



www.leismunicipais.com.br

Versão consolidada, com alterações até o dia 16/12/2015

## **LEI Nº 2667, de 20 de maio de 2008.**

### **CRIA O ZONEAMENTO DE USO DA PUBLICIDADE E PROPAGANDA, REGULAMENTA OS TIPOS, MODELOS E DEMAIS REQUISITOS A SEREM ATENDIDOS PARA O LICENCIAMENTO DE ENGENHOS PUBLICITÁRIOS, REVOGA AS LEIS MUNICIPAIS 1255/94, 1281/94, 1511/97, 1656/99, 1638/99, 1809/01, 1842/01, 1977/02 E O DECRETO 036/2005 E DISPOSITIVOS DA LEI MUNICIPAL 2398/05 E DÁ OUTRAS PROVIDÊNCIAS.**

PEDRO HENRIQUE BERTOLUCCI, Prefeito de Gramado, no uso de suas atribuições legais, FAÇO SABER, que a Câmara Municipal de Vereadores aprovou e eu sanciono e promulgo a seguinte Lei:

#### **CONSIDERAÇÕES GERAIS**

**Art. 1º** Regulamenta-se a publicidade e a propaganda ao ar livre, por meios eletrônicos, televisíveis e de radiodifusão, em todo território municipal de Gramado, através da presente Lei.

**Art. 2º** São considerados, para os fins desta lei, todos os engenhos, veículos ou formas de publicidade ou propaganda utilizadas no Município de Gramado ou que dele se referem, entre outros:

I - As placas, anúncios, letreiros e painéis;

II - Os cartazes, panfletos, folhetos, galhardetes, emblemas, avisos, mostruários, removíveis ou não;

III - O som;

IV - A imagem;

V - Os apelos visuais;

VI - A forma;

VII - O uso da Internet.

§ 1º A publicidade e propaganda ao ar livre, compreende os processos e meios de divulgação visíveis, audíveis ou perceptíveis ao público, utilizados em todo território municipal, de maneira externa; sejam de forma fixa ou móvel, em lugares de domínio público ou privados, bem como em vias, logradouros públicos, faixas de domínio de rodovias estaduais, e estradas vicinais municipais.

§ 2º A publicidade e propaganda por meios eletrônicos refere-se àquelas utilizados via Internet, sejam eles referentes a divulgação pública ou particular que utilizem o nome ou a imagem do Município de Gramado. Estão incluídos nesta categoria, à venda de bens e imóveis, mesmo que em caráter temporário.

§ 3º A publicidade e propaganda por meios televisivos e de radiodifusão são aquelas utilizadas nas emissoras de rádio, TV, e em audiovisuais públicos, sejam estes com objetivo de venda de produtos,

de serviços e bens, utilizando-se como forma de promoção o nome ou a imagem do Município de Gramado.

§ 4º Serão consideradas como publicidade ou propaganda ao ar livre em vias públicas, aquelas utilizadas em servidões, passagens, becos, ruas sem saída; sejam estas, de pedestres ou veículos.

§ 5º As formas de publicidade colocadas em paredes ou áreas frontais dos subsolos das edificações, quando voltados diretamente para as vias públicas, deverão atender ao que determina a lei, tanto na forma quanto ao conteúdo, exigidos para os pavimentos térreos.

**Art. 3º** Serão consideradas ofensivas ao interesse, desta Lei a utilização do nome e da imagem de Gramado, de forma diversa aos de situar, localizar, identificar e orientar geograficamente.

§ 1º Os mapas municipais utilizados para os fins relacionados, no caput, deste Art., sejam parciais ou totais, associados a veículo publicitário, não poderão deturpar, dificultar, confundir ou alterar o mapa oficial da cidade, sob pena de serem considerados ofensivos a presente Lei.

**Art. 4º** Para fins de regulamentação, pela presente lei, entende-se como elementos publicitários:

§ 1º Os veículos automotores, reboques, licenciados neste Município, bicicletas, carros de tração animal ou mecânica, que se utilizarem da via pública com a finalidade de divulgar, promover, oferecer produtos e serviços, usando apelos visuais ou sonoros, estejam estes em locomoção ou estacionados.

§ 2º Os meios de publicidade e propaganda utilizados em atividades lucrativas, exercidas em áreas públicas deste Município, de maneira itinerante ou estacionária, seja por pessoas físicas ou jurídicas, entendidas como comércio de rua.

**Art. 5º** Serão consideradas parte integrante desta lei, publicidade, propaganda ou divulgação promocional de produtos e serviços colocados de forma interna, quando dirigidas e voltadas para o exterior, expostos de forma direta, tais como aplicação, adesivo ou pintura em vitrines dos estabelecimentos comerciais.

## ASPECTOS FUNDAMENTAIS

**Art. 6º** A normatização, colocação, aplicação e o uso de artefatos e modelos publicitários externos, eletrônicos, televisivos e radiofônicos, abrangendo toda a área urbana e rural deste Município, quanto ao direito de uso de sua imagem dentro e fora dos limites de sua territorialidade passa a ser regulamentada pelos termos da presente Lei.

§ 1º Os seguintes elementos são fundamentais para as normas definidas nesta Lei, bem como na decisão dos casos omissos à esta, decididos pelo Conselho Municipal da Publicidade e da Propaganda de Gramado- COMPRUG, sempre, observando a defesa e comprometimento com:

### I - Despoluição Visual

- a) A limpeza visual e a preservação do meio ambiente do município;
- b) A diminuição da diversidade e da massificação publicitária pública, utilizando-se dos meios e formas legais padronizadas;
- c) O controle das alternativas, com o objetivo de reduzir modos, números e formas;
- d) A criação e aceitação se necessária, de novos meios e veículos de propaganda e publicidade, considerando e prevalecendo sempre a harmonia, em detrimento a multiplicidade e do descontrole de seus usos;
- e) A valorização das publicidades padronizadas existentes;
- f) O incentivo ao caráter informativo dos estabelecimentos, prevalecendo a identificação e qualificação destes, sobrepondo-se ao cunho publicitário, descritivo e pormenorizado de seus serviços, produtos

comercializados e ofertados, promovendo sempre que possível, o uso do menor número de informações;

g) A utilização da igualdade de instrumentos, de dimensões mais reduzidas, permitidas para os zoneamento de uso publicitário específicos, integrados a arquitetura e sem descaracterizá-la, visando a despoluição visual;

h) O impedimento de qualquer tentativa de sobreposição de tipos de publicidade não prevista nesta lei, mesmo que padronizadas e consagradas; tais como logotípicas, marcas industriais, lay-outs de identificação de estabelecimentos de empresas de qualquer gênero e ou de suas campanhas publicitárias, devendo estas se adequarem a presente lei;

i) A disponibilidade física do lugar a ser implantada bem como do campo visual possível.

## II - Proteção Ambiental

a) O compromisso público da publicidade com a integração ambiental;

b) A sua integração ao cenário urbanístico, não se sobrepondo, a natureza, paisagem e arquitetura.

c) A busca, orientação e o aconselhamento dos órgãos ambientais e históricos municipais quando se fizer necessário.

## III - Interesse Público

a) A preservação e direito de uso da imagem institucional municipal;

b) A imagem do Município de Gramado, impedindo alternativas de divulgação que estejam em desacordo com as características próprias do município e da presente lei;

c) A igualdade de oportunidades e permissão do uso publicitário à todos sem distinção, exceto as diferenciações estabelecidas na presente lei;

d) A não concessão de privilégios, nem exclusividade aos interesses de particulares ou de grupos, associações, sindicatos, entidades de representação, clubes de serviço e de qualquer outro tipo e gênero, devendo estes, sujeitar-se as normas desta lei;

e) A coibição de toda e qualquer forma de veículos publicitários oportunistas, não comprometidos com o espírito desta lei;

f) O esforço de impedir padronagens diferentes das oficiais, se sobrepondo as normas locais;

g) A facilidade de mecanismos de controle da Lei disponibilizando a todo e qualquer cidadão, possibilidade e capacidade de percepção ao desrespeito a norma, de modo que a população em geral possa se aliar ao departamento fiscalizador municipal, ajudando-o, à denunciar as distorções e os abusos.

## IV - Interesse Turístico

a) A busca por uma identidade publicitária municipal própria, de forma a ser reconhecida como modelo referencial nacional;

b) A identidade publicitária em consonância com a importância e a identificação do Município de Gramado, no cenário turístico;

c) A disciplina, organização, uniformidade, para obtenção da identidade almejada;

d) A sua aplicabilidade como atração turística;

e) O incentivo as alternativas de divulgação que estejam em acordo com as características próprias do município e da presente lei;

f) A promoção de melhorias, tanto na utilização dos materiais empregados, quanto na elaboração e produção artística dos artefatos;

g) A erradicação e proibição do uso de formas de propaganda e publicidade oportunistas, utilizadas de maneira indiscriminada em qualquer lugar, aproveitando-se de locais de ocasião e/ou, de possibilidades de arrematação destes espaços.

## V - Bem-estar da comunidade

a) A melhoria de qualidade de vida.

## ASPECTOS EDUCACIONAIS E PROMOCIONAIS (CAMPANHAS)

**Art. 7º** Serão admitidas ações públicas e campanhas municipais com o objetivo de dar sustentação a esta Lei, a critério do Poder Público Municipal e, a fim de:

- a) Desenvolver a conscientização comunitária e o fomento de benefícios da publicidade organizada, visando a redução da poluição visual atual e futura;
- b) Incentivar a organização de outras alternativas e meios de divulgação publicitárias menos poluentes, mais dinâmicos e eficazes, dirigidos a atender a demanda do fluxo turístico municipal;
- c) Buscar incessantemente a uniformização e a oficialidade de modelos e de utilização de materiais, sejam estes distribuídos pela municipalidade, por outros órgãos públicos e pela iniciativa privada; tais como mapas, folhetos entre outros, distribuídos nos pedágios, pórticos, pontos de informações turísticas, nos estabelecimentos comerciais e de prestação de serviços;
- d) Desenvolver o espírito coletivo publicitário municipal;
- e) Buscar a adesão das entidades civis municipais constituídas, e o incentivo de seus associados no sentido de fomentar o espírito publicitário municipal;
- f) Implementar nos currículos escolares municipais, matéria relativa a necessidade de despoluição visual urbana e rural;
- g) Promover o desenvolvimento da capacidade criativa dos artífices e artesões que elaboram e executam nossos engenhos publicitários;
- h) Orientar à todos os setores da comunidade, sobre a importância, efeitos e benefícios dos padrões e modelos municipais estabelecidos buscando a perfeita organização do sistema publicitário municipal;
- i) Motivar a opinião pública e a comunidade, no intuito da real necessidade de adesão aos termos da presente lei;
- j) Incentivar, elogiar e reconhecer publicamente as atitudes daqueles que se adaptarem, se mantiverem e forem exemplares no cumprimento das regras publicitárias municipais.

## **ELEMENTOS DA LEI**

**Art. 8º** São consideradas como parte integrante desta Lei, os seguintes elementos técnicos:

I - Diretrizes e disposições gerais

II - Mapa de Zoneamento de Uso Publicitário

III - Anexos:

Anexo I - Conceito e definições

Anexo II - Modelos padrões

Anexo III - Zoneamento Publicitários

Anexo IV - Cronograma de Implantação e Substituição Publicitária

## **ZONEAMENTO**

**Art. 9º** A área do Município de Gramado, dentro dos limites urbanos e rurais, resta dividida, nas seguintes zonas de uso e tipo de ocupações publicitárias, conforme planta (mapa) anexo:

ZP1 - Zona Publicitária Um. - (área central comercial- turística)

ZP2 - Zona Publicitária Dois - (área residencial-comercial popular; núcleos rurais)

ZP3 - Zona Publicitária Três - (área predominantemente residencial)

ZP4 - Zona Publicitária Quatro - (área comercial ao longo de eixo viário urbano)

ZP5 - Zona Publicitária Cinco - (áreas paralelas aos eixos viários de ligação as áreas rurais e estradas vicinais)

ZP6 - Zona Publicitária Seis - (áreas ao longo das faixas de domínio das rodovias estaduais - faixa de jurisdição do DAER ou de concessionária)

ZP7 - Zona Publicitária Sete - (áreas paralelas as faixas de domínio das rodovias estaduais - faixa de jurisdição municipal)

ZP8 - Zona Publicitária Oito - (áreas verdes, de interesse paisagístico, de preservação permanente, públicas, e praças)

## DISPOSIÇÕES GERAIS

**Art. 10** O município de Gramado, para efeito de aplicação desta lei, fica dividido em área urbana e rural.

§ 1º Considera-se Área Urbana, a proposta pelo mapa de Zoneamento de Publicidade, devendo serem considerados os limites estabelecidos pelo PDDI - Plano Diretor de Desenvolvimento Integrado.

§ 2º Considera-se Área Rural, a área do Município, caracterizada por atividade rurais, excluídas pelo limite disposto como perímetro urbano.

§ 3º Consideram-se Núcleos Urbanos, as áreas com características urbanas, não situadas no perímetro estabelecido pelo mapa de zoneamento de publicidade, da presente Lei. Devendo para efeitos desta, serem considerados com as mesmas características do zoneamento da ZP2 - Zona Publicitária Dois.

## CONSELHO MUNICIPAL DA PUBLICIDADE E DA PROPAGANDA DE GRAMADO

**Art. 11** Fica estabelecido pela presente lei, a criação do Conselho Municipal da Publicidade e da Propaganda de Gramado - COMPRUG.

§ 1º O Poder Executivo Municipal, mediante portaria, nomeará os membros que constituirão o Conselho, composto por pessoas representativas da sociedade civil, e de entidades representativas, com o objetivo de zelar e fiscalizar a presente Lei, bem como o de dar pareceres sobre o licenciamento dos engenhos publicitários.

§ 2º O COMPRUG, a que se refere o caput deste artigo, será composto por no mínimo 6 (seis) membros, sendo três representantes oriundos de Secretarias da Prefeitura Municipal de Gramado e de outros três representantes indicados pelas entidades locais constituídas, e que tenham afinidade e interesse direto com a matéria, sejam pelas questões ambientais, quanto pela política urbana, representando também o setor imobiliário, o comércio, a indústria e o turismo, entre outras, sendo que seus pareceres, serão deliberativos.

§ 2º O COMPRUG, a que se refere o caput deste artigo, terá caráter deliberativo e será formado por um componente titular e um suplente, representantes dos órgãos e entidades públicas e da sociedade civil abaixo relacionadas, para mandato de dois anos, sendo permitida a recondução:

I - Secretaria Municipal de Planejamento, Urbanismo e Trânsito;

II - Secretaria Municipal da Cultura;

III - Secretaria Municipal do Turismo;

IV - Conselho do Plano Diretor de Desenvolvimento Integrado (C-PDDI);

V - Sindicato da Hotelaria, Restaurantes, Bares e Similares da Região das Hortênsias (SHRRBS - RH);

- VI – Câmara de Dirigentes Logistas (CDL);
- VII – Conselho Regional de Corretores de Imóveis (CRECI);
- VIII – Associação dos Engenheiros, Arquitetos, Construtores e Incorporadoras Imobiliários da Gramado (AGACEI);
- IX – Associação Gramadense de Estudantes Universitários (AGEU);
- X – Gramado Estudantes Universitários (GEA);
- XI – Conselho Municipal de Defesa do Meio Ambiente (CONDEMA). (Redação dada pela Lei nº 3011/2012)

§ 3º Em casos omissos, que envolvam questões urbanísticas e ambientais, deverá o Conselho Municipal da Publicidade e da Propaganda de Gramado – COMPRUG, conjuntamente com Conselho do Plano Diretor de Desenvolvimento Integrado – C-PDDI e do Conselho Municipal de Defesa do Meio Ambiente – COMDEMA, se assessorar, analisar e encontrar a solução para os possíveis impactos, agressões, problemas ou dúvidas que se apresentem.

