

Dispõe sobre a criação da Zona de Preservação Paisagística e Ambiental – ZPPA-2 da Cidade do Rio de Janeiro para valorização da paisagem urbana e de ordenamento da exibição de publicidade.

O PREFEITO DA CIDADE DO RIO DE JANEIRO, no uso das atribuições que lhe são conferidas pela legislação em vigor, e

CONSIDERANDO, que a valorização e preservação do patrimônio paisagístico e cultural da Cidade é direito amplamente garantido pela Lei Orgânica do Município do Rio de Janeiro a todos os cidadãos;

CONSIDERANDO o poder-dever do Município de criar medidas que promovam a defesa da paisagem, em consonância com a Lei Orgânica do Município do Rio de Janeiro, em especial nos arts. 429, 460 e 474;

CONSIDERANDO os diversos eventos internacionais que se realizarão no Município, divulgando a paisagem urbana do Rio de Janeiro ao mundo, bem como os compromissos assumidos quanto à preservação dessa paisagem;

CONSIDERANDO a necessidade de recuperar a qualidade estética dos logradouros públicos e dos elementos naturais ou construídos que compõem a paisagem urbana na macrozona de ocupação controlada, instituída pela Lei Complementar nº 111 de 01 de fevereiro de 2.011, que inclui os bairros da Tijuca, Alto da Boa Vista e Praça da Bandeira, Maracanã, Vila Isabel, Andaraí e Grajaú, Estácio, Cidade Nova, Rio Comprido, Catumbi e Santa Teresa na Cidade do Rio de Janeiro;

CONSIDERANDO as disposições contidas no parágrafo único do art. 125 da Lei nº 691, de 24 de dezembro de 1984;

CONSIDERANDO as disposições contidas na Lei nº 758, de 14 de novembro de 1985, em especial nos arts. 45, 54 § 1º, 55 e 57, parágrafo único;

CONSIDERANDO as disposições contidas na Lei nº 1921, de 05 de novembro de 1992, e na Lei nº 3.445, de 18 de novembro de 2002, além dos dispositivos de proteção regionais vigentes;

CONSIDERANDO as disposições contidas no Decreto nº 30.825, de 25 de junho de 2009,

DECRETA:

Art. 1º Fica criada a Zona de Preservação Paisagística e Ambiental – ZPPA-2 da Cidade do Rio de Janeiro para valorização da paisagem urbana e de ordenamento da exibição de publicidade que se revele ao público, valendo-se a qualquer título de locais ou de imóveis, públicos ou particulares.

§ 1º A ZPPA-2 é delimitada pela área de abrangência das III, VIII, IX e XXIII Regiões Administrativas;

§ 2º A ZPPA-2 é limitada aos ambientes visíveis dos logradouros. Aos anúncios instalados no interior de centros comerciais, galerias e congêneres, aplicam-se as normas do Regulamento 3 do Livro I do Decreto 29.881/08.

Art. 2º As estratégias para a implantação da política da paisagem urbana são as seguintes:

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

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

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

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

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

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

Art. 3º Para os efeitos de aplicação deste decreto, ficam estabelecidas as seguintes definições:

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

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

b) anúncio publicitário: quando divulgue ou promova produtos, marcas, empresas ou instituições de terceiros, ainda que veiculados no local do estabelecimento, ou que sejam exibidos fora do local onde a atividade é exercida;

c) anúncio de caráter transitório: aquele que possui características específicas, com finalidade turística, desportiva, social, cultural, educativa, referente a evento, com autorização do Prefeito.

II - área de exposição do anúncio: a área que compõe cada face da mensagem do anúncio, devendo, caso haja dificuldade de determinação da superfície de exposição, ser considerada a área do menor quadrilátero regular que contenha o anúncio;

III - área livre de imóvel edificado: é a área descoberta existente entre a edificação e as divisas do imóvel que a contém, incluída a área de afastamento frontal;

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

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

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

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

VIII - mobiliário urbano: são elementos de escala complementares das funções urbanas, localizados em espaços públicos, integrantes da paisagem urbana, que têm sido objeto de tratamento legal mais minucioso, especialmente na parte referente à publicidade que podem ser do tipo: abrigo de ônibus, indicador de logradouro público, indicador de hora e temperatura, indicador de direção de bairro e local turístico, bicicletário, banca de jornal, mupi, aspersor, sanitário público, quiosques da orla, abrigo e cabine de telefone;

