONTRAN ou qualquer norma que venha a substituí-la ou alterá-la.

§ 2º Os aparelhos de emissão sonora deverão estar direcionados para frente ou para a parte posterior dos veículos.

**Art. 37.** Os veículos destinados à veiculação de anúncios sonoros deverão estar sempre em movimento.

**Art. 38.** É proibido anúncio sonoro em imóvel, admitindo-se informação interna ao estabelecimento, desde que não ultrapasse 60 (sessenta) decibéis, atendida as demais disposições da NBR 10.151/2000 ou outra que venha a alterá-la ou substituí-la.

**Art. 39.** É proibida a veiculação de mensagem sonora que atente contra os bons costumes.

#### **CAPÍTULO V DO PROCEDIMENTO ADMINISTRATIVO**

## Seção I

### Do licenciamento e do Cadastro de Anúncios - CADAN

**Art. 40.** Os anúncios somente poderão ser instalados, bem como os equipamentos de mensagem sonora, após a devida emissão da licença que implicará em seu registro imediato no Cadastro de Anúncios - CADAN.

**Art. 41.** O licenciamento dos anúncios se darão na forma prevista na regulamentação da presente Lei, através de Decreto do Poder Executivo, não sendo necessária a sua renovação, desde que não haja alteração em suas características.

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

**Art. 42.** A aprovação do anúncio nas edificações, áreas e bens tombados pelo Conselho Municipal de Defesa do Patrimônio Cultural de Piracicaba - CODEPAC ou outro órgão na esfera estadual ou federal ficará sujeita à prévia autorização destes órgãos.

**Art. 43.** O despacho de indeferimento do pedido da licença de anúncio será devidamente fundamentado.

**Art. 44.** A Secretaria competente deverá publicar o deferimento ou indeferimento do pedido de licença para anúncio no Diário Oficial do Município.

**Art. 45.** O prazo para pedido de reconsideração de despacho ou de recurso é de 30 (trinta) dias corridos, contados a partir da data da publicação do despacho no Diário Oficial do Município.

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

## Seção II

### Da revogação da licença do anúncio

**Art. 46.** A licença do anúncio será automaticamente revogada nos seguintes casos:

**I** - por solicitação do interessado, mediante requerimento padronizado constante do ANEXO VII desta Lei;

**II** - se forem alteradas as características do anúncio;

**III** - quando ocorrer mudança de local de instalação de anúncio;

**IV** - se forem modificadas as características do imóvel;

**V** - quando ocorrer alteração no Cadastro Mobiliário de Contribuintes - CMC;

**VI** - por infringência a qualquer dispositivo desta Lei, caso não sejam sanadas as irregularidades dentro dos prazos previstos;

**VII** - pelo não atendimento de eventuais exigências dos órgãos competentes;

**VIII** - pela ocorrência da hipótese prevista no art. 39 desta Lei.

**Art. 47.** Os responsáveis pelo anúncio, nos termos dos arts. 48 e 49 desta Lei, deverão manter o número do processo da licença de anúncio e do CADAN de forma visível e legível

do logradouro público, bem como o selo em perfeita condições, nos casos de anúncio sonoro, sob pena de aplicação das sanções estabelecidas no Capítulo VI desta Lei e demais legislação aplicável.

**Parágrafo único.** Os responsáveis pelo anúncio deverão manter, no imóvel onde está instalado, à disposição da fiscalização, toda a documentação comprobatória da regularidade junto ao Cadastro de Anúncio - CADAN, da inscrição no Cadastro Mobiliário de Contribuintes - CMC e dos pagamentos da Taxa de Licença para Publicidade - TP.

### **Seção III Dos responsáveis pelo anúncio**

**Art. 48.** São responsáveis pelos anúncios as pessoas físicas ou jurídicas que confeccionam, instalam, distribuem ou anunciam.

**Parágrafo único.** Os responsáveis pelo anúncio responderão administrativa, civil e criminalmente pela veracidade das informações prestadas.

**Art. 49.** Para efeitos desta Lei, são solidariamente responsáveis pelo anúncio o proprietário e o possuidor do imóvel, bem como o proprietário do veículo, no qual o anúncio estiver instalado e o anunciante, nos casos de anúncios distribuídos aos transeuntes.