§ 4º Quando os tipos, modelos, formas de veiculação de publicidade extrapolarem o previsto em Lei, deverá o Conselho Municipal da Publicidade e da Propaganda de Gramado, dar "Parecer", observando-se seus aspectos fundamentais, previstos nesta lei.

§ 5º O COMPRUG ficará responsável pela fiscalização das taxas recebidas pela Secretaria Municipal da Fazenda, verificando onde as mesmas serão aplicadas.

§ 6º Os componentes titulares do COMPRUG elegerão, dentre seus membros, um presidente, um vice-presidente e um secretário. (Redação acrescida pela Lei nº 3011/2012)

§ 7º O COMPRUG ficará vinculado a Secretaria Municipal de Planejamento, Urbanismo e Trânsito, que dará suporte administrativo e financeiro para seu funcionamento. (Redação acrescida pela Lei nº 3011/2012)

**Art. 11** Fica estabelecido pela presente Lei, a criação do Conselho Municipal da Publicidade e da Propaganda de Gramado (COMPRUG).

§ 1º O Poder Executivo Municipal, mediante portaria, nomeará os membros que constituirão o Conselho, composto por representantes do Poder Público e da Sociedade Civil, com o objetivo de zelar e fiscalizar a presente lei, bem como o de emitir pareceres sobre o licenciamento dos engenhos publicitários.

§ 2º O COMPRUG, a que se refere o caput deste artigo, será composto por 13 membros, terá caráter deliberativo e será formado por um componente titular e um suplente, representantes do Poder Público e da Sociedade Civil abaixo relacionadas, para mandato de dois anos, sendo permitida uma recondução:

I - representantes do Poder Público:

- a) Secretaria Municipal de Planejamento, Urbanismo, Trânsito, Segurança, Publicidade e Defesa Civil;
- b) Secretaria Municipal da Cultura;
- c) Secretaria Municipal do Turismo;
- d) Secretaria Municipal da Fazenda;
- e) Autarquia Municipal de Turismo - Gramadotur;
- f) Conselho do Plano Diretor de Desenvolvimento Integrado (C-PDDI);
- g) Conselho Municipal de Defesa do Meio Ambiente (COMDEMA).

II - representantes da sociedade civil:

- a) Sindicato da Hotelaria, Restaurantes, Bares e Similares da Região das Hortênsias (SHRRBS - RH);
- b) Câmara de Dirigentes Logistas (CDL);
- c) Conselho Regional de Corretores de Imóveis (CRECI);
- d) Associação dos Engenheiros, Arquitetos, Construtores e Incorporadoras Imobiliários da Gramado (AGACEI);
- e) Associação Brasileira de Bares e Restaurantes (ABRASEL);
- f) Representante de Clubes de Serviços.

§ 3º Em casos omissos, que envolvam questões urbanísticas e ambientais, deverá o Conselho Municipal da Publicidade e da Propaganda de Gramado (COMPRUG), conjuntamente com Conselho do Plano Diretor de Desenvolvimento Integrado (C-PDDI) e do Conselho Municipal de Defesa do Meio Ambiente (COMDEMA), assessorar, analisar e encontrar a solução para os possíveis impactos, agressões, problemas ou dúvidas que se apresentem.

§ 4º Quando os tipos, modelos, formas de veiculação de publicidade extrapolarem o previsto em Lei, deverá o Conselho Municipal da Publicidade e da Propaganda de Gramado (COMPRUG), emitir pareceres, observando-se seus aspectos fundamentais, previstos nesta Lei.

§ 5º O COMPRUG ficará responsável pela fiscalização das taxas recebidas pela Secretaria Municipal da Fazenda, verificando onde as mesmas serão aplicadas.

§ 6º Os componentes titulares do COMPRUG elegerão, dentre seus membros, um presidente, um vice-presidente e um secretário.

§ 7º Compete ao COMPRUG a elaboração do seu Regimento Interno.

§ 8º O COMPRUG ficará vinculado a Secretaria Municipal de Planejamento, Urbanismo, Trânsito, Segurança, Publicidade e Defesa Civil, que dará suporte administrativo e financeiro para seu funcionamento. (Redação dada pela Lei nº 3290/2014)

## I - DIRETRIZES

### ALTERAÇÕES DA LEI

**Art. 12º** Para que a presente Lei de Publicidade, possa ser alterada, no todo ou em parte, deverá ser ouvido o Conselho Municipal da Publicidade e da Propaganda de Gramado, por iniciativa deste ou do Poder Executivo Municipal.

§ 1º As alterações em relação a esta Lei ou a matéria a ela pertinente, deverão ser procedidas por meio de novo projeto de Lei, que altere exclusivamente o fim pretendido.

§ 2º Os detalhes da Lei de Publicidade e as partes que tratam genericamente, bem como os casos omissos, deverão ser resolvidos e decididos pelo Conselho Municipal de Publicidade.

### DA LEGALIDADE E VALIDADE PUBLICITÁRIA

**Art. 13** Fica estabelecido, que no território municipal de Gramado, toda e qualquer propaganda e publicidade, inclusive as existentes, independentemente do meio utilizado, só serão consideradas válidas, mediante a obtenção do alvará de autorização publicitária, expedido pelo órgão responsável.

**Art. 14** A partir da obtenção do alvará (Autorização Publicitária), qualquer modificação de local, de espaço, instalação ou de anunciante, ocorrida no veículo publicitário autorizado, implicará nova autorização.

**Art. 15** Após a obtenção do alvará (Autorização Publicitária), restará isenta de licença de renovação e de outras taxas, por tempo indeterminado, os tipos de publicidade definidos como Letreiros, Apelos Visuais, e os Modelos Padrões Municipais que respeitarem seus limites expressos em Lei . Não se aplica a isenção ao Modelo Padrão Municipal 005 descrito no artigo 90, desta lei, quando este estiver requerido e instalado nos Zoneamentos Publicitários ZP-6 e ZP7, tendo seu alvará validade por período de 1 (um) ano.

§ 1º A suspensão do alvará (Autorização Publicitária) poderá ser requisitada por quem a requereu, seu responsável ou procurador, independentemente da ocorrência de encerramento das atividades ou da

troca de local do estabelecimento ou da retirada do artefato. Na falta do pedido de suspensão do referido alvará, para os modelos padrões não isentos, continuará incidindo a taxa relativa e proporcional ao tempo de uso e de exposição provável da publicidade, até que a suspensão seja formalmente requerida.

§ 2º A verificação posterior de mudanças no artefato, em desacordo com o estabelecido ou apresentado, sem a prévia autorização implicará na cassação imediata do alvará de licença da publicidade e sua retirada as custas do proprietário ou locatário além das aplicações cabíveis.

§ 3º Toda e qualquer publicidade a partir da promulgação desta lei, que estiver sendo colocada ou implantada, será interdita a qualquer momento as custas do infrator, quando estiver esta, sem o devido alvará. Os engenhos publicitários existentes no Município de Gramado em desacordo com a presente lei, deverão ser retirados no prazo máximo de 90 (noventa), após a data estabelecendo sua adequação e obedecido o cronograma de implantação publicitária, específico para cada zoneamento publicitário, descritos nos artigos 143 e 144, desta lei

**Art. 16** O licenciamento de qualquer engenho publicitário, além de atender ao trâmite legal previsto nesta lei, nos casos de colocação, alteração, supressão, poda, corte, retirada ou transferência de vegetação, ou quando provoque danos ambientais a população ou ao meio-ambiente, dependerá de aprovação da Secretaria do Meio Ambiente com parecer e, se necessário for a critério desta, também do CONDEMA.

**Art. 17** Todo e qualquer meio de publicidade ou propaganda, utilizado externamente, deverá ser conservado com limpeza e, em boas condições, renovado ou consertado, sempre que tais providências sejam necessárias para seu bom aspecto e segurança ou quando solicitado pelos agentes de fiscalização.

**Art. 18** Poderá ser exigido, dos interessados na colocação dos artefatos publicitários, para sua validade, prova de seguro de responsabilidade civil, caso o veículo publicitário possa apresentar indícios de riscos à segurança pública.

**Art. 19** Todo e qualquer propaganda, que for encontrada em desacordo com as exigências desta lei, não será considerada válida e deverá ser removida pelo proprietário ou o responsável, as custas destes, mesmo que, já instaladas antes da vigência da presente Lei.

§ 1º No caso da não retirada espontânea do engenho publicitário, instalado anteriormente a esta Lei e que estiver em desacordo com a mesma, deverá a Secretaria Municipal de Planejamento e Urbanismo ou a que vier substituí-la, com anuência do COMPRUG, após decorrido o prazo do cronograma de adequação descritos nos artigos 146 e 147, notificar o proprietário ou o responsável para num prazo de 90 (noventa) dias proceder a remoção.

§ 2º As notificações para retirada de Publicidades e Propagandas em desacordo com a presente lei, que forem instaladas em data posterior a sua promulgação, dispensam a anuência do COMPRUG, devendo atender o prazo máximo fixado e descrito no artigo 76.

§ 3º Caso o município tenha que providenciar a retirada do artefato publicitário, nos casos de omissão do proprietário ou locatário, será cobrado deste, o valor referente aos serviços, aplicando-se concomitantemente as penas estabelecidas em Lei.

§ 4º Encontrando-se publicidade ou propaganda instalada em conformidade com a presente Lei na data de sua promulgação, o proprietário ou o responsável, deverá promover de forma espontânea ou a partir da exigência do cronograma de adequação destas à norma, descritas nos artigos 146 e 147, seu cadastramento junto a Secretaria Municipal de Planejamento Urbano, conforme prevê o artigo 20º e seus parágrafos, ficando esta, sujeita ao pagamento das taxas estabelecidas no anexo VI do Código Tributário Municipal, a partir da promulgação da presente Lei.



## DA OBTENÇÃO DO LICENCIAMENTO DOS ENGENHOS/MODELOS CADASTRO GERAL

**Art. 20** A requisição do uso de qualquer tipo de publicidade ou propaganda poderá ser promovida por empresa do ramo, pela própria empresa interessada ou por pessoa física, quando profissional liberal, desde que devidamente requerida e cadastrada na Secretaria Municipal de Planejamento e Urbanismo ou, a que vier substituí-la, responsável pela fiscalização, bem como, obedecendo as normas disciplinadas nesta lei.

§ 1º Os requerimentos a serem preenchidos, serão padronizados e estarão à disposição junto a Secretaria Municipal de Planejamento e Urbanismo da Prefeitura, ou a que vier substituí-la.

§ 2º O Cadastro será efetuado mediante requerimento, contendo e atendendo ao que se segue:

I - O nome da Empresa, ou interessado e local de funcionamento de sua sede ou, quando se situar fora do Município, de sua filial, sucursal ou agência no Município;

II - Número de inscrição no CNPJ ou CPF sendo pessoa física;

III - Cópia de alvará de licença para estabelecimento;

IV - Cópia de contrato social da empresas, devidamente registrado;

V - Prova de recolhimento do Imposto Sobre Serviço de Qualquer Natureza - ISSQN, referente ao último exercício, para empresa sediadas no Município ou, para aquelas que prestem serviços, eventualmente no Município.

§ 3º Alterações contratuais que importem substituição na responsabilidade ou sede, filial ou agência, deverão se comunicadas ao setor de registro no prazo de 30 (trinta) dias, à contar do protocolo da referida alteração, na Junta Comercial.

**Art. 21** Observado o que trata o artigo anterior e seus parágrafos, a empresa ou interessado, só restará devidamente habilitada para requerer a autorização de exibição de publicidade, (obtenção do alvará), após o efetivo cadastro específico.

## REQUISITOS AO LICENCIAMENTO (OBTENÇÃO DO ALVARÁ) TRÂMITE

**Art. 22** Para a colocação e uso de publicidade no território municipal, ou fora deste, quando utilizado o nome ou a imagem do Município de Gramado, são requisitos indispensáveis:

I - Existência e/ou requisição de Cadastro do interessado;

II - Apresentação da documentação necessária contendo:

- Documento de propriedade do terreno ou da edificação (título);

- Contrato de locação, adesão ou específico, do local onde será utilizada ou apresentada a publicidade;

- Autorização com firma reconhecida se a propriedade ou o local, onde será feita a exposição pertencer a terceiros;

- A perfeita indicação do local onde será afixada, distribuída, veiculada ou exibida a publicidade ou propaganda;

- Protocolo de apresentação do projeto preliminar do artefato ou produção, com o respectivo

pagamento da taxa para análise.

III - Em se tratando de publicidade e propaganda intitulada ao ar livre, além do disposto no inciso II, serão exigidos as seguintes documentações:

- a) Projeto, de placas, anúncios, letreiros, painéis, apelos visuais, das formas em geral, contendo: as dimensões, devidamente cotadas; a totalidade dos textos e inscrições que a compõe; cores empregadas; o material utilizado na confecção; a estrutura; o suporte e, a forma de fixação com disposição em relação a fachada do prédio ou terreno e a altura em relação, ao passeio e distância do meio fio, se for o caso.
- b) Projeto, do sistema de iluminação, acompanhado de memorial descritivo, se for o caso.
- c) Fotografia, com indicação do local de fixação do engenho publicitário;
- d) Modelo ou arte final, de cartazes, panfletos, folhetos, galhardetes, emblemas, avisos, mostruários; quando permitidos.
- e) Gravação sonora e apresentação de texto das mensagens a serem divulgadas.

IV - Para publicidade ou propaganda intituladas por meios eletrônico, por meios televisivos e de radiodifusão, também será exigida a cópia do arquivo eletrônico (disquete,CD,) ou de fita (VHS ou DVD), além de quaisquer meios existentes.

V - Para o Licenciamento Especial, se exigirá também:

- a) Projeto, foto, arte final ou de qualquer outro elemento que identifique o modelo;
- b) Preenchimento de formulário padrão fornecido pela Secretaria Municipal de Planejamento e Urbanismo ou a que vier substituí-la, com dados relativos ao período de realização do Evento (início-fim), devendo ser o protocolo solicitado com 15 (quinze) dias de antecipação ao evento.
- c) Cópia do alvará de funcionamento do beneficiário da publicidade
- d) Cópia do alvará de licença da empresa que executará o serviço;
- e) Cópia da Anotação de Responsabilidade Técnica - (ART), do responsável técnico da empresa, ou de profissional habilitado para tal, de acordo com as modalidades previstas em Lei, quando se tratar de engenho publicitário de acordo com as especificidades do serviço pretendido.

#### **AValiação, Instalação e Autorização**

**Art. 23** Após a apresentação de toda a documentação, descrita no artigo 22, a empresa ou interessado terá preenchido os requisitos necessários para que seja avaliada a propaganda ou publicidade requerida, devendo para tanto, obedecer as seguintes etapas:

I - Avaliação Preliminar do artefato ou da forma publicitária, efetuada pela Secretaria competente, da Prefeitura Municipal de Gramado;

II - Obter a Anuência do COMPRUG e, se necessário, dos demais Conselhos em conformidade ao que estabelece o parágrafo 3º, do artigo 11.

III - Para publicidades previstas, nesta Lei e, não enquadradas, no inciso III, letra "a", do Art. 22, o atendimento direto do inciso VIII, do presente artigo;

IV - Para publicidade previstas nesta Lei, intituladas ao ar livre, em conformidade com o inciso III, letra "a", do artigo 22, deverá após a Obtenção de Visto do projeto preliminar apresentado, obter ainda, a emissão de Licença de Instalação Provisória;

V - Proceder, sendo o caso requerido, a Instalação Provisória do Artefato Publicitário, por parte dos interessados;

VI - Solicitação de Vistoria, por parte dos interessados, dos artefatos que receberam Licença de Instalação Provisória e já procederam a respectiva instalação provisória do artefato;

VII - Realização de Vistoria, efetuada pelo setor de fiscalização competente municipal, e respectiva Aprovação, caso na averiguação "in loco", o artefato instalado, conferir com o projeto apresentado e vistado, na avaliação preliminar;

VIII - Pagamento e obtenção do alvará publicitário (Autorização Publicitária).