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

X - imóvel: o lote, público ou privado, edificado ou não, assim definido:

a) imóvel edificado: aquele ocupado total ou parcialmente com edificação permanente;

b) imóvel não-edificado: aquele não ocupado ou ocupado com edificação efêmera, nos termos da legislação de uso e ocupação do solo;

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

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

Art. 4º Para os fins deste Decreto, não são considerados anúncios:

I - os nomes, símbolos, entalhes, relevos ou logotipos, incorporados à fachada por meio de aberturas ou gravados nas paredes, sem aplicação, sem pintura ou afixação de elementos, integrantes de projeto aprovado das edificações;

II - os logotipos ou logomarcas de postos de abastecimento e serviços, quando veiculados nos equipamentos próprios do mobiliário obrigatório, como bombas, densímetros e similares;

III - as denominações de prédios e condomínios;

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

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

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

VII - aqueles instalados em áreas de proteção ambiental que contenham mensagens institucionais com patrocínio, desde que autorizados pelo Prefeito;

VIII - os que contenham as bandeiras dos cartões de crédito aceitos nos estabelecimentos comerciais, desde que não ultrapassem a área total de 0,09m² (nove decímetros quadrados);

IX - os “banners” ou pôsteres indicativos dos eventos culturais que ocorrerão na própria edificação de museus ou teatros, desde que não ultrapassem 10% (dez por cento) da área total da fachada onde estiverem instalados;

X – a área tradicionalmente utilizada pelos cinemas para substituição de mensagem alusiva aos filmes em exibição, na fachada do próprio estabelecimento;

XI - a denominação de hotéis ou a sua logomarca, quando inseridas ao longo da fachada das edificações onde é exercida a atividade, desde que exigida por legislação federal e nas dimensões ali previstas.

Art. 5º Todo anúncio deverá observar, dentre outras, as seguintes normas:

I - oferecer condições de segurança ao público;

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

III - receber tratamento final adequado em todas as suas superfícies, inclusive na sua estrutura;

IV - atender as normas técnicas pertinentes à segurança e estabilidade de seus elementos;

V - atender as normas técnicas emitidas pela Associação Brasileira de Normas Técnicas - ABNT, pertinentes às distâncias das redes de distribuição de energia elétrica, ou a parecer técnico emitido pelo órgão público estadual ou empresa responsável pela distribuição de energia elétrica;

VI - respeitar a vegetação arbórea significativa definida por normas específicas constantes do Plano Diretor da Cidade;

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;

IX - não prejudicar a visualização de bens de valor cultural.

Art. 6º É proibida a instalação de anúncios:

I – em parques e jardins;

II - em encostas de morros, habitados ou não;

III - em áreas florestadas;

IV - na faixa de domínio de estradas municipais, estaduais e federais;

V – nos canteiros das avenidas;

VI – a menos de 200 (duzentos) metros de emboques de túneis e de pontes, viaduto e passarelas;

VII – em linha de cumeada;

VIII – em local que prejudique a visão de sinalizações de trânsito e de orientação à população;

IX – sítios, conjuntos e monumentos protegidos legalmente;

X – em árvores ou ao seu redor;

XI – em postes, muros, gradis e pilotis;

XII – na pavimentação das ruas, meios-fios e calçadas;

XIII – nos semáforos e outras sinalizações de trânsito.

§ 1º Para efeito do inciso V, entende-se como faixa de domínio das estradas o espaço de quinze metros contados a partir das margens de seu leito.

§ 2º Para efeito do inciso VII, entende-se como emboque os pontos iniciais de acesso a túneis, pontes, viadutos e passarelas.

Art. 7º É proibido colocar anúncio na paisagem que:

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

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

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

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

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

Art. 8º A aprovação do anúncio indicativo nas edificações e áreas enquadradas no “Corredor Cultural” e nas “APACs” - Áreas de Proteção do Ambiente Cultural fica condicionada à prévia autorização da SUBPC - Subsecretaria de Patrimônio Cultural, Intervenção Urbana, Arquitetura e Design, do Gabinete do Prefeito.