**§ 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.

### **Seção IV Das instâncias administrativas e competências**

**Art. 50.** Para a apreciação e decisão da matéria tratada nesta Lei, serão observadas as seguintes instâncias administrativas:

**I** - Secretário(a) da Secretaria correspondente;

**II** – Prefeito Municipal.

**Art. 51.** Compete à Secretaria Municipal do Meio Ambiente - SEDEMA:

**I** - supervisionar e articular a atuação dos anúncios;

**II** - expedir atos normativos e definir procedimentos administrativos para fiel execução desta Lei;

**III** - licenciar ou cadastrar os anúncios de sua competência, inclusive os que já foram protocolados em data anterior a da publicação desta Lei;

**IV** - licenciar ou cadastrar anúncio indicativo nos bens de valor cultural, após anuência do Departamento do Patrimônio Histórico - DPH, do Instituto de Pesquisas e Planejamento de Piracicaba - IPPLAP e do Conselho Municipal de Defesa do Patrimônio Cultural - CODEPAC;

**V** - autorizar os anúncios especiais, exceto aqueles de competência da Secretaria Municipal da Ação Cultural - SEMAC;

**VI** - fiscalizar o cumprimento desta Lei e punir os infratores e responsáveis, aplicando as penalidades cabíveis;

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

**Art. 52.** Compete à Secretaria Municipal da Ação Cultural - SEMAC:

**I** - expedir atos normativos quanto à classificação dos anúncios de finalidade cultural, atendido o disposto no inciso II, do art. 33, desta Lei;

**II** - autorizar os anúncios especiais de sua competência;

**III** - emitir parecer, no âmbito de suas atribuições, quanto ao enquadramento de situações não previstas na presente Lei.

**Art. 53.** Compete ao Instituto de Pesquisas e Planejamento de Piracicaba - IPPLAP, quanto aos elementos da paisagem:

**I** - propor normas e programas específicos para anúncios nos distintos setores da cidade;

**II** - disciplinar e normalizar os mobiliários urbanos;

**III** - expedir atos normativos quanto às características e parâmetros para anúncios em bens de valor cultural, conforme definido no inciso XX do art. 3º desta Lei;

**IV** - a criação de novos padrões mais restritivos de comunicação institucional, informativa ou indicativa;

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

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

**VII** - propor mecanismos eficazes de fiscalização sobre as diversas intervenções na paisagem.

## **CAPÍTULO VI DAS INFRAÇÕES E PENALIDADES**

### **Seção I Das infrações**

**Art. 54.** Para os fins desta Lei, consideram-se infrações:

**I** - exibir anúncio:

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

b) com dimensões diferentes das aprovadas;

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



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

**II** - manter o anúncio em mau estado de conservação;

**III** - manter veículo sem o devido selo ou em mau estado de conservação, nos casos de anúncio sonoro;

**IV** - não atender às intimações do órgão competente para a regularização ou a remoção do anúncio;

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

**VI** - praticar qualquer outra violação às normas previstas nesta Lei.

**Parágrafo único.** Para todos os efeitos desta Lei, respondem solidariamente pela infração praticada, os responsáveis pelo anúncio, nos termos dos arts. 48 e 49 desta Lei.

## **Seção II Das penalidades**

**Art. 55.** A inobservância dos dispositivos desta Lei sujeitará os infratores, nos termos dos arts. 48 e 49 desta Lei, às seguintes penalidades:

**I** - multa;

**II** - revogação imediata da licença do anúncio indicativo, publicitário, sonoro ou da autorização do **anúncio especial**;

**III** - apreensão do anúncio;

**IV** - remoção do anúncio.

**Art. 56.** A pessoa física ou jurídica que estiver inadimplente com a Prefeitura Municipal terá o anúncio removido.

**Art. 57.** Na aplicação da primeira multa, sem prejuízo das demais penalidades cabíveis, os responsáveis serão intimados a regularizar o anúncio ou a removê-lo, quando for o caso, observados os seguintes prazos:

**I** - de até 5 (cinco) dias;

**II** - imediatamente, no caso de anúncio que apresente risco iminente.

**Art. 58.** Na hipótese do infrator não proceder à regularização ou remoção do anúncio instalado irregularmente, a Prefeitura Municipal adotará as medidas para sua retirada, ainda que esteja instalado em imóvel particular, cobrando os respectivos custos de seus responsáveis, independentemente da aplicação das multas e demais sanções cabíveis.