§ 1º Fica a cargo do requerente, a total responsabilidade por eventuais acidentes e indenizações com danos pessoais ou materiais, que possam ocorrer na via pública, decorrentes da instalação, fixação, desprendimento, queda, uso indevido ou mau uso, decorrentes dos artefatos ou elementos publicitários instalados em todo o território do Município de Gramado.

## **IDENTIFICAÇÃO E NUMERAÇÃO PUBLICITÁRIA**

**Art. 24** A numeração do processo que autoriza a publicidade (Autorização Publicitária) caracteriza-se como elemento identificador desta, podendo a qualquer momento sob critério do Poder Público Municipal, ser requerida a colocação (aplicação) deste número de identificação, sobre o próprio engenho.

§ 1º Nos veículos de publicidade considerados modelos padrões municipais, resta ausente a obrigação para que conste o número do alvará que autorizou a respectiva exposição.

## **LICENCIAMENTO ESPECIAIS**

**Art. 25** Para colocação e instalações de publicidade dos eventos municipais oficiais, justificado o interesse público e promocional, deverão os promotores e ou patrocinadores dos eventos, solicitarem à obtenção do Licenciamento Especial.

**Art. 26** Em casos especiais, o Poder Público Municipal após ouvir o COMPRUG, poderá admitir publicidade e propaganda de tipo, forma e dimensões diferentes às exigidas na presente lei, quando necessário, temporariamente, para realização de eventos municipais oficiais ou particulares, mediante Licenciamento Especial e com justificativa anexada, ao processo.

§ 1º Os Licenciamentos Especiais, deverão ser requeridos, no mínimo com 15 (quinze) dias de antecedência à realização dos eventos.

## **CONCEITOS E DEFINIÇÕES**

**Art. 27** Serão admitidos para a utilização da publicidade e propaganda, somente os veículos e engenhos, definidos e permitidos nesta lei, devendo estes estarem totalmente adequados para a respectiva Zona Publicitária Municipal legalmente estabelecida, bem como, portarem seus alvarás de licenciamento de uso (Autorização Publicitária) ou de Licenciamento Especial; além de, terem sido recolhidas suas respectivas taxas, conforme prevê o Código Tributário Municipal, em seu anexo VI.

§ 1º A conceituação ou definição de qualquer artefato, modo, sistema publicitário, não significa possibilidade ou permissividade de licenciamento.

§ 2º Para fins de entendimento e compreensão, da presente lei, ficam conceituadas e definidos os engenhos de publicidade e propaganda nos artigos do Anexo I - Conceitos e Definições.

## **DAS FORMAS E TIPOS DE PROPAGANDA E PUBLICIDADE MODELOS PADRÕES**

**Art. 28** Serão consideradas publicidades e propagandas padronizadas de uso particular e público, os modelos assim denominados:

I - Modelo Padrão Municipal 001;

II - Modelo Padrão Municipal 002;

III - Modelo Padrão Municipal 003;

IV - Modelo Padrão Municipal 004;

V - Modelo Padrão Municipal 005;

VI - Modelo Padrão Municipal 006;

VII - Modelo Padrão Municipal 007.

## **APELOS VISUAIS**

**Art. 29** Serão consideradas e admitidas como publicidades e propagandas, as formas denominadas de Apelos Visuais, constituindo-se nos seguintes modos:

I - Esculturas Temáticas;

II - Parques Temáticos (mini - parques);

III - Painéis Fotográficos.

§ 1º Prédios existentes, cujos projetos originais das fachadas ou prumadas foram alterados, antes da vigência desta lei, devido ao uso de revestimentos leves, tais como, fibras, resinas, injetados, plásticos ou similares, ou uso de qualquer outro elemento escultórico ou temático aplicados ou faceando suas paredes externas, terão o prazo máximo de quatro anos para retirarem este material e se adequarem a lei, dependendo da reavaliação pelo COMPRUG.

## **LETREIROS**

**Art. 30** Caracterizam-se como letreiros, as publicidades e ou propagandas não padronizadas, utilizadas nas paredes externas dos estabelecimentos, ou de onde a atividade é exercida, para identificá-los.

## **PUBLICIDADE SOBRE EQUIPAMENTOS URBANOS**

**Art. 31** Poderá o mobiliário urbano público municipal, utilizado em praças, áreas e vias públicas, conter elementos publicitários, desde que a área destinada para este fim, seja padronizada e autorizada por lei.

§ 1º Havendo, a critério do Poder Público Municipal o interesse de acrescentar modificar ou extinguir modelos do mobiliário urbano, sobre os quais sejam utilizada e permitida, publicidade ou propaganda, serem estas propostas, objeto de alteração da presente Lei.

**Art. 32** O Poder Público Municipal, deverá providenciar licitação pública para permissão de uso publicitário sobre equipamentos urbanos em seus modelos padrões estabelecidos, tais como:

I - Placas de indicação de ruas com sinalização turística complementar (desenho 001);

II - Placas de transito sobre via pública destinada a orientação turística (desenho 002);

III - Termômetro-Relógios públicos (desenho 003);

IV - Cabines telefônicas públicas (desenho 004);

V - Cabines dos Largos Culturais (desenho 005)

VI - Bancos de sentar (descanso) (desenho 006);

VII - Lixeiras públicas para recolher dejectos de animais (desenho 007);

VIII - Lixeiras públicas (desenho 008);

IX - Placas de Aviso (desenho 009).

X - Relógio/Termômetro digital público (desenho 09A); (Redação acrescida pela Lei nº 2896/2011)

XI - Relógio/Termômetro digital com painel eletrônico público(desenho 09B) (Redação acrescida pela Lei nº 2896/2011)

§ 1º Deverão as publicidades aplicadas sobre os referidos equipamentos, atender as dimensões e áreas máximas estabelecidas nos modelos, desta Lei.

**Art. 33** Sempre que ocorrer aplicação de publicidade sobre os equipamentos urbanos, mediante licitação pública, deverá o Poder Público Municipal, exigir no processo licitatório a doação dos referidos equipamentos ou de quantidade igual a utilizada para este fim.

§ 1º Independentemente do tipo de licitação, mesmo que a título gratuito e precário, em que os equipamentos sejam dados por doação ao patrimônio público, deverá o Poder Público Municipal exigir por tempo determinado em Lei específica, que a empresa interessada na exploração publicitária ou doadora dos equipamentos, se responsabilize pela sua manutenção.

## **PAINÉIS LUMINOSOS COMPUTADORIZADOS**

**Art. 34** Em casos especiais, fica o Poder Público Municipal autorizado a conceder mediante Lei específica e parecer do COMPRUG, licença para colocação de Painéis Luminosos Computadorizados que se utilizem de sistema computadorizado com troca de imagens, dentro do perímetro urbano do Município de Gramado, estabelecido pelo PPDI.

§ 1º Os Painéis Luminosos Computadorizados deverão obedecer as mesmas dimensões estabelecidas pela placa Modelo Padrão Municipal 005, (out-door), com exceção da altura das pilastras de sustentação, devendo estas, serem definidas pela Secretaria Municipal de Planejamento e Urbanismo, mediante parecer do COMPRUG.

§ 2º A autorização para colocação dos painéis, referidos no caput deste artigo, será concedida unicamente se, os mesmos se destinarem a publicidade de interesse público institucional e promocional dos eventos municipais.

§ 3º Fica estabelecido a permissão máxima de 50% (cinquenta por cento) do tempo de apresentação dos anúncios para outros fins, que não sejam os destinados a divulgação oficial do parágrafo anterior.

## VENDA DE IMÓVEIS

**Art. 35** As Placas de Venda de Imóveis, dentro de terrenos particulares, deverão ser requeridas ao órgão competente, acompanhadas de autorização do proprietário.

§ 1º O requerimento deverá estar acompanhado da escritura pública do terreno e da autorização de venda assinado pelo proprietário do imóvel.

§ 2º Quando houver mais de uma imobiliária, ou corretores encarregados na comercialização do imóvel, o conjunto de placas de venda devem estar padronizadas em tamanho e dispostas no local de forma alinhada.

§ 3º Não será permitindo a colocação de placas de venda ou promocionais de corretores e ou imobiliárias em imóveis que efetivamente não estão a venda.

§ 4º É vedada a colocação de placas ou cartazes de vendas de imóveis, em vãos de janelas e portas, fixadas em sacadas ou outros elementos de fachadas.

§ 5º Os modelos de placas de vendas, deverão obedecer os requisitos e padrões estabelecidos pela Associação Gramadense de Arquitetos, Corretores, Engenheiros e Incorporadores - AGACEI.

§ 6º As placas isoladas informando as imobiliárias, ou os corretores responsáveis pela venda do imóvel, deverão obedecer o módulo de 0,60 cm de largura por 0,90 cm de altura. Poderão ser utilizadas placas únicas de maior dimensão, desde que, seja respeitado o módulo máximo de 0,54 m2 multiplicado pelo numero de participantes comprovadamente responsáveis pela comercialização do imóvel.

§ 7º Estão isentas de taxas, as placas referidas, no caput, deste artigo, cuja dimensão não ultrapassar os 0,60 m2 de área, ou de artefato de maior tamanho, na utilização coletiva comprovada, desde que estejam estas, respeitando os módulos máximos necessários a sua composição.

## PLACA DE OBRAS/TAPUMES

**Art. 36** Os canteiros de obras e empreendimentos civis, deverão estar cercados por tapumes, de maneira que seus elementos de identificação, divulgação e publicidade estejam sobre estes dispostos e organizados.

§ 1º Só será permitida a aplicação de uma única cor de fundo, sobre a superfície do material utilizado na confecção do tapume.

**Art. 37** As Placas dos Profissionais de engenharia e arquitetura e afins, quando fixadas na respectiva obra, poderão ser colocadas de forma coletiva ou individual. Quando forem mais de uma, devem estas, estar dispostas de forma alinhada, obedecendo o mesmo tamanho e padrão.

§ 1º Estão isentas de taxas, as placas referidas, no caput, deste artigo, cuja dimensão não ultrapassar os 0,60 m2 de área, ou de artefato de maior tamanho, na utilização coletiva comprovada, desde que estejam estas, respeitando módulos máximos de 0,60 cm de largura por 0,90 cm de altura necessários a sua composição.

§ 2º Não serão permitidas placas de publicidade de materiais ou de serviços empregados nas obras.

§ 3º Os modelos de placas de obras, de parcelamento do solo, tapumes e utilização de Fotos Ilustrativas dos Empreendimentos, além de atender os requisitos da presente lei, deverão obedecer aos padrões estabelecidos pela Associação Gramadense de Arquitetos, Corretores, Engenheiros e Incorporadores - AGACEI, ou de outra que vier a substituí-la.

**Art. 38** Serão permitidas Fotos Ilustrativas dos Empreendimentos (perspectivas ou plantas) de divulgação dos empreendimentos das obras civis ou públicas, colocados junto aos tapumes, desde que obedeçam aos seguintes critérios:

I - Sendo o terreno da obra ou empreendimento, localizado em meio de quadra, a colocação de uma única placa com dimensões de 2,00 m (dois metros) de comprimento por 1,50 m (um metro e cinquenta centímetros) de altura.

II - Sendo o terreno da obra ou do empreendimento, localizado em lote de esquina, permite-se as seguintes formas de utilização das fotos ilustrativas dos empreendimentos:

a) A colocação simultânea de duas placas, sendo uma para cada logradouro, ambas com a mesma dimensão, ou seja de 2,00 m (dois metros) de comprimento por 1,50 m (um metro e cinquenta centímetros) de altura.

b) A colocação de placa única, instalada em logradouro de preferência, com dimensões de 3,00 m (três metros de comprimento) por 2,00 m (dois metros) de altura.

§ 1º É vedada a utilização de iluminação do tipo back light (luz interna) para as placas de Fotos Ilustrativas dos Empreendimentos, sendo permitido porém a utilização de iluminação do tipo front light (luz externa).

§ 2º É vedada a utilização de placas de Fotos Ilustrativas de Empreendimentos, que não sejam referente a da obra em questão.

§ 3º É vedada a utilização de qualquer publicidade, propaganda, nome de empresa construtora, incorporadora ou profissional acima do pavimento térreo, em andaimes, torres de elevadores das obras e/ou empreendimentos.

## **TERRENOS BALDIOS**

**Art. 39** As publicidades expostas em terrenos baldios, áreas não edificadas, têm a sua colocação condicionada à capina, roçada e remoção de detritos durante o tempo em que, a mesma, estiver exposta, tudo sobre a responsabilidade daquele que se cadastrar para obter este espaço publicitário.

## **PROPAGANDA ELEITORAL**

**Art. 40** Tratando-se de propaganda eleitoral, deverá ser observado o que dispõe a lei eleitoral vigente para cada pleito, sendo que, as mesmas, se disciplinarão pelo que se segue:

§ 1º Serão permitidas, no prazo de 90 (noventa) dias que antecedem a eleição, até 10 (dez) dias após o escrutínio final, estando isentas de pagamentos de taxas, mediante simples comunicação para a Secretaria Municipal de Planejamento e Urbanismo ou que vir a substituí-la. A não retirada da propaganda no tempo estipulado, independentemente de notificação, será considerada infração.

§ 2º As propagandas e anúncios eleitorais colocadas e expostas nas sedes dos partidos políticos poderão exceder o percentual estipulado para a edificação e o correspondente zoneamento de publicidade, desde que dentro do prazo estipulado do § anterior, devendo ser observados no mais, o

que dispõe a presente Lei.

§ 3º As propagandas e anúncios eleitorais poderão ser expostas em placas fixas sobre lotes (áreas particulares), não havendo restrição ao limite máximo para área de propaganda, todavia deverão ser observados os mesmos recuos mínimos legais, (frontais, laterais e de fundos) e as alturas máximas permitidas, estipulados para o respectivo zoneamento de uso disposto no PPD - Plano Diretor de Desenvolvimento Integrado.

§ 4º É vedada a propaganda eleitoral mediante outdoors.

**Art. 41** Nos bens, cujo uso dependa de licenciamento, cessão ou permissão do Poder Público ou a ele pertençam e nos de uso comum definidos pelo Código Civil, como também nos semi-públicos ou seja, naqueles em que a população em geral tem acesso, tais como cinemas, clubes, lojas, centros comerciais, igrejas, templos, centro esportivos, ainda que de propriedade privada, é vedada a veiculação de propaganda e anúncio eleitoral.

§ 1º Fica vedada a colocação e a veiculação de propaganda em postes de iluminação pública e sinalização de tráfego, paradas de ônibus e todos os demais equipamentos urbanos, de qualquer natureza, inclusive pichação, inscrição a tinta, fixação de placas, standartes, bandeiras, faixas, cartazes, cavaletes e assemelhados.

§ 2º A veiculação de propaganda eleitoral colocada em desacordo sobre bens públicos, além de ensejar multa aos responsáveis, caso venha deteriorar o bem, implicará na sua restauração a custo dos responsáveis.

**Art. 42** Fica vedada a colocação de propaganda eleitoral nas vias e passeios públicos, rótulas, canteiros, praças públicas e áreas de preservação ambiental.

§ 1º Em pleitos que a legislação eleitoral permitir, será liberada a fixação de propaganda do tipo, cavaletes e cartazes não fixos ao longo dos canteiros centrais das vias públicas, sob jurisdição municipal. Deverá, nestes casos específicos, o Poder Público Municipal, apresentar a justiça eleitoral e aos partidos políticos interessados, a correta delimitação e extensão territorial (mapeamento) onde poderão estas modalidades de publicidade serem fixadas.

**Art. 43** Fica facultado ao Poder Público Municipal em conjunto e com a concordância dos partidos políticos participantes do pleito, durante os períodos eleitorais, disciplinar o uso indiscriminado de qualquer tipo e local destinado a este tipo de propaganda, de maneira a determinar locais específicos na área central, nos bairros e linhas municipais, com tamanhos padronizados (painéis padrões) de forma a todos os partidos políticos utilizarem em conjunto, os mesmos artefatos em espaços iguais.