Art. 9º Ressalvado o disposto no art. 12 deste Decreto, será permitido somente um único anúncio indicativo por imóvel público ou privado, que poderá conter todas as informações necessárias ao público.

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

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

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

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

IV – Será tolerado um anúncio com mensagem indicativa do estabelecimento, instalado em suportes em forma de totens ou estruturas tubulares, devendo ele estar contido dentro do lote da edificação e não ultrapassar a altura máxima de 6,00m (seis metros), incluídas a estrutura e a aresta superior do anúncio;

a) a área total de exibição da mensagem não poderá exceder a 2m² (dois metros quadrados), em cada uma das duas faces permitidas;

b) a estrutura de apoio do anúncio não poderá exceder, na largura ou no diâmetro, a 50% da largura do anúncio.

§ 2º Não serão permitidos anúncios que descaracterizem as fachadas dos imóveis com a colocação de painéis ou outro dispositivo, bem como sobre marquises ou em suas testadas.

§ 3º Não serão permitidos anúncios instalados como recobrimento de fachadas, mesmo que constantes de projeto de edificação aprovado ou regularizado.

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

§ 5º Nas edificações existentes no alinhamento, regulares e dotadas de licença de funcionamento, o anúncio indicativo poderá avançar até 0,10m (dez centímetros) sobre o passeio, quando instalados abaixo de 2,50 m (dois metros e cinquenta).

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

§ 7º Será admitido anúncio indicativo em toldo retrátil e bambinela, desde que a altura das letras não ultrapasse 0,20m (vinte centímetros), atendido o disposto no “caput” deste artigo.

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

§ 9º A altura máxima da aresta superior de qualquer anúncio indicativo não deverá ultrapassar, em nenhuma hipótese, a altura de 6,00m (seis metros).

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

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

Art. 10. Ficam proibidos os anúncios em tabuletas, nas empenas cegas e nas coberturas das edificações, em tapumes e telas de obras de imóveis em construção e reforma.

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

Parágrafo único. Não serão permitidos, nos imóveis edificados, públicos ou privados, a colocação de “banners”, faixas ou qualquer outro elemento, dentro ou fora do lote, visando a chamar a atenção da população para ofertas, produtos ou informações.

Art.12. Nos imóveis públicos ou privados com testada igual ou maior que 100,00m (cem metros) lineares poderão ser instalados 2 (dois) anúncios com área total não superior a 10,00m² (dez metros quadrados) cada um.

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

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

Art.13. Os centros comerciais obedecerão às seguintes regras:

I – Quando não possuírem unidades imobiliárias ou lojas voltadas para o logradouro serão aplicadas as regras do inciso II do art. 9º ou as regras do art. 12 deste Decreto, dependendo da medida linear da fachada;

II – Quando possuírem, além da fachada, unidades imobiliárias ou lojas voltadas para o logradouro, adotar-se-á para o anúncio na fachada do centro comercial a área mencionada no inciso II, do § 1º, do art. 9º deste Decreto.

III – Para as unidades imobiliárias ou lojas mencionadas no inciso anterior, adotar-se-á a área mencionada no inciso I, do § 1º, do art. 9º deste Decreto.

Art. 14. Não será permitido qualquer tipo de anúncio em imóveis não--edificados, de propriedade pública ou privada, ressalvado o disposto no parágrafo único deste artigo. Parágrafo único. Caso seja exercida atividade na área não-edificada, que possua a devida licença de funcionamento poderá ser instalado anúncio indicativo, observado o disposto no art. 9º deste Decreto.

Art. 15. Fica proibida, no âmbito da ZPPA-2, a colocação de anúncio publicitário, conforme definido na alínea “b”, do inciso I, do art. 3º, deste Decreto.

Art. 16. Para os efeitos deste Decreto, os anúncios de caráter transitório são aqueles que possuem características específicas, com finalidade turística, desportiva, social, cultural, educativa, referente a evento, com autorização do Prefeito.

Art. 17. A veiculação de anúncios publicitários no mobiliário urbano será feita nos termos estabelecidos na legislação em vigor.

Art. 18. São considerados como mobiliário urbano de uso e utilidade pública os definidos no inciso VIII, do art. 3º deste Decreto.