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

**Art. 59.** As multas serão aplicadas da seguinte forma:

I - primeira multa no valor de R\$ 500,00 (quinhentos reais) por anúncio indicativo irregular;

II - primeira multa no valor de R\$ 1.000,00 (um mil reais) nos demais casos de anúncio irregular;

III - persistindo a infração após a aplicação da primeira multa, sem que sejam respeitados os prazos para regularização do anúncio, 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, caso esta não ocorra, a Prefeitura Municipal realizará a remoção do anúncio, sem prejuízo do ressarcimento, pelos responsáveis, decorrente dos custos da retirada do anúncio irregular.

**Parágrafo único.** Nos casos previstos nos arts. 7º e 8º 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 nos logradouros públicos e mobiliário urbano, as sanções estipuladas neste artigo serão também aplicadas aos respectivos responsáveis, que passarão a integrar cadastro municipal próprio, que será veiculado pela *Internet* no *site* da Prefeitura, na condição de "*cidadão não responsável pela cidade*".

**Art. 60.** A apreensão consiste na tomada dos objetos que constituírem prova material de infração aos dispositivos estabelecidos nesta Lei.

**Parágrafo único.** Na apreensão lavrar-se-á auto de apreensão que conterá a descrição dos objetos apreendidos e a indicação do lugar onde ficarão depositados, independentemente das multas devidas.

**Art. 61.** Nos casos de apreensão ou remoção executada pela Prefeitura Municipal os objetos serão recolhidos aos seus depósitos.

**Parágrafo único.** Desde que não exista impedimento legal, a devolução dos objetos apreendidos só se fará após pagas as multas respectivas e as despesas da Prefeitura Municipal com a apreensão, remoção, transporte e guarda do material irregular.

**Art. 62.** No caso de não serem reclamados e retirados dentro de 30 (trinta) dias, os materiais e objetos apreendidos ou removidos serão encaminhados, conforme o caso, para reciclagem, para utilização dos órgãos da Prefeitura Municipal na execução de suas atividades institucionais, para leilão público ou encaminhados para o aterro sanitário.

**Art. 63.** Prescreve em 30 (trinta) dias o direito de retirar o saldo dos objetos vendidos em leilão, depois desse prazo ficará em depósito para ser distribuído, a critério da Prefeitura Municipal às instituições de assistência social do Município.

## CAPÍTULO VII DAS DISPOSIÇÕES FINAIS E TRANSITÓRIAS

**Art. 64.** Todos os anúncios, inclusive suas estruturas de sustentação, já licenciados e instalados deverão se adequar ao disposto nesta Lei.

**Parágrafo único.** Em caso da não adequação de todos os anúncios nos prazos estabelecidos nesta Lei, serão impostas as penalidades previstas em seu Capítulo VI.

**Art. 65.** Novas tecnologias e meios de veiculação de anúncios, bem como projetos diferenciados não previstos nesta Lei, serão enquadrados e terão seus parâmetros estabelecidos pelo Instituto de Pesquisas e Planejamento de Piracicaba em conjunto com as Secretarias Municipais de Defesa do Meio Ambiente, de Ação Cultural e de Trânsito e Transportes, conforme o caso.

**Art. 66.** O Poder Executivo promoverá as medidas necessárias para viabilizar a aplicação das normas previstas nesta Lei, em sistema computadorizado.

**Art. 67.** Os pedidos de licença de anúncios e de autorização de anúncios especiais pendentes de apreciação na data da entrada em vigor desta Lei deverão adequar-se às exigências e condições por ela instituídas.

**Art. 68.** O Poder Executivo poderá celebrar termo de cooperação com a iniciativa privada, visando à execução e manutenção de melhorias urbanas, ambientais e paisagísticas, bem como à conservação de áreas municipais, atendido o interesse público.