§ 1º Os modelos e locais de instalação dos painéis padrões eleitorais, deverão ter a aprovação do Conselho Municipal de Propaganda e Publicidade de Gramado - COMPRUG.

## PANFLETAGENS

**Art. 44** ~~Só é permitida a panfletagem para fins comerciais, mediante autorização da Secretaria Municipal de Planejamento e Urbanismo.~~

~~§ 1º A autorização referida no caput deste artigo, dará direito ao permissionário distribuir seu material de propaganda em períodos de 30 (trinta), 60 (sessenta) e 90 (noventa) dias, conforme solicitação ao Poder Público Municipal, sempre a contar da data de autenticação do recolhimento da taxa de permissão.~~

~~§ 2º A autorização, dependerá do valor a ser recolhido, conforme determinado no Código Tributário Municipal.~~

~~§ 3º Os pedidos de autorização para panfletagem, ficam condicionados à ausência de débitos junto aos cofres municipais em nome da empresa promovida e/ou da empresa promotora.~~

~~§ 4º A concessão da autorização para panfletagem ficará a critério da Secretaria de Planejamento e~~



Urbanismo da Prefeitura Municipal de Gramado, que deverá levar em consideração o número de panfletagens que estejam sendo efetuadas no município, durante o período pela qual foi solicitada, considerando nesta medida, o grau de intensidade do assédio e de poluição publicitária desta modalidade.

§ 5º A panfletagem só será permitida por pessoas na condição de pedestres, ficando vedado o uso de qualquer tipo de veículos com este objetivo, ou da presença de veículos próprios ou contratados pela empresa promotora no mesmo local ou nas imediações da área licenciada para esta finalidade.

**Art. 44** Fica expressamente proibida a panfletagem publicitária ou qualquer tipo de propaganda volante em vias públicas municipais e o depósito de panfletos em veículos automotores, exceto para fins institucionais ou educativos e religiosos.

**Parágrafo Único** - Fica permitida a colocação de panfletos e assemelhados de propagandas, em caixas de correspondências, nas edificações comerciais e residenciais, ficando proibida a colocação em grades, portões ou o lançamento no interior das edificações. (Redação dada pela Lei nº 3215/2013)

**Art. 45** A empresa que promove a panfletagem, fica responsável pela inutilização dos panfletos encontrados de forma demasiada em áreas públicas, em forma de lixo e poluição.

§ 1º No caso de localização de quantidade de panfletos poluindo áreas públicas em forma de acúmulo de lixo, a empresa que promove sua distribuição, estará cometendo infração, e será notificada pelo Poder Público Municipal, tendo que recolher aos cofres públicos, multa cabível. (Revogado pela Lei nº 3215/2013)

**Art. 46** Os panfletos a serem distribuídos em via pública, deverão conter de forma clara e legível e de fácil visualização, inscrição que ocupe no mínimo 10% (dez por cento) das faces externas do panfleto com os dizeres: "Preserve o meio ambiente, não jogue este impresso na via pública" ou, outro texto similar, de mesmo conteúdo.

§ 1º Não existindo previsão da advertência referida no caput deste artigo, no layout original do panfleto, deverá o interessado obrigatoriamente sobrepor, colar ou adesivar, a mesma, sobre os materiais a serem distribuídos, sob pena de ter suspensa toda a distribuição inicialmente concedida. (Revogado pela Lei nº 3215/2013)

## **DIVULGAÇÃO SONORA**

**Art. 47** A divulgação sonora de promoções, de eventos, para vendas de produtos ou para qualquer outra finalidade, nas vias públicas do Município, somente poderá ser efetuada, após obtenção de autorização publicitária, permitida de segunda-feira à sexta-feira das 9h às 13h e das 15h às 18h, nos sábados, domingos e feriados, das 15h às 18h.

§ 1º Independentemente da intensidade sonora que provoque o sistema publicitário, é vedada a divulgação sonora nas vias de circulação ou em locais públicos não autorizados pelo Poder Público Municipal e nas "zonas de silêncio" estabelecidas no Art. 17, VIII, § 1º e artigo 87 do Código de Posturas Municipal.

§ 2º Ocorrendo divulgação sonora fora do horário estabelecido, no caput, deste Art., além da aplicação da penalidade correspondente, será apreendido o equipamento sonoro, pelo prazo de 60 (sessenta) dias, sendo liberado, após o pagamento da multa pelo infrator ou responsável.

§ 3º Fica estabelecido, que os sons emitidos não deverão ultrapassar os níveis de ruído dispostos pela Lei nº 2.398/2005, Código de Posturas Municipais.

**Art. 47** A divulgação sonora nas vias públicas do Município somente poderá ser efetuada para fins institucionais, educativos, religiosos e comunitários, após obtenção de autorização publicitária, permitida de segunda-feira à sexta-feira das 9h às 12h e das 15h às 18h, e nos sábados, domingos e feriados, das 15h às 18h.

§ 1º Independentemente da intensidade sonora que provoque o sistema publicitário, é vedada a divulgação sonora nas vias de circulação ou em locais públicos não autorizados pelo Poder Público Municipal e nas "zonas de silêncio" estabelecidas no artigo 17, VIII, § 1º e artigo 87 do Código de

## Posturas Municipal.

§ 2º Ocorrendo divulgação sonora fora do horário estabelecido, no caput, deste artigo, além da aplicação da penalidade correspondente, será apreendido o equipamento sonoro, pelo prazo de 60 (sessenta) dias, sendo liberado, após o pagamento da multa pelo infrator ou responsável.

§ 3º Fica estabelecido, que os sons emitidos não deverão ultrapassar os níveis de ruído dispostos pela Lei nº 2.398/2005, Código de Posturas Municipais. (Redação dada pela Lei nº 3215/2013)

## PUBLICIDADE VINCULADA AO COMÉRCIO DE RUA

**Art. 48** As atividades comerciais exercidas em áreas públicas, de maneira itinerante ou estacionária, inclusive relativas a eventos oficiais, sejam estas por pessoas físicas ou jurídicas, terão para fins de publicidade, que atender aos regulamentos desta Lei.

## USO DA INTERNET

**Art. 49** Fica o Poder Público Municipal, autorizado a efetuar processos licitatórios para concessão de uso gratuito da página oficial do Município na Internet - site.

§ 1º As Concessões existentes e contratadas na presente data serão válidas até a extinção de seus prazos legais.

**Art. 50** As concessões de uso gratuito da página oficial do Município, deverão ser pelo prazo máximo de 04 (quatro) anos, sendo que a fiscalização dos serviços prestados pelo concessionário ficará a cargo do Município, através da Secretaria Municipal de Turismo.

**Art. 51** É vedada o uso de propaganda e publicidade sem autorização do Poder Público Municipal, para fins particulares, por meios eletrônicos via Internet, quando nesta divulgação for utilizando o nome ou a imagem do Município de Gramado. Estão incluídos nesta categoria, à venda de bens móveis e imóveis, produtos e prestação de serviços.

§ 1º Não será caracterizada como infração o uso da imagem e do nome de Gramado quando estes forem utilizados com objetivos necessários de situar, localizar, identificar e orientar geograficamente.

## TOTENS

**Art. 52** Não serão permitidos uso de totens, postes de iluminação, e de quaisquer elementos indicativos sobre passeio público que não as placas indicativas de rua. Serão permitidas esculturas temáticas (apelos visuais), desde que estejam fora dos limites estabelecidos como largura dos passeios públicos.

## IMOBILIÁRIAS

**Art. 53** Fica expressamente proibido o uso de publicidade externa, nos locais onde se exerce a atividade das imobiliárias e corretoras de imóveis sejam estas de qualquer tipo, divulgação de imagens e/ou descrição de empreendimentos, que não as de identificação do próprio estabelecimento.

§ 1º Poderão estes estabelecimentos expor seus produtos de vendas nas vitrines térreas, pelo lado

interno, não havendo restrições quanto ao percentual por elas ocupado.

## POSTOS DE ABASTECIMENTO DE COMBUSTÍVEL E DE VENDA DE GÁS

**Art. 54** Serão permitidos, para os postos de abastecimento de combustíveis que tiverem platibanda de contorno na cobertura principal da área de abastecimento, a utilização do uso de logotipo ou da marca da empresa, ou da rede fornecedora de combustível.

§ 1º O letreiro admitido na platibanda para este fim, deverá estar de acordo com o percentual e as demais restrições que a Lei determina para o zoneamento publicitário específico.

§ 2º Totens, placas instaladas no solo, fora da projeção do contorno da cobertura da área de abastecimento deverão obedecer os modelos padrões municipais para o zoneamento de uso publicitário em questão. Poderá servir para divulgação de tabela de preços dos valores dos combustíveis praticados, o Modelo Padrão Municipal 002 conforme desenho 012.

§ 3º Todo e qualquer outro veículo de divulgação, de preços, campanhas promocionais, deverá estar obrigatoriamente sob a área de projeção do contorno da cobertura da área principal de abastecimento.

§ 4º As Publicidades e informações em prédios de apoio (administração e serviços) anexos, tais como: lojas de conveniências, deverão, também, atender o que prevê a presente lei, em sua totalidade, de acordo com o zoneamento de publicidade específico, onde estiver localizado o estabelecimento.

## PUBLICIDADES ESPECIAIS, EVENTOS TRANSITÓRIOS ARTEFATOS PUBLICITÁRIOS LEVES (FAIXAS)

**Art. 55** Resta proibido o uso externo de faixas publicitárias, e de propaganda ou de divulgação de eventos, de qualquer natureza e dimensão em todo território municipal, excetuando-se faixas destinadas as congratulações e/ou felicitações de cunho pessoal e em propriedades particulares.

**Art. 56** São consideradas espécies de Publicidade Especial, as bandeiras e bandeiras promocionais, (varais, cordas de bandeirinhas ou de tiras do tipo festa junina), kakemonos, banners, painéis de materiais leves (tecidos, lonas, plásticos, nylon, fibras e similares). Somente será permitido o uso particular desta espécie de publicidade, de forma externa (ao ar livre), em caráter transitório e de curta duração, (máximo 2 (dois) dias), mediante obtenção de Licenciamento Especial.

§ 1º No caso de divulgações promocionais com a utilização de artefatos elencados, no caput deste artigo, os interessados deverão requerer Licenciamento Especial, que será apreciado pelo COMPRUG.

§ 2º É permitida a utilização dos artefatos dispostos, no caput do presente artigo, para uso do Poder Público Municipal, nos casos de publicidade diferenciada para eventos de interesse público.

**Art. 57** Balões, objetos infláveis de qualquer natureza, artefatos que se movem por dispositivo mecânico, por insuflamento de ar ou por ventiladores, "birutas" e assemelhados, estão vedados no território municipal como artefatos de propaganda, publicidade ou que sirvam de apelos visuais para este fim.

§ 1º Empresas ou interessados na utilização externa dos artefatos referidos, no caput deste artigo, quando destinados a promoção de eventos transitórios e particulares, tais como, congressos, seminários, jornadas, simpósios, festivais, festas, exposições e similares, deverão obter o Licenciamento Especial, requerendo concomitantemente, Declaração de Interesse Público-Promocional justificada e anexa ao processo, fornecida pelo Poder Público Municipal e apreciada pelo COMPRUG.

**Art. 58** Será permitido o uso de bandeira com logotipo ou marca do estabelecimento como elemento publicitário, desde que associada as bandeiras institucionais, (Município, Estado, País), devendo esta, obedecer as mesmas dimensões das oficiais;

## **PROPAGANDA MÓVEL SOBRE RODAS**

**Art. 59** É considerada para efeito desta Lei propaganda móvel sobre rodas, todo artefato que ao utilizar a via pública, divulgue, promova, ofereça produtos e ou serviços de forma sonora ou visual, independente destas estarem sendo tracionadas por veículo com motor, por força animal ou humana.

§ 1º A utilização de propaganda móvel, deverá ser requerida, obedecendo o trâmite do Licenciamento Especial contido no artigo 22, V, desta Lei.

§ 2º Não será considerada propaganda móvel, quando a publicidade e/ou a propaganda, utilizada no veículo ou na frota, for a de identificação e padronização da empresa ou prestadora de serviço.

§ 3º É vedado, sob pena de se constituir infração legal, a utilização de publicidade em reboques, bicicletas e similares ocupando vaga de estacionamento ou estacionadas em pontos estratégicos sobre a via ou passeios públicos, seja qual for o período, inclusive na época eleitoral.

## **VITRINES**

**Art. 60** Poderão os estabelecimentos térreos, utilizar a totalidade das áreas destinadas exclusivamente a vitrines com aplicações publicitárias e escritos promocionais. Quando estas atenderem a mais de um pavimento ou sobreloja, só será permitida o uso de 50% (cinquenta por cento) dos respectivos vãos, sendo que a publicidade ficará restrita a área da vitrine correspondente ao pavimento inferior.

§ 1º O uso de publicidade acima do percentual previsto, será considerado como letreiro, assim definido em lei, não podendo ultrapassar os percentuais legalmente estabelecidos dos zoneamentos publicitários específicos

§ 2º O percentual, do caput, do artigo não se aplica as sedes das imobiliárias e corretoras imobiliárias, podendo nestes casos, ser utilizado a totalidade da vitrine, com exceção dos vãos das portas e janelas.

## **TORRES D'ÁGUA (RESERVA PARA INCÊNDIO)**

**Art. 61** Serão permitidos o uso do nome da empresa e de sua logotipia em torres d'água em grandes lojas, indústrias, centros de eventos, de convenções, supermercados e similares, se estritamente necessárias para uso de reserva de água de combate à incêndio, quando acompanhadas de documento da unidade local do corpo de bombeiros, comprovando a exigência desta instalação.

§ 1º Só será permitido o uso de publicidade sobre as torres d'água, se, as mesmas, estiverem implantadas em área do terreno, fora do recuo frontal legal obrigatório para a construção.

§ 2º Deverá a identificação do estabelecimento ser colocado obrigatoriamente sobre as paredes laterais da torre d'água, nunca sobre a parte superior da estrutura (topo); não devendo, a área máxima ocupada pelo letreiro, ultrapassar 1,00m<sup>2</sup>. (um metro quadrado).

## PUBLICIDADE À DISTÂNCIA PLACAS INFORMATIVAS E INDICATIVAS

**Art. 62** Fica permitido em todo território municipal, o uso de placas informativas e indicativas sobre os eixos principais das vias públicas (municipais, estaduais) - padrão CNV (desenho 020), para uso dos seguintes estabelecimentos: hotéis, motéis, pousadas e similares, museus, parques naturais, parques temáticos, e estabelecimentos semipúblicos voltados a visitação turística.

§ 1º Entende-se, por eixos principais, as vias assim consideradas pelo Poder Público Municipal.

§ 2º Os estabelecimentos semi-públicos são aqueles voltados a visitação turística, que exploram e oferecem atrativos para observação visual e auditiva dos visitantes, (exposições, shows, etc), ou seja, onde a atividade turística se sobrepõe a venda de produtos e de outras atividades puramente comerciais.

§ 3º Ficará a critério do Poder Público Municipal com a anuência do COMPUGRA a apreciação, o enquadramento e a liberação deste modelo publicitário, aos estabelecimentos considerados semi-públicos voltados a visitação turística.

§ 4º Não se enquadram no benefício da publicidade a distância, elencada no caput deste artigo, os estabelecimentos comerciais como lojas ou anexos às lojas e as indústrias de qualquer natureza.

**Art. 63** Fica estabelecido, que as placas informativas e indicativas sobre vias públicas deverão atender, o que se segue:

I - Informar no máximo 3 (três) estabelecimentos por placa;

II - Prestar informação ou orientação associada ao interesse público;

III - Utilizar-se de, no máximo, uma informação por placa para cada estabelecimento beneficiado e, de no máximo, o uso de duas unidades de placas.

IV - Obedecer aos critérios técnicos da Secretaria Municipal de Planejamento e Urbanismo da Administração Pública Municipal ou a que vier substituí-la, e também do DAER ou de sua concessionária, em se tratando deste tipo de publicidade sobre via estadual na localização dos postes para colocação das placas informativas e orientativas.