Art.19. Ficam revogadas as autorizações concedidas que estejam em desacordo com as regras deste Decreto.

§ 1º A contar da data de publicação deste Decreto, fica estabelecido o prazo previsto no Anexo que o acompanha para retirada ou adequação dos anúncios aos termos do presente regulamento, considerando--se, desde já, os seus responsáveis oficialmente notificados da obrigação determinada.

§ 2º As autorizações para instalação dos anúncios sujeitos à adequação serão outorgadas mediante protocolização de requerimento instruído com o novo projeto, exigindo-se a Taxa de Autorização de Publicidade, nos termos do item 1, do inciso III, do art. 129, § 5º e proporcional aos meses que restarem para o término de 2012, nos termos do item 2, do inciso III, art. 129, § 8º, do Código Tributário do Município, conforme o caso.

Art. 20. As infrações às normas deste Decreto serão apenadas com as sanções previstas no Código Tributário do Município, na Lei nº 758, de 14 de novembro de 1985, e na Lei nº 1.921, de 5 de novembro de 1992, sujeitando-se o responsável à sanção cominatória ali prevista, cuja apuração considera todo o período transcorrido entre o prazo estabelecido no Anexo deste Decreto e a definitiva retirada da publicidade sem autorização.

Parágrafo único. Em caso de reincidência, as multas serão aplicadas em dobro.

Art. 21. Serão considerados igualmente infratores o anunciante na mensagem veiculada, a empresa de publicidade responsável pelo espaço de exibição e qualquer pessoa física ou jurídica que se beneficie diretamente da publicidade.

§ 1º Os Autos de Infração serão lavrados para qualquer um dos infratores.

§ 2º A lavratura de Auto de Infração poderá ser efetuada no momento de retirada do anúncio irregular ou encaminhada em separado, a critério da autoridade fiscalizadora.

Art. 22. A Municipalidade adotará as medidas para retirada dos anúncios que estejam irregulares, ainda que instalados em imóveis privados, cobrando os respectivos custos de seus responsáveis.

Parágrafo único. O Poder Público Municipal poderá ainda interditar e providenciar a remoção imediata do anúncio, ainda que esteja instalado em imóvel privado, em caso de risco iminente de segurança ou da reincidência na prática de infração, cobrando os



custos de seus responsáveis, não respondendo por quaisquer danos causados ao anúncio quando de sua remoção.

Art. 23. Todos os anúncios não enquadrados nas disposições do presente Decreto, inclusive suas estruturas de sustentação, instalados, com ou sem autorização expedida a qualquer tempo, dentro dos lotes urbanos de propriedade pública ou privada, deverão ser retirados pelos seus responsáveis no prazo determinado no Anexo deste Decreto.

Art. 24. Os pedidos de autorização de publicidade pendentes de apreciação na data da entrada em vigor deste Decreto deverão ter seus projetos adequados às exigências e condições por ele instituídas.

Art. 25. Este Decreto entra em vigor na data de sua publicação, nas áreas que define, revogadas as disposições em contrário.

Rio de Janeiro, 09 de agosto de 2012 - 448º da Fundação da Cidade.

EDUARDO PAES

D. O RIO 10.08.2012

ANEXO

| PRAZOS PARA RETIRADA DOS ANÚNCIOS | | |
|--|--------------------|------------------------|
| PONTOS DE INSTALAÇÃO | AUTORIZADOS | NÃO AUTORIZADOS |
| TABULETA | IMEDIATO | IMEDIATO |
| COBERTURA | IMEDIATO | IMEDIATO |
| EMPENA | IMEDIATO | IMEDIATO |
| IMÓVEIS EM CONSTRUÇÃO E/ OU REFORMA | IMEDIATO | IMEDIATO |
| IMÓVEIS NÃO EDIFICADOS | IMEDIATO | IMEDIATO |
| FIXADO AO SOLO | IMEDIATO | IMEDIATO |
| FACHADA PUBLICITÁRIO | 180 DIAS | 90 DIAS |
| FACHADA INDICATIVO | 180 DIAS | 90 DIAS |
| TOLDOS E BAMBINELAS PUBLICITÁRIOS | 180 DIAS | 90 DIAS |
| TOLDOS E BAMBINELAS INDICATIVOS | 180 DIAS | 90 DIAS |