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

§ 2º Os termos de cooperação terão prazo de validade de, no máximo, 3 (três) anos e deverão ser publicados na íntegra no Diário Oficial do Município, no prazo máximo de 30 (trinta) dias contados da data de sua assinatura, observadas as normas constantes desta Lei.

**Art. 69.** Todas as secretarias deverão enviar à SEDEMA, no prazo de 3 (três) meses a partir da publicação desta Lei todas as licenças dos anúncios, com a respectiva data de emissão, número do cadastro, nome da empresa responsável e data de validade de cada anúncio, as quais deverão ser publicadas no Diário Oficial do Município, no prazo de 60 (sessenta) dias do seu recebimento.

**Art. 70.** Caberá à SEDEMA a veiculação, pela *Internet*, das publicações relativas às licenças por ela emitidas.

**Art. 71.** A presente Lei poderá ser regulamentada por Decreto do Poder Executivo, no que couber.

**Art. 72.** Ficam expressamente revogadas as Leis nº 2.068, de 11 de dezembro de 1.973; nº 3.642, de 31 de agosto de 1.993; nº 3.873, de 21 de novembro de 1.994; nº 4.070, de 22 de maio de 1.996 e nº 4.490, de 13 de julho de 1.998.

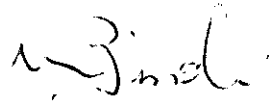
**Art. 73.** Esta Lei entra em vigor 18 (dezoito) meses após a data de sua publicação.

Prefeitura do Município de Piracicaba, em 28 de maio de 2009.

  
**BARJAS NEGRI**  
Prefeito Municipal

  
**FRANCISCO ROGÉRIO VIDAL E SILVA**  
Secretário Municipal de Defesa do Meio Ambiente

  
**JOÃO CHADDAD**  
Diretor Presidente do IPPLAP



**MILTON SÉRGIO BISSOLI**  
Procurador Geral do Município

Publicada no Diário Oficial do Município de Piracicaba.

**MARCELO MAGRO MAROUN**  
Chefe da Procuradoria Jurídico-administrativa

## SUMÁRIO

CAPÍTULO I - DOS OBJETIVOS .....	art. 1º
CAPÍTULO II - DAS DEFINIÇÕES .....	arts. 2º a 4º
CAPÍTULO III - DAS NORMAS GERAIS .....	arts. 5º a 8º
CAPÍTULO IV - DOS ANÚNCIOS	
Seção I - Do Anúncio Indicativo .....	arts. 9º a 14
Seção II - Do Anúncio Publicitário em Imóvel Edificado .....	arts. 15 a 21
Seção III - Do Anúncio Publicitário em Imóvel não Edificado .....	arts. 22 a 28
Seção IV - Do Anúncio Publicitário em Móveis e Similares .....	art. 29
Seção V - Do Anúncio Publicitário em Rodovias e Estradas .....	art. 30
Seção VI - Do Anúncio Publicitário Distribuído aos Transeuntes .....	art. 31
Seção VII - Do Anúncio Publicitário no Mobiliário Urbano .....	art. 32
Seção VIII - Dos Anúncios Especiais .....	art. 33
Seção IX - Do Anúncio Imobiliário .....	arts. 34 e 35
Seção X - Do Anúncio Sonoro .....	arts. 36 a 39
CAPÍTULO V – DO PROCEDIMENTO ADMINISTRATIVO	
Seção I - Do Licenciamento e do Cadastro de Anúncios – CADAN . .....	arts. 40 a 45
Seção II - Da Revogação da Licença do Anúncio .....	arts. 46 e 47
Seção III - Dos Responsáveis pelo Anúncio .....	arts. 48 e 49
Seção IV - Das Instâncias Administrativas e Competências .....	arts. 50 a 53
CAPÍTULO VI - DAS INFRAÇÕES E PENALIDADES	
Seção I - Das Infrações .....	art. 54
Seção II - Das Penalidades .....	arts. 55 a 63
CAPÍTULO VII - DAS DISPOSIÇÕES FINAIS E TRANSITÓRIAS .....	
	arts. 64 a 73