**Art. 64** Os restaurantes, localizados fora da área central e distantes dos eixos viários municipais principais, quando comprovada a necessidade de utilização de indicação, para melhor acesso, mediante solicitação à Secretaria Municipal de Planejamento e Urbanismo ou a que vier substituí-la, e posterior licenciamento, poderão utilizar-se de indicação do estabelecimento, sobre o modelo de placa informativa e indicativa internacional, admitidas pelo Conselho Nacional de Trânsito, sobre as vias públicas desde que:

I - Estas placas, estejam colocadas e localizadas no mínimo a 300 m (trezentos metros) de distância, do respectivo estabelecimento e, mesma distância, de qualquer outra placa, do mesmo padrão, seja ou não, do mesmo estabelecimento;

II - Sejam no máximo, duas unidades, deste modelo, por estabelecimento comercial;

III - Devam em qualquer circunstância, estar associada a uma ou mais informações de uso de interesse público ou turístico;

IV - Sejam no máximo, permitido o uso associativo, de três estabelecimentos por placas.

GALERIAS /CENTRO PROFISSIONAIS /COMERCIAIS

**Art. 65** Em se tratando de galerias comerciais, prédios com lojas de acesso interno e/ou escritórios, só poderá ser usado uma única placa modelo padrão municipal, compatível com seu zoneamento de uso publicitário, para identificação do conjunto destes estabelecimentos, sendo livre a opção pelas duas maneiras de colocação do artefato, conforme a Lei disciplina.

§ 1º Poderão o conjunto dos estabelecimentos comerciais, adotar alternativa associativa através de tabuletas padrões de 40 cm (quarenta centímetros) de comprimento por 20 cm (vinte centímetros) de altura, fixadas em mureta vegetal padronizada, conforme desenho 019, em anexo.

§ 2º A mureta vegetal padrão para este fim, poderá ser colocada à partir do passeio público, de forma perpendicular a este, em umas das divisas laterais, dentro da área de recuo frontal ou de jardim estabelecido em lei.

§ 3º O uso da mureta vegetal publicitária, para este fim é gratuito, devendo, no entanto, atender o trâmite legal para sua aprovação e licenciamento.

**Art. 66** Não serão permitidos expositores de qualquer natureza, (mini- vitrines) para identificação dos estabelecimentos comerciais, dentro da área de recuo frontal ou de jardim, estipulados pelo PPDI de Gramado, mesmo que estes, estejam colocados em paredes de divisas.

**Art. 67** Está vedada o uso de publicidade e ou propaganda, mesmo de caráter informativo ou identificativo, de estabelecimentos comerciais ou de prestadores de serviços, nas paredes externas acima do pavimento térreo da edificação onde estes estiverem localizados, mesmo havendo outras atividades e/ou estabelecimentos instalados nos pavimentos superiores.

§ 1º Em se tratando de prédios, cujo acesso de uso comum seja de frente para a via pública, será permitida a colocação na parede do pavimento térreo, da edificação, de letreiro único, indicando o acesso ao conjunto, contendo somente, o nome e o número da identificação do conjunto, nas dimensões máximas estabelecidas em Lei, para o zoneamento publicitário respectivo.

## **TOLDOS**

**Art. 68** É proibida a publicidade ou propaganda, aplicada ou pintada sobre toldos, estruturas leves ou similares de qualquer natureza.

§ 1º Serão permitidos sobre as estruturas mencionadas, no caput deste artigo, a identificação do estabelecimento e o número, sendo que a área ocupada por estas inscrições deverá ser considerada como área de letreiro permitido em Lei.

## **TAXAS**

**Art. 69** Serão autorizadas somente as publicidades e os engenhos publicitários, que mediante solicitação, trâmite legal, aprovação do artefato tiverem efetivados o pagamento de taxas, conforme prevê o Código Tributário Municipal de Gramado, em seu anexo VI.

§ 1º Os tipos publicitários definidos como Letreiros, Apelos Visuais, e os Modelos Padrões Municipais exceto o Modelo Padrão Municipal 005 descrito no artigo 90 desta Lei, quando este for requerido para os Zoneamentos Publicitários ZP-6 e ZP7, estarão sujeitos somente ao pagamento de uma única parcela por tempo indeterminado da Taxa de Análise e da Autorização Publicitária (Vistoria e Alvará), definidos no anexo do Código Tributário Municipal de Gramado.

**Art. 70** Se cumpridas, as formalidades desta lei, para seu uso específico, estão isentas das exigências de taxas os painéis permitidos e afixados nos locais das obras de construção civil, bem como as de responsabilidade técnica, no seu período construtivo e as de vendas de imóveis.

**Art. 71** Estão igualmente isentas das exigências e taxas deste regulamento as propagandas afixadas, no interior dos estabelecimentos, que tenham por objetivo incentivar a venda dos produtos ali existentes.

#### PROIBIÇÕES, VEDAÇÕES, MULTAS E PENALIDADES.

**Art. 72** Toda publicidade poderá ter sua exibição suspensa, caso seja julgada como mensagem enganosa ou abusiva ou esteja em desacordo com o que prevê e determina o Código de Proteção e Defesa do Consumidor.

**Art. 73** É proibida a utilização de todos e quaisquer engenhos, veículos ou formas de publicidade ou propaganda, mesmo que de forma temporária, incluindo-se as propagandas políticas, utilizadas neste município, estando em desacordo com a presente Lei.

**Art. 74** Para efeito desta lei, as penas a serem aplicadas estão assim classificadas:

- I - Pena Leve;
- II - Pena Média;
- III - Pena Grave;
- IV - Pena Gravíssima.

§ 1º Em casos específicos, poderão ser acrescidos as modalidades de penalidades, apreensão de equipamento, retirada do artefato ou suspensão do alvará, sem que com isto, se acrescente valores estipulados para às multas previstas;

§ 2º Os valores referentes às penalidades, obedecerão ao que prevê o Anexo I, do Código Tributário Municipal;

**Art. 74** Para efeito desta lei, as penas a serem aplicadas estão assim classificadas:

- I - Pena Leve;
- II - Pena Média;
- III - Pena Grave;
- IV - Pena Gravíssima.

§ 1º Em casos específicos, poderão ser acrescidos as modalidades de penalidades, apreensão de equipamento, retirada do artefato ou suspensão do alvará, sem que com isto, se acrescente valores estipulados para às multas previstas;

§ 2º Os valores referentes às penalidades, obedecerão à seguinte tabela:

Pena	Valor em Reais
Leve	R\$ 369,21
Média	R\$ 656,37
Grave	R\$ 1.640,92
Gravíssima	R\$ 5.333,02

§ 3º Os valores das penalidades serão reajustados anualmente, tendo como base o Índice Geral de Preços do Mercado (IGP-M), da Fundação Getúlio Vargas (FGV), ou outro que vier a substituir. (Redação dada pela Lei nº 3454/2015)

**Art. 75** A exibição de qualquer tipo de publicidade e propaganda se constituiu em infração punível, nos termos desta lei, como sendo:

#### I - Pena leve

- a) Pela sua quantidade ou má distribuição, prejudique o aspecto das fachadas, ou se fixadas nas fachadas, como letreiros, não atenda o percentual estipulado para o zoneamento publicitário específico;
- b) Obstrua, intercepte ou reduza os vãos de portas, janelas e prismas de ventilação e iluminação, bem como as bandeiras dos vãos;
- c) Contenha incorreções de linguagem ou, não obedeça às normas de ortografia da língua correspondente.

#### II - Pena média

- a) Não possuir cadastro ou prévia autorização;
- b) Não respeitar as exigências desta lei;
- c) Utilizar indevidamente, nos recuos, formas de publicidade, sem a devida autorização;
- d) Estiver sem alvará ou licença necessária para os casos específicos desta lei;
- e) Se apresentar em desacordo com as características aprovadas;
- f) Estiver em mau uso ou sem conservação;
- g) Fixadas de forma simples em superfícies não padronizadas, como muros, muretas, grades, gradis, telas, tapumes, colunas, pilastras, pilotis, postes, árvores, arbustos, ou qualquer outras espécies vegetais;
- h) Perturbem o sossego público;
- i) Contenha armas, símbolos, emblemas, escudos, brasões ou qualquer desenho semelhante aos usados pelo Poder Público ou entidades a ele ligado;
- j) Cobrir parcial ou totalmente a visibilidade de sinalização de trânsito ou, de outro sinal de comunicação institucional, destinado à orientação do público, bem como a numeração imobiliária e a denominação das vias de circulação;
- k) Apresentarem conjunto de formas e cores que se confundam com as convencionadas para as diferentes categorias de sinalização de trânsito, de forma a desviar a atenção dos motoristas ou pedestres;
- l) Conttenham material refletivo, superfície espelhada ou dispositivos luminosos, capazes de produzir ofuscamento ou causar insegurança ao trânsito de veículos e/ou pedestres;
- m) Utilizadas nas partes internas e externas dos cemitérios;
- n) Utilizadas nas partes internas e externas de hospitais, pronto-socorros e postos de saúde e de atendimento médico, exceto os que digam respeito a eventos relacionados à área de saúde.
- o) Utilizadas em imóveis tombados, sem autorização prévia do órgão de tombamento Competente;
- p) Utilizadas em locais de empreendimentos, construções, parcelamentos do solo e venda de imóveis, não condigam com o empreendimento ou sejam de outros diversos.
- q) Utilizadas sobre portas e janelas, seja por pintura, adesivo ou outras formas;
- r) Se distribuídas como panfletos ou qualquer outra forma de divulgação nas vias públicas, (ruas, esquinas, rótulas, passeios públicos) sem a devida autorização publicitária;
- s) Se distribuída ou colocada na forma de panfletos e adesivos em veículos automotores em circulação ou estacionados, sem autorização, salvo licenciamento especial.

#### III - Pena média com apreensão de equipamento

- a) Se por propagação de som por equipamentos sonoros, estes estiverem, a menos de 100 m C cem metros dos órgãos dos Poderes Federal, Estadual e Municipal; dos Hospitais, casas de saúde, repouso, creches e similares; dos estabelecimentos de ensino, bibliotecas públicas, igrejas, cinemas e teatros quando em funcionamento; dos estabelecimentos e incorporações policiais ou militares; de qualquer estabelecimento que por sua natureza exija silêncio quando em atividade e em áreas residenciais configuradas no PPDl de Gramado.



#### IV - Pena média com suspensão do alvará

a) Constatada alteração contratual, da empresa ou pessoa cadastrada, que importe em substituição da responsabilidade, da sede, filial, agência, sem a devida comunicação ao setor competente da Prefeitura Municipal de Gramado, no prazo de trinta dias, a contar da referida alteração, protocolada na Junta Comercial.

#### V - Pena grave

- a) Se de alguma forma, prejudicar o mobiliário e os cenários paisagísticos urbanos e rurais, sejam estes edificadas ou naturais do Município;
- b) Se estiverem localizadas em áreas ambientais, determinadas pelos zoneamentos estabelecidos no PPDJ e no zoneamento de uso publicitário, desta Lei bem como em áreas entendidas de Preservação Permanente configuradas, por legislações ambientais Estaduais, Federais e Municipais;
- c) Se ofensiva à moral, ou contenha dizeres ou imagens discriminatórias;
- d) Se de forma particular, valerem-se dos modelos publicitários padronizados destinados ao uso de caráter e identificação dos serviços públicos ou de promoção dos eventos municipais, bem como dos locais específicos para este fim;
- e) Se colocadas em curvas, esquinas, cruzamentos, entroncamentos, rótulas, pontes, passagens de pedestres, faixas de segurança e outros elementos que componham o sistema viário, de maneira que possam por em risco condutores de veículos e pedestres, salvo a instalação de indicador de logradouro, de direção ou de sinalização;
- f) Se localizados em propriedades (lote ou edificação) de uso exclusivamente residencial, sem autorização, salvo para identificação do condomínio (nome e número);
- g) Sem o devido licenciamento especial, de interesse promocional municipal, sobre praças, jardins, parques, bosques e outros locais públicos;
- h) Se a distribuição de panfletos de propaganda poluírem os espaços públicos em um raio de 200 m (duzentos metros) do local de distribuição autorizada;
- i) Se constatada propaganda sonora em vias públicas ou locais externos sem o devido alvará de licença, ou autorização municipal, independentemente da intensidade sonora que esta provoque;
- j) Se estiver sendo utilizada com prazo de alvará de licença excedido (autorização publicitária).

#### VI - Penas grave, mais retirada

- a) Nos casos de aplicação de placas, cartazes e assemelhados, nos postes de luz;
- b) Se após notificação da irregularidade, vencido o prazo de adequação ou retirada, sem providências cabíveis;
- c) Ocorrendo modificação dos padrões ou colocação fora dos limites impostos, pelo Zoneamento publicitário;
- d) Estiver colocada, pintada ou suspensa sobre telhados, marquises, sacadas, vãos de iluminação ou ventilação, de forma diferente das estabelecidas em Lei ou descaracterizando arquitetonicamente os prédios e/ou estabelecimentos;
- e) Nos casos de propaganda eleitoral que permaneça, após 10 (dez) dias do encerramento das eleições;
- f) Se colocada em chaminés, torres de elevadores, casa de máquinas, reservatórios elevados ou não, exceto as permitidas no artigo 61, torres de transmissão, elevadores de obras, antenas em geral;
- g) De letreiros que excederem o percentual das fachadas relativos ao seu zoneamento publicitário;
- h) Se forem utilizados simultaneamente mais de dois modelos padrões publicitários, salvo composição de letreiros, com painéis fotográficos e dos modelos padrões 001 com o 002, quando os terrenos possuírem testadas maiores de 50m (cinquenta metros);
- i) Se utilizadas em locais inapropriados, inoportunos e proibidos;
- j) Quando ocorrer a utilização externa de cartazes, faixas e de artefatos publicitários leves, sem a devida autorização;
- k) Do uso de balões e objetos suspensos e infláveis sem a devida autorização;
- l) Quando utilizada em zoneamento publicitário não permitido;
- m) Quando utilizada de forma dissimulada e sem alvará;
- n) Quando utilizadas em qualquer tipo de veículo sobre rodas, seja por tração mecânica, esforço

animal ou humano, sem a devida autorização publicitária;

- o) Quando utilizada internamente nos estabelecimentos, mas que excedendo o percentual publicitário permitido para vitrine, objetive a publicidade como exposição e observação externa;
- p) Entendida sua utilização se caracterizar como ostensiva e oportunista;
- q) Se para sua instalação, desmatar, derrubar ou comprometer o meio ambiente, sem o devido licenciamento ambiental;
- r) Quando utilizar a imagem de locais e propriedades consideradas públicas do Município de Gramado, salvo nos apelos visuais (painéis fotográficos);
- s) Se riscar, colar papéis, pintar inscrições, inclusive propaganda política, no mobiliário urbano ou causar dano ao patrimônio cultural, paisagístico ou natural do Município e, não cumprir com a devida restauração;

#### VII - Pena gravíssima

- a) De propagandas sonoras em vias públicas ou locais externos, que excederem os níveis de ruído, previstos no Código de Posturas Municipal;
- b) De propagandas sonoras em locais considerados como "zonas de silêncio" estabelecidos no Código de Posturas Municipais;
- c) De propagandas eleitorais sonoras, no período estabelecido, pela Lei eleitoral, relativa ao pleito e para fins publicitários em geral, fora do horário compreendido das 8 h às 18 h;
- d) Causar poluição ambiental;
- e) Se dificultar, interceptar ou impedir acesso aos bens de uso comum do povo, tais como ruas, praças, parques, bem como aos espaços culturais, eventos promocionais municipais, áreas de interesse paisagísticos e aos recursos naturais em geral.

### RETIRADA DO ARTEFATO PELA FISCALIZAÇÃO

**Art. 76** A notificação para retirada de publicidade instalada após a promulgação desta Lei que estiver em desacordo com as diretrizes por ela apresentada, terá prazo máximo fixado em 20 (vinte) dias.

§ 1º Engenheiros publicitários instalados anteriormente a esta Lei e que estiver em desacordo com a mesma, terão prazo de 90 (noventa) dias para promover a remoção após findo o prazo pactuado no cronograma de adequação, descritos nos artigos 146 e 147; devendo a notificação a ser expedida pela secretaria municipal competente, estar acompanhada da anuência do COMPRUG.

§ 2º Findo o prazo de notificação para retirada, verificada a persistência da irregularidade, fica facultado ao órgão fiscalizador da Secretaria de Planejamento e Urbanismo do Município ou a que vier substituí-la, sua retirada ou remoção da pintura ou publicidade às expensas do infrator, sendo cobrada, ainda, os valores da penalidade estabelecidos no Código Tributário Municipal;

§ 3º Quando da retirada do material, o mesmo ficará em depósito do Município, pelo prazo de 90 (noventa) dias, período em que deverá ser retirado, devendo ser apresentado o comprovante da taxa de pagamento da penalidade e dos custos relativos as despesas da remoção.

§ 4º Após a extinção do prazo, os materiais retirados, restaram de propriedade do Município, podendo por estes, terem a destinação desejada.

### CONCEITOS E DEFINIÇÕES

**Art. 77** São admitidos, a critério do Poder Público, os veículos e engenheiros de publicidade ou propaganda, desde que permitidos para a respectiva Zona de Uso de Publicidade Municipal, estabelecidas nesta lei; tenham recebido alvará de uso ou licenciamento especial (autorização publicitária), e, recolhidas às respectivas taxas, em conformidade com o que prevê, o Código Tributário

Municipal, em seu anexo VI.

§ 1º A conceituação ou definição de qualquer artefato, modo, sistema não significa possibilidade, permissividade de licenciamento deste.

**Art. 78** Para fins de entendimento e compreensão, da presente lei, ficam conceituadas e definidos os engenhos de publicidade e propaganda, conforme o Anexo I:

## **ANEXO I - CONCEITOS, DEFINIÇÕES E DISPOSIÇÕES**

**Art. 79** Entende-se por Modelos Padrões Municipais, as placas e artefatos destinados a publicidade e propaganda, padronizadas e dimensionadas, de acordo com o Anexo - I, desta Lei.

§ 1º Quando o imóvel estiver respeitando o alinhamento predial previsto pelo Plano Diretor de Desenvolvimento Integrado- PDDI, atendendo ao que diz a Zona de Uso Publicitária desta lei, o estabelecimento poderá optar pela instalação dos modelos padrões estipulados para aquela via ou região, sem renunciar ao letreiro.

**Art. 80** Entende-se por Modelo Padrão 001, conforme desenho 010, a placa municipal padronizada assim caracterizada, devendo esta manter as características originais de projeto, formato e pilastras.

§ 1º O material utilizado, nas pilastras, deverá ser preferencialmente em madeira, podendo alterá-lo desde que com material maciço e liso (concreto, alvenaria com reboco, alumínio, fibra). Não serão admitidas texturas ou ranhuras; podendo, no entanto, as pilastras serem formadas por estruturas metálicas vazadas se exclusivamente forem estas, posteriormente preenchidas com vegetação de forma aparada para manter as dimensões padronizadas, conforme desenho 011.

§ 2º O uso da moldura superior poderá ser integrado a placa, desde que suprimida a barra inferior em conformidade com o desenho 011.

§ 3º Não será permitida extensão das pilastras das placas, para obtenção de maior altura. A altura da parte inferior da placa em relação ao solo natural, deve ter no máximo 40 cm (quarenta centímetros). Quando a placa padrão for colocada em terreno com aclive ou declive, deverá ser executada em superfície plana de base, de forma que os pés dos postes (pilastras) contenham e se apresentem com mesmo comprimento.

§ 4º O modelo referido, no caput, deste artigo, poderá ser fixado junto ao limite do imóvel com o passeio público ou com o limite do acostamento, desde que seja permitido no local a ser instalado, pelo Zoneamento de Uso Publicitário.

§ 5º Não serão permitidos a colocação de qualquer artefato estranho ao modelo, que caracterize composição ou complemento, em baixo, em cima ou nas laterais, fixados neste ou independentes, cercas, tochas, etc, tampouco preenchimento ou engrossamento das pilastras ou dos pés (sapatas).

§ 6º Não será permitida colocação de acessórios dentro da placa padrão que extrapole as dimensões externas destas. ou que a descaracterize.

§ 7º É vedado o uso do modelo, de forma repetitiva e seqüencial, sejam também; lado a lado, acima ou em baixo de outra;

**Art. 81** Poderão permanecer em uso as placas modelo padrão municipal 001, nos estabelecimentos localizados em todos os zoneamentos permitidos, que na data de aprovação desta lei, estiverem em uso.

§ 1º Para continuidade do uso desta placa modelo, deverá, a mesma, estar em total conformidade com o modelo padrão e utilizada, no recuo frontal, do estabelecimento específico.

§ 2º Deverão na troca de atividade do estabelecimento, estes modelos serem substituídos pelos novos modelos permitidos em lei.

**Art. 82** Entende-se por Modelo Padrão 002, conforme desenho 012, a placa municipal padronizada caracterizada como tótem, devendo, esta atender as características originais de projeto, formato e pilastras .

**Art. 83** O modelo referido, no artigo anterior, poderá ser usado:

I - Como elemento de substituição da placa modelo padrão 001, em lotes ou terrenos com testada inferior a 50 m (cinquenta metros).

II - Como elemento complementar da placa modelo padrão 001, desde que em lotes com testada igual ou superior a 50 m (cinquenta metros) e fique afastado daquela a mais de 30 m (trinta metros);

III - Em qualquer das duas situações anteriores, não poderá ser implantado a menos do que 50% (cinquenta por cento), do recuo frontal obrigatório para construção em relação a via pública.

§ 1º O material utilizado, na confecção do totem, deverá ser preferencialmente em madeira, podendo alterá-lo, desde que com material maciço e liso (ferro, concreto, alumínio, fibra). Não serão admitindo texturas ou ranhuras, nem tampouco pilastras vazadas.

§ 2º O totem deve obedecer as dimensões e formas padrão, não podendo ser substituído por qualquer outro engenho similar.

§ 3º Não será permitida extensão das pilastras das placas, para obtenção de maior altura, devendo esta ser fixada diretamente ao nível natural do solo. Quando a placa padrão for colocada em terreno com aclive ou declive, deverá ser executada superfície plana de base, de forma que os pés dos postes (pilastras) conttenham e se apresentem como mesmo comprimento.

§ 4º Não será permitida a colocação de qualquer artefato estranho ao modelo que descaracterize sua composição, usados como complementos, em baixo, em cima ou nas laterais, fixados neste ou independentes, cercas, tochas, etc., tampouco preenchimento ou engrossamento das pilastras.

§ 5º Será permitida colocação de elementos internos, acessórios, dentro da área da placa modelo padrão 002, podendo estes avançar em ambas as faces no máximo 5 cm (cinco centímetros) para cada lado, das pilastras, conforme desenho 012.

**Art. 84** Entende-se por Modelo Padrão 003 a placa municipal padronizada, assim caracterizada, devendo esta atender as características originais de projeto, dimensão máxima, fixação em suporte e poste padronizado, conforme desenho 013.

§ 1º O modelo referido, no caput deste artigo, compõe-se de um placa artesanal, de dupla face, cuja superfície máxima não ultrapasse a projeção de um retângulo máximo de 60 cm (sessenta centímetros) de largura por 90 cm (noventa centímetros) de altura.

§ 2º A placa deverá ser confeccionada em madeira, com espessura variável de 2 cm (dois centímetros) até o máximo de 8 cm (oito centímetros). É permitido o entalhe, relevos e vazados sobre a madeira, com utilização de outros materiais nobres, (latão, ferro, inox, bronze). Será vedada a simples utilização de pintura.

§ 3º Só será permitido a iluminação deste artefato do modo front-ligth (sem luz interna), sendo exclusiva para identificação do estabelecimento, contendo no máximo, logotípias, marca, nome ou número, não podendo conter sobre ela, marcas casadas, emprestadas de outras empresas, produtos, patrocínios, etc.

**Art. 85** O Modelo Padrão 003, poderá ser utilizado da seguintes forma:

I - Sobre o passeio público:

- a) Fixa de forma perpendicular em braço de ferro, na cor grafite fosco, sobre a parede do estabelecimento, quando este estiver edificado, junto ao passeio público, sem recuo.
- b) Fixa em poste padrão de fibra fundida, na cor grafite fosco, dentro do recuo frontal, no limite deste com o passeio público, conforme desenho 013.

II - Sobre o recuo de jardim:

- a) Fixa de forma perpendicular em braço de ferro, sobre a parede do estabelecimento ou diretamente de forma paralela expondo uma única face na prumada.
- b) Apoiada diretamente no solo, sem pedestal, pilastras, escoras, etc.

§ 1º Poderá ser substituído o uso do modelo padrão municipal 003, quando existirem no local, recuo frontal ou de jardim, por placas de tamanhos e formas variáveis, (área proporcional) desde que, estas sejam fixas e totalmente sobrepostas paralelamente as paredes dos estabelecimentos ou diretamente fixa no solo, com superfície que não ultrapasse 0,54 cm<sup>2</sup> de área total.

**Art. 86** A escolha de um dos modos de utilização do modelo padrão municipal 003, elimina a possibilidade de uso das demais, do mesmo padrão. O uso da placa padrão de forma direta e paralela, na parede deverá ser considerado como área de letreiro.

**Art. 87** Entende-se por Modelo Padrão 004 a placa municipal com dimensões máximas padronizadas, assim caracterizada, devendo esta atender as características originais de projeto, fixação em suporte e poste padronizado, conforme desenho 014.

§ 1º O modelo referido, no caput deste artigo, compõe-se de um placa, de dupla face, cuja superfície máxima não ultrapasse a projeção de um retângulo máximo de 60 cm (sessenta centímetros) de largura por 90 cm (noventa centímetros) de altura.

§ 2º A placa poderá ser confeccionada em material diverso, com espessura variável de 2 cm (dois centímetros) até o máximo de 12cm (doze centímetros).

§ 3º Será permitida a iluminação deste artefato do modo front-ligth (sem luz interna), ou back light (com luz interna) destinada a identificação do estabelecimento, logotipia, marca, nome ou número, podendo conter sobre ela, marcas casadas, emprestadas de outras empresas, produtos, patrocínios, etc.

**Art. 88** O modelo padrão municipal 004, poderá ser utilizado da seguinte forma:

I - Sobre o passeio público:

- a) Fixa de forma perpendicular em braço de ferro, na cor grafite fosco, sobre a parede do estabelecimento, quando este estiver edificado junto ao passeio público, sem recuo.
- b) Fixa em poste padrão de madeira, ferro ou fibra, na cor grafite fosco, dentro do recuo frontal, no limite deste com o passeio público, conforme desenho 014.

II - Sobre o recuo de jardim:

- a) Fixa de forma perpendicular em braço de ferro sobre a parede do estabelecimento ou diretamente de forma paralela expondo uma única face na prumada.
- b) Apoiada diretamente no solo, sem pedestal, pilastras, escoras, etc.

§ 1º Poderá ser substituído, o uso do modelo padrão municipal 004, quando existirem no local, recuo frontal ou de jardim, por placas de tamanhos e formas variáveis, (área proporcional) desde que, estas sejam fixas e totalmente sobrepostas paralelamente as paredes dos estabelecimentos ou diretamente fixa no solo, com superfície que não ultrapasse 0,54 cm<sup>2</sup> de área total.

**Art. 89** A escolha de um dos modos de utilização do modelo padrão municipal 004, elimina a possibilidade de uso das demais, do mesmo padrão. O uso da placa padrão de forma direta e paralela, na parede deverá ser considerado como área de letreiro.

**Art. 90** Entende-se por Modelo Padrão 005 a placa municipal padronizada caracterizada como out-door, devendo atender, as características originais de projeto, conforme desenho 015.

§ 1º O modelo referido, no caput deste artigo, compõe-se de um placa de face simples, cuja superfície deve ser o retângulo de 9,50 m (nove metros e cinqüenta centímetros) de comprimento por 3,50 m (três metros e cinqüenta centímetros) de altura, instalada diretamente no solo sob pilastras padronizadas, com altura máxima de 1,50 m (um metro e cinqüenta centímetros) do nível natural do terreno.

§ 2º O out-door deverá ter rigorosamente respeitado o espaço interno padrão de 9,00 m (nove metros) de comprimento por 3,00 m (três metros) de altura, devendo este ser emoldurado, por quadro de qualquer material, desde que pintados em tons de madeira, de largura igual a 25 cm (vinte e cinco centímetros) com espessura de 2 cm (dois centímetros) até o máximo de 5 cm (cinco centímetros).

§ 3º O material a ser exibido deve identificar o anunciante responsável pela mensagem publicitária de tal forma que o consumidor fácil e imediatamente a identifique como tal. Não será permitido no quadro de moldura externo, do modelo, nenhuma outra inscrição diversa da identificação do anunciante (empresa ou responsável), ocupando um espaço máximo de 40 cm (quarenta centímetros) de largura por 20 cm (vinte centímetros) de altura.

§ 4º Não serão permitidos quaisquer artifícios ou artefatos sobrepostos ao modelo padrão municipal 005, que extrapolem os limites da moldura externa do modelo, inclusive o de identificação do anunciante.

§ 5º Resta vedada a fixação de texturas ou relevos de qualquer tipo sobre a moldura, devendo esta ser, sempre constituída de superfície lisa.

**Art. 91** Destina-se o modelo padrão municipal 005, à fixação de cartazes substituíveis em folhas de papel e ou de pinturas fixas de anúncios, iluminado natural ou artificialmente, sendo-lhe vedado o uso da forma back-light (luz interna).

§ 1º O out-door, além de atender a presente Lei, deverá atender as resoluções da Central de Outdoor como membro do CONAR (Código Nacional de Auto Regulamentação Publicitária), quanto ao cumprimento das normas éticas, e ao CENP - (Conselho Executivo das Normas-Padrão) quanto ao cumprimento dos padrões.

**Art. 92** Admite-se a transformação do out-door, (modelo padrão municipal 005) em painel fechado (alvenaria ou de concreto) ou como elemento vazado, com pinturas fixas, ou com a utilização de outros materiais substituíveis, tais como laminas, tecidos, lonas fixas ou amarradas, devendo, no entanto, manter as dimensões padrões, inclusive a moldura externa e as pilastras de sustentação, sem descaracterizá-las.

§ 1º Dentro do espaço compreendido pela moldura externa, destinada a exposição da propaganda e da publicidade, mas nunca avançando sobre esta, poderá este espaço ocupar-se com mais de uma publicidade, admitindo-se áreas livres ou vazadas, com estruturas internas diversas, tais como tecidos, banners de lona com ou sem ilhós, lonas, impressão digital, etc.

**Art. 93** A fixação do artefato modelo padrão municipal 005 ao solo, deverá ser com pilastras de tubos cilíndricos ou de estrutura metálica, cheia ou vazada, com altura e espaçamento em conformidade com o estipulado em lei, conforme desenho 015, sempre pintado na cor grafite fosco.

§ 1º O material das pilastras não poderá ser de escoras ou de varas, de madeiras, tramadas.

§ 2º Quando o out-door, estiver instalado em local, considerado faixa de domínio das rodovias Estaduais ou pertencentes a Zona Publicitária Seis, deverão os artefatos, se necessário for, atenderem aos dispositivos de proteção (guard-rail), ficando a critério do DAER-RS ou de sua concessionária, a liberação do artefato condicionada a esta exigência.

§ 3º Deverão os modelos padrões municipais 005, atender inicialmente, quando se tratar da faixa de domínio do DAER-RS, o regulamento da fixação de publicidade, nas faixas de domínio das rodovias integrantes do programa Estadual de concessão de rodovias, para verificar se a escolha do local é compatível ou permitida.

**Art. 94** O artefato modelo padrão municipal 005, dependendo no que lhe permitir o zoneamento publicitário para o local de sua fixação, deve ser instalado:

I - Colocado paralelamente a via pública, permitida desde que fique afastado 1,50 m (um metro e cinquenta centímetros) lateralmente de qualquer construção e de divisa com outro lote;

II - Colocado paralelamente a via permitida, sempre após a linha de recuo obrigatório para construção, tendo ou não faixa de domínio na respectiva via;

III - Colocado perpendicularmente a via permitida, desde que atendendo os dispositivos exigidos de proteção e segurança.

**Art. 95** O modelo padrão municipal 005, não poderá ser implantado de forma seqüencial (lado a lado), sendo que, só será permitido o uso deste tipo publicitário, quando cada unidade estiverem afastada distante 100 m (cem metros), uma das outras.

**Art. 96** Entende-se por Modelo Padrão 006 a placa municipal padronizada caracterizada como placa institucional, devendo esta atender, as características originais de projeto, formato pilastras, conforme desenho 016.

§ 1º O material utilizado nas pilastras deverá ser de madeira natural e, não serão admitidas texturas ou ranhuras.

§ 2º Não será permitida extensão das pilastras das placas, para obtenção de maior altura. A altura da parte inferior da placa em relação ao solo natural, deve ter no máximo 20 cm (vinte centímetros). Quando a placa padrão municipal 006 for colocada em terreno com aclive ou declive, deverá ser executada superfície plana de base, de forma que os pés dos postes (pilastras) contenham e se apresentem com mesmo comprimento.

§ 3º O modelo referido, no caput deste artigo, poderá ser fixado junto ao limite do imóvel com o passeio público ou com o limite do acostamento, desde que seja permitida no local a ser instalada pelo Zoneamento de Uso Publicitário.

§ 4º Não serão permitidos a colocação de qualquer artefato estranho ao modelo, que caracterizem composição ou complemento, em baixo, em cima ou nas laterais, fixados neste ou independentes, cercas, tochas, etc., tampouco preenchimento ou engrossamento das pilastras ou dos pés (sapatas).

§ 5º Não será permitida colocação de acessórios dentro da placa padrão que extrapole às dimensões externas destas ou que a descaracterize.

§ 6º É vedado o uso do modelo, de forma repetitiva e seqüencial, sejam também; lado a lado, acima ou em baixo de outra;

**Art. 97** A finalidade de uso do modelo padrão municipal 006 em conformidade com o desenho 016, é a identificação dos serviços e atividades públicas municipais em todo seu território.

§ 1º Poderá ser utilizada o modelo padrão municipal 006, como placa de divulgação e promoção de eventos, sejam estes particulares ou públicos, desde que utilizados somente nos locais onde se realizarão os eventos; devendo seguir o modelo rigorosamente todas as suas características.

§ 2º Quando da promoção de eventos, onde será utilizado o modelo padrão institucional, estes deverão ser requeridos pelo processo de licenciamento especial, instalados em locais apropriados e pré-determinados, pela Administração Pública Municipal, mediante o pagamento da respectiva taxa prevista no Código Tributário Municipal.

**Art. 98** Entende-se por Modelo Padrão 007, o modelo municipal caracterizado como mureta padrão, devendo esta, para sua aplicabilidade e uso, atender as características permitidas em lei, em conformidade com o desenho 017.

§ 1º Poderá ser a mureta padrão, parede de qualquer material natural aparente (pedra, tijolo, madeira, ferro, etc), ou muro verde (composto por vegetação), integrado a natureza, com largura máxima de 30 cm (trinta centímetros), comprimento de 3,50m (três metros e cinquenta centímetros) e altura de 1,50 m (um metro e cinquenta centímetros).

§ 2º Permite-se o uso do modelo padrão municipal 007, quando destinados, somente a aplicação de letreiro em caixa alta, nome e logotipia do estabelecimento, conforme desenho 016, desde que, estas muretas, sejam executadas diretamente no solo, distante no mínimo 60 cm (sessenta centímetros) do passeio público ou dentro do recuo frontal estabelecido.

§ 3º É vedada a iluminação total destas muretas de forma interna (back ligh) sendo permitido luzes embutidas (pano de fundo) para salientar o letreiro, logotipia e/ou número. Permite-se o uso da iluminação total da mureta de maneira externa (front-light).

## LETREIROS

**Art. 99** Serão considerados letreiros, para o entendimento desta Lei a composição ou a utilização de qualquer letra, emblema, desenho, destinado exclusivamente à identificação do estabelecimento, confeccionada em relevo ou simplesmente pintada, independentemente do material a ser utilizado, unicamente sobre superfície de parede externa de qualquer plano de fachada.

§ 1º Os letreiros, são toda e qualquer indicação diferente dos modelos padrões municipais, sendo indicações colocadas no próprio local de funcionamento dos estabelecimentos, sobre paredes, muros, quando permitidos, construções existentes, onde a atividade é exercida, **desde que contenham apenas o nome do estabelecimento, a marca ou logotipo, atividade principal, endereço, número e telefone.**

§ 2º Independentemente da área permitida, obedecido os percentuais autorizados em lei, todos os letreiros estarão isentos de taxas, excetuando-se aquelas destinadas ao pagamento da Taxa de Análise e de Autorização Publicitária previstas no Anexo VI, do Código Tributário Municipal.

**Art. 100** Para utilização e colocação de publicidade, pela modalidade de letreiro deverão ser observados os seguintes requisitos:

I - Serem instalados na fachada, sempre no sentido paralelo as paredes; sendo admitida sua colocação de forma perpendicular a esta, somente para placas modelos padrões quando a Lei permitir;

II - Deverão ser fixados nas paredes das prumadas a fachada, não sendo possível avançá-los, utilizando-se de plano de fundos falsos, nem fixá-los, nas marquises e sacadas em balanço;

III - Os letreiros aplicados, poderão estar colocados livremente a qualquer altura no pavimento térreo, desde que não interfiram na circulação de pedestres ou estejam projetados sobre o passeio público, caso esteja a construção junto ao passeio público, ou seja sem recuo frontal, os letreiros deverão,



respeitar altura livre compatível a não prejudicar o trânsito livre de pedestres;

IV - Para cada estabelecimento, poderá ser utilizada uma área para letreiro, nunca superior ao percentual da fachada principal térrea do próprio estabelecimento, em decorrência ou em atendimento ao que diz o zoneamento publicitário específico, para o caso. Não será computado como área de letreiro a placa ou suporte para a aplicação ou pintura das letras ou da logotipia.

V - No caso de mais de um estabelecimento instalado no pavimento térreo de uma mesma edificação, a área de parede destinada à publicidade, deverá ser sub-dividida proporcionalmente entre todos, sendo que, os estabelecimentos localizados acima do pavimento térreo, deverão atender ao que diz os artigos 65, 66 e 67 e seus parágrafos, desta Lei.

VI - Para os prédios térreos que tiverem um único estabelecimento comercial, será permitida a utilização dos letreiros, acima do pavimento térreo, nos oitões dos telhados, desde que estes estejam localizados de frente para as vias públicas.

**Art. 101** Quando da fixação de letreiros, para se considerar o cômputo da área por ele ocupado, será calculada para efeitos e aplicação desta lei, a área que formar o maior perímetro, sempre levando-se em conta, a figura do quadrado ou retângulo geométrico formada por retas tangentes as maiores letras ou símbolos desta composição.

§ 1º Deverão os letreiros, atender os tamanhos máximos estipulados em Lei e serem confeccionados em conformidade com o disposto no, respectivo zoneamento publicitário, onde será instalado;

§ 2º A publicidade fixada nas fachadas em forma de letreiros, será analisada pelo departamento competente municipal, não devendo ultrapassar o percentual estipulado da área da prumada do pavimento térreo, para o zoneamento, sendo necessário fazer o cômputo das áreas publicitárias existentes ocupadas em outras prumadas.

§ 3º Os estabelecimentos que optarem por mais de um letreiro, deverão cada um deles serem computados até o máximo permitido, como área percentual a ser ocupada, de publicidade de fachada.

## **ANÚNCIOS**

**Art. 102** Considera-se anúncios, para efeito desta lei, as indicações de referências de produtos, de serviços e de atividades por meio de placas, cartazes, painéis, out-doors, pintura, colocados em local estranho aquele que atividade é exercida, ou no próprio local, quando as referências exorbitarem o contido nos artigos 99, 100 e 101 desta Lei (Letreiros).

## **LETRAS LUMINOSAS - NEON**

**Art. 103** São consideradas letras luminosas, para efeito desta Lei, o uso de letreiros formados simplesmente por tubos em gás néon, cordas luminosas, ou de aglutinação (composição) de lâmpadas.

§ 1º Fica vedado para os letreiros o uso de letras luminosas, podendo em casos especiais ser admitido por autorização especial do COMPRUG, desde que acompanhada de justificativa fundamentada.

§ 2º Serão permitidos o uso de tubos de gás neon ou de cordas luminosas para dar efeito, aos contornos dos telhados, aos volumes arquitetônicos, como pano de fundo, para salientar ou ressaltar os letreiros em caixa alta (letras confeccionadas em relevo).

## TEXTOS

**Art. 104** Serão considerados textos, para efeito desta lei, a composição de letras, emblemas, desenhos, confeccionados em relevo ou pintados sobre superfícies, dispensáveis ou desnecessários a identificação do estabelecimento, e que se prestarem a qualquer outra informação, descrição, explicação, sejam estas de prestação de serviços ou de venda de produtos.

## CARTAZES, FAIXAS, ARTEFATOS PUBLICITÁRIOS LEVES

**Art. 105** Serão considerados cartazes e faixas e artefatos publicitários leves, todo artefato de material facilmente deteriorável, que permita modificação e, instalação de forma rápida e simples.

§ 1º Fica proibido o uso externo de todo o tipo de cartaz e faixa de material facilmente deteriorável, com exceção aos permitidos nos pleitos eleitorais, destinados a divulgação de eventos, de convocação de massa, de alta rotatividade, de uso "populesco", espírito liquidatório e promocional.

**Art. 106** Para efeitos desta lei, folhetos, encartes, prospecto, panfletos ou volantes são todos os pequenos impressos em papel, distribuídos de qualquer forma ao público.

**Art. 107** Indicador de logradouro são as placas de indicação pertencentes aos equipamentos urbanos, instalados nas esquinas destinadas a identificação de logradouros, sinalização, indicação e direção de locais turísticos e de interesse público.

## APELOS VISUAIS

**Art. 108** São considerados elementos publicitários para efeito desta Lei, os denominados Apelos Visuais, constituindo-se nos seguintes modos:

I - Esculturas Temáticas, conforme desenho 018, pequenos totens isolados (esculturas) que devem respeitar a escala humana de forma que possibilitem sua interação com o público, desde que sobre estes não contenham marcas, sendo-lhe permitido, no entanto, portarem cardápios ou menus. Toda e qualquer utilização de elementos escultóricos, estátuas, bonecos, que de uma maneira ou de outra sejam reprodução humana, animal, vegetal, de objetos ou de coisas, em qualquer escala, propostos com o objetivo de interagir com o público, dentro da área de recuo obrigatório ou de jardim, não podendo ser colocados sobre o passeio público. Devem as esculturas ocupar o volume máximo de um cilindro com 1m (um metro) de diâmetro de base por 2,00m (dois metros) de altura;

II - Parques Temáticos, são elementos escultóricos isolados ou múltiplos, inseridos em jardins, que se constituam em área temática, "mini-parques", desde que não se localizem na área de recuo frontal exigida para edificações, mediante apresentação de projeto para avaliação e aprovação por parte do COPRUG. Da mesma forma, deverão as situações existentes ser submetidas a esta avaliação;

III - Painéis Fotográficos - são reproduções fotográficas de grandes dimensões, utilizadas nas fachadas, acima do pavimento, desde que a finalidade seja a divulgação fotográfica dos produtos que o estabelecimento comercializa associadas a imagens que divulguem o município, a região ou nossos costumes e não as marcas de produtos simplesmente. Estes elementos não podem servir de "espaço de aluguel" para marcas e fornecedores, devendo ser aprovados previamente pelo órgão competente municipal, não podendo ultrapassar o percentual estipulado em Lei da prumada principal do prédio.

§ 1º Ficam proibidos quaisquer elementos escultóricos novos, incorporados as paredes das edificações, sendo que os existentes, anteriores a promulgação desta Lei, terão o prazo máximo de quatro anos para serem retirados, da mesma forma, deverão as situações existentes, serem

submetidas a apreciação e a avaliação do COMPRUG.

## **PUBLICIDADE ELETRÔNICA**

**Art. 109** São consideradas Publicidades Eletrônicas, quando, as mesmas, se derem através de equipamentos eletrônicos, telefônicos e televisíveis (TV), uso da internet, de home-page, e-mail e outras formas possíveis e similares de divulgação.

## **ANEXO II MODELOS E PADRÕES**

**Art. 110** São considerados parte integrante, desta Lei publicitária, os desenhos referentes aos modelos padrões assim regulamentados no Anexo II - Modelos Padrões:

### **I - DOS EQUIPAMENTOS URBANOS**

- a) PLACA DE INDICAÇÃO DE RUAS desenho 001
- b) PLACA DE ORIENTAÇÃO SOBRE VIA desenho 002
- c) RELÓGIO - TERMÔMETRO PÚBLICO desenho 003
- d) CABINE TELEFÔNICA PÚBLICA desenho 004
- e) CABINE DOS LARGOS CULTURAIS desenho 005
- f) BANCO DE SENTAR (DESCANSO) desenho 006
- g) LIXEIRA PÚBLICA PARA DEJECTOS DE ANIMAIS desenho 007
- h) LIXEIRAS PÚBLICAS desenho 008
- i) PLACAS DE AVISO desenho 009
- j) RELÓGIO/TERMÔMETRO DIGITAL PÚBLICO - desenho 09A (Redação acrescida pela Lei nº 2896/2011)
- k) RELÓGIO/TERMÔMETRO DIGITAL COM PAINEL ELETRÔNICO PÚBLICO - desenho 09B. (Redação acrescida pela Lei nº 2896/2011)
- l) ABRIGO DE ÔNIBUS desenho 009C (Redação dada pela Lei nº 2961/2011)

### **II - DOS MODELOS PADRÕES MUNICIPAIS**

- a) MODELO PADRÃO 001 desenho 010
- b) MODELO PADRÃO 001 (alternativas) desenho 011
- c) MODELO PADRÃO 002 desenho 012
- b) MODELO PADRÃO 003 desenho 013
- e) MODELO PADRÃO 004 desenho 014
- f) MODELO PADRÃO 005 desenho 015
- g) MODELO PADRÃO 006 desenho 016
- h) MODELO PADRÃO 007 desenho 017

### **III - DOS APELOS VISUAIS - ESCULTURAS TEMÁTICAS**

- a) ESCULTURAS TEMÁTICAS desenho 018

### **IV - DO MODELO CONDOMINIAL**

- a) MURETA VEGETAL PADRONIZADA desenho 019

### **V - DA PUBLICIDADE A DISTÂNCIA**

- a) PLACAS INFORMATIVAS E INDICATIVAS desenho 020

### **ANEXO - III ZONEAMENTOS PUBLICITÁRIOS**

## ZONA PUBLICITÁRIA UM

**Art. 111** Fica instituída, pertencente a área do Município de Gramado, a zona publicitária denominada de ZP1-Zona Publicitária Um, localizada na área central comercial turística, demarcada no mapa de Zoneamento Publicitário- Anexo III, assim caracterizada:

**Art. 112** Usos Publicitários Permitidos:

### I - Letreiros

- a) Ao máximo de 5% (cinco por cento) da área do pavimento térreo da edificação;
- b) Área máxima ocupada pelo letreiro de 0,90 m<sup>2</sup>;
- c) As letras deverão ser em caixa alta;
- d) Iluminação: do tipo front light (de fora para dentro).

Serão permitidas ainda iluminação de fundo para ressaltar somente contornos das letras, marca ou nome do estabelecimento, números ou logotípias ou ainda, unicamente na área interna das letras, nunca no pano de fundo, base ou área que circunde o letreiro.

### II - Modelo Padrão Municipal 001

- a) Poderão permanecer em uso as placas modelo municipal 001, nos estabelecimentos localizados neste zoneamento, que na data de aprovação desta Lei, estiverem utilizando este modelo;
- b) Para continuidade de uso desta placa, deverão estar estas, em total conformidade com o modelo padrão e estar sendo utilizadas na área de recuo frontal do estabelecimento específico;
- c) Na troca de atividade do estabelecimento, estes modelos deverão ser substituídos pelos novos modelos, permitidos em lei.

### III - Modelo Padrão Municipal 003

1 - Placa artesanal de madeira esculpida, do tipo front lighth (sem luz interna), com identificação exclusiva do estabelecimento, logotípias, marca ou nome, não podendo conter marcas casadas, emprestadas de outras empresas, patrocínios, etc. em cuja superfície máxima não ultrapasse um retângulo de 60 cm (sessenta centímetros) de largura, por 90 cm (noventa centímetros) de altura.

#### 2 - Utilização:

##### 2.1 - Sobre o passeio público:

- a) Fixa de forma perpendicular em braço de ferro sobre a parede do estabelecimento quando este estiver edificado, junto ao passeio público, sem recuo;
- b) Fixa em poste padrão de fibra fundida, na cor grafite fosco, dentro do recuo frontal, no limite deste com o passeio público, conforme desenho 014;

##### 2.2) Sobre o recuo de jardim:

- a) Fixa de forma perpendicular em braço de ferro sobre a parede do estabelecimento ou diretamente de forma paralela a prumada;
- b) No solo quando apoiada diretamente, sem pedestal, pilastras, ou escoras.

3 - Área Proporcional - Poderá ser substituído o uso do modelo padrão municipal 003, quando existirem no local, recuo frontal ou de jardim, por placas de tamanhos e formas variáveis, desde que, estas sejam fixas e totalmente sobrepostas paralelamente as paredes dos estabelecimentos ou diretamente fixa no solo, com superfície que não ultrapasse os 0,54 m<sup>2</sup>, de área total.

4 - A escolha de uma das formas de utilização da placa modelo padrão municipal 003, elimina a possibilidade de uso das demais do mesmo padrão.

5 - O uso da placa modelo padrão municipal 003 de forma direta e paralela na parede deverá ser considerado como área de letreiro.

### IV - Apelos Visuais:

1 - Esculturas - Serão permitidas esculturas, desde que não contenham marcas ou nome dos

estabelecimentos e não estejam colocadas sobre o passeio público, mas sim sobre o recuo de jardim. Seu uso será permitido com ou sem utilização de menus, sendo permitido também sua interação com as pessoas. O volume da escultura, não poderá ultrapassar a forma de um cilindro cuja base máxima seja um circunferência de diâmetro de 1 (um) metro e, altura máxima de 2,00 m (dois metros).

2 - Painéis Fotográficos - Serão permitidos além das áreas máximas ocupadas pelos letreiros, a colocação de painéis fotográficos, acima do pavimento térreo, nas paredes e oitões das fachadas dos estabelecimentos:

- a) Quando o mesmo estabelecimento possuir além de pavimento térreo, sobre-loja ou mais pavimentos;
- b) As paredes sejam voltadas para via pública e, sua prumada externa (superfície vertical da fachada) se constitua na de um único estabelecimento;
- c) Desde que a finalidade destes, seja primeiramente a divulgação fotográfica de imagens da cidade, do município ou da região; permitindo-se a associação dos produtos comercializados, desde que não haja a caracterização das marcas (nome).
- d) Desde que estes painéis fotográficos, não sirvam de "espaço de aluguel" para marcas e fornecedores;
- e) Com área máxima permitida de 10%, da fachada total ou prumada permitida.

**Art. 113** Usos Publicitários Proibidos:

I - Ficam vedados, para este zoneamento, o uso de publicidade ou de informações, através de artefatos, que utilizem o uso exclusivo de neon ou de artefatos luminosos do tipo back light (luz interna). Em casos excepcionais, poderão estes usos serem admitidos por autorização e licenciamento especial do COMPRUG, desde que acompanhada de justificativa fundamentada.

II - Ficam vedados, o uso externo de letras compostas por tubos de gás neon para divulgação de materiais, serviços e cardápios;

§ 1º O uso de "neon", deverá ser apreciado de forma especial pelo COMPRUG, sendo estes, somente permitidos, para indicações de informações do tipo: aberto e fechado, entrada e saída; nas paredes dos estabelecimentos e ainda, em contornos arquitetônicos, a critério de aprovação de projeto específico.

## ZONA PUBLICITÁRIA DOIS

**Art. 114** Fica instituída pertencente a área do Município de Gramado, a zona publicitária denominada de ZP2-Zona Publicitária Dois, localizada nas áreas residenciais-comerciais populares e núcleos rurais, demarcada no mapa de Zoneamento Publicitário - Anexo III, assim caracterizada:

**Art. 115** Usos Publicitários Permitidos:

I - Letreiros

- a) Ao máximo de 10% da área do pavimento térreo da edificação;
- b) Área máxima ocupada pelo letreiro de 1,20 m<sup>2</sup>;
- c) As letras poderão ser em caixa alta, pintura ou aplicações;
- d) Iluminação: do tipo front light (de fora para dentro), ou back light (de dentro para fora).

II - Modelo Padrão Municipal 001

- a) Poderão permanecer em uso as placas modelo padrão municipal 001, nos estabelecimentos localizados neste zoneamento, que na data de aprovação, desta lei estiverem em uso;
- b) Para continuidade do uso desta placa, deverão estas, além de atender o modelo padrão, estarem sendo utilizadas, no recuo frontal do estabelecimento específico;
- c) Deverão na troca de atividade do estabelecimento, estes modelos serem substituídos pelos novos

modelos permitidos em lei.

### III - Modelo Padrão Municipal 004

1 - Placa de material diverso, podendo ser do tipo front light (sem luz interna), ou back light (com luz interna) destinada a identificação do estabelecimento, logotipia, marca ou nome, podendo conter marcas casadas, emprestadas de outras empresas, patrocínios, produtos, etc, cuja superfície máxima não ultrapasse um retângulo de 60 cm (sessenta centímetros) de largura por 90 cm (noventa centímetros) de altura;

2 - Utilização:

2.1 - Sobre o passeio público:

a) Fixa de forma perpendicular em braço de ferro sobre a parede do estabelecimento quando este estiver edificado, junto ao passeio público, sem recuo;

b) Fixa em poste padrão de madeira, dentro do recuo frontal, no limite deste com o passeio público, conforme desenho 014;

2.2 - Sobre o recuo de jardim:

a) Fixa de forma perpendicular em braço de ferro sobre a parede do estabelecimento ou diretamente de forma paralela a prumada;

b) No solo, quando apoiada diretamente, sem pedestal, pilastras, etc.

3) Área Proporcional - Poderá ser substituído o uso do modelo padrão municipal 004, quando existirem no local, recuo frontal ou de jardim, por placas de tamanhos e formas variáveis, desde que, estas sejam fixas e totalmente sobrepostas paralelamente as paredes dos estabelecimentos ou, diretamente fixas no solo, com superfície que não ultrapasse os 0,54 m<sup>2</sup> de área total.

4) A escolha de uma das formas de utilização da placa modelo padrão municipal 004, elimina a possibilidade de uso das demais do mesmo padrão.

5) O uso da placa padrão de forma direta e paralela, na parede deverá ser considerado como área de letreiro.

#### **Art. 116** Usos Publicitários Permissivos e Proibidos:

I - Ficam permissivos para este zoneamento publicitário, o uso de identificação dos estabelecimentos, através de artefatos, que se utilizem do uso exclusivo de neon ou de artefatos luminosos do tipo back light (luz interna);

II - Ficam vedados o uso externo de letras luminosas, compostas por tubos de neon ou similares para divulgação descritiva de materiais, serviços e cardápios;

III - Serão permitidos o uso de neon cordas luminosas ou similares em contornos arquitetônicos, a critério de aprovação de projeto específico.

### **ZONA PUBLICITÁRIA TRÊS**

**Art. 117** Fica instituída a zona publicitária denominada de ZP3 - Zona Publicitária Três, localizada nas áreas consideradas predominantemente residenciais, demarcada no mapa de Zoneamento Publicitário - Anexo III, assim caracterizada:

#### **Art. 118** Usos Publicitários Permitidos:

I - Letreiros

a) Ao máximo de 0,54 m<sup>2</sup>, no pavimento térreo da edificação;

b) As letras deverão ser em caixa alta ou aplicações (relevo);

c) Iluminação: do tipo front light (de fora para dentro), ou back light.

#### II - Modelo Padrão Municipal 001

- a) Poderão permanecer em uso as placas modelo municipal 001, nos estabelecimentos localizados neste zoneamento, que na data de aprovação desta Lei, estiverem se utilizando este modelo.
- b) Para continuidade do uso desta placa, deverão estar em total conformidade com o modelo padrão e sendo utilizadas no recuo frontal do estabelecimento específico;
- c) Deverão na troca de atividade do estabelecimento, estes modelos serem substituídos pelos novos modelos permitidos em lei.

#### III - Modelo Padrão Municipal 003

1 - Placa artesanal de madeira esculpida, do tipo front light (sem luz interna), destinada a identificação exclusiva do estabelecimento, logotipia, marca ou nome, não podendo conter marcas casadas, emprestadas de outras empresas, patrocínios, etc, e cuja superfície máxima não ultrapasse um retângulo de 60 cm (sessenta centímetros) de largura por 90 cm (noventa centímetros) de altura.

2 - Utilização:

2.1 - Sobre o passeio público:

- a) Fixa de forma perpendicular em braço de ferro sobre a parede do estabelecimento quando este estiver edificado, junto ao passeio público, sem recuo;
- b) Fixa em poste padrão de fibra fundida, na cor grafite fosco, dentro do recuo frontal, no limite deste com o passeio público, conforme desenho 013;

2.2 - Sobre o recuo de jardim:

- a) Fixa de forma perpendicular em braço de ferro sobre a parede do estabelecimento ou diretamente de forma paralela a prumada;
- b) No solo quando apoiada diretamente, sem pedestal, pilastras, escoras, etc.

3 - Área Proporcional - Poderá ser substituída o uso do modelo padrão municipal 003, quando existirem no local recuo frontal ou de jardim por placas de tamanhos e formas variáveis, desde que, estas sejam fixas e totalmente sobrepostas paralelamente as paredes dos estabelecimentos ou diretamente fixa no solo, com superfície que não ultrapasse os 0,54 m<sup>2</sup> de área total.

4 - A escolha de uma das formas de utilização da placa modelo padrão municipal 003, elimina a possibilidade de uso das demais do mesmo padrão.

5 - O uso da placa padrão de forma direta e paralela na parede deverá ser considerado como área de letreiro.

#### IV - Modelo Padrão Municipal 007

1 - Poderá ser substituído neste zoneamento publicitário, o uso da placa modelo padrão municipal 001 e da placa modelo padrão municipal 003, pela denominada mureta padrão, que consiste numa parede de qualquer material natural aparente (pedra, tijolos, madeira, ferro, etc.), ou de muro verde integrado a natureza, com largura máxima de 30 cm (trinta centímetros), comprimento de 3,50 m (três metros e cinquenta centímetros) e altura de 1,50 m (um metro e cinquenta centímetros).

2 - A mureta padrão, destina-se tão somente a aplicação de letreiro, nome e logotipia do estabelecimento, conforme desenho 017;

3 - A mureta padrão deverá ser executada diretamente no solo, afastada no mínimo 60 cm (sessenta centímetros) do passeio público ou dentro do recuo frontal estabelecido legalmente pelo PPDl.

4 - Não poderão estas muretas ter iluminação interna (back light), que não seja as embutidas (pano de fundo) para salientar o letreiro, a logotipia e/ou o número.

#### **Art. 119** Usos Publicitários Proibidos:

I - Ficam vedados para este zoneamento publicitário, o uso de letreiros sobre paredes dos estabelecimentos; excetuando-se a formalidade descrita no artigo 118, III, 3 desta Lei.

II - Ficam vedados para este zoneamento publicitário o uso de publicidade ou de informações através de artefatos, que utilizem uso exclusivo de neon ou de artefatos luminosos do tipo back light (luz interna);

III - Ficam vedados o usos externo de letras compostas por tubos de neon para divulgação de materiais, serviços e cardápios.

## ZONA PUBLICITÁRIA QUATRO

**Art. 120** Fica instituída a zona publicitária denominada de ZP4 - Zona Publicitária Quatro, localizada nas áreas predominantemente comerciais, ao longo dos eixos viários urbanos, demarcada no mapa de Zoneamento Publicitário - Anexo III, assim caracterizada:

**Art. 121** Usos Publicitários Permitidos:

I - Letreiros

- a) Ao máximo de 15% da área do pavimento térreo da edificação;
- b) Área máxima ocupada pelo letreiro de 1,50 m<sup>2</sup>;
- c) As letras poderão ser em caixa alta, pintura ou aplicações;
- d) Iluminação: do tipo front light (de fora para dentro).ou back light (de dentro para fora).

II - Modelo Padrão Municipal 001

1 - Poderão permanecer em uso as placas modelo padrão municipal 001, nos estabelecimentos localizados neste zoneamento, que na data de aprovação desta Lei estiverem se utilizando deste modelo;

a) Para continuidade do uso desta placa, deverão estas estar, em total conformidade com o modelo padrão e sendo utilizadas no recuo frontal do estabelecimento específico;

2 - Utilização:

a) A placa modelo padrão municipal 001, para ser utilizada com todas as suas características e dimensões, deverá estar localizada dentro da área de recuo frontal do lote do estabelecimento que a fizer uso, de forma perpendicular a via pública, junto a linha do passeio público.

III - Modelo Padrão Municipal 002

1 - Tótem de estrutura de madeira, aplainada ou de material maciço liso (sem texturas), conforme desenho 012;

2 - O espaço destinado para fixação da publicidade é livre para colocação de qualquer forma ou elemento, desde que, sendo volumes (saliente), estes elementos internos, dentro da área destinada a publicidade, em ambas as faces, não ultrapassem 5 cm (cinco centímetros) para cada lado das pilastras de sustentação;

3 - A iluminação deste artefato poderá ser do tipo front lighth (sem luz interna), ou com luz interna (back light) destinada a identificação exclusiva do estabelecimento, logotipia, marca ou nome, devendo ser utilizada no sentido passeio público estabelecimento, a partir da metade no recuo frontal estabelecido;

4 - Utilização:

a) Como elemento de substituição da placa modelo padrão municipal 001, em lotes ou terrenos com testada inferior a 50 metros (cinquenta metros);

b) Como elemento complementar da placa modelo padrão municipal 001, desde que em lotes com testada igual ou superior a 50 m (cinquenta metros) e fique afastado daquela a mais de 30 m (trinta



metros);

c) Em qualquer das duas situações anteriores, não poderá ser implantado, a menos do que 50% (cinquenta por cento) do recuo frontal obrigatório para construção em relação a via pública.

d) A escolha de utilização de uso de uma das placa modelo padrão municipal: 001 ou 002, elimina a possibilidade de uso da outra, exceção quando atender ao artigo 121, III, 4b.

#### IV - Apelos Visuais:

1 - Esculturas - Será permitido o uso de uma única escultura, em substituição as placas modelos padrão municipal 001 ou 002, conforme desenho 018, desde que estas, não contenham marcas ou nome dos estabelecimentos e estejam colocadas na direção passeio público-estabelecimento (frente-fundos), a partir da linha imaginária, correspondente a 50% (cinquenta por cento) do recuo frontal obrigatório;

a) Poderá ser considerada escultura, após apreciação do COMPRUG, objetos similares, desde que não sejam estes, exposição de produto, equipamento, material de demonstração a ser comercializado, não podendo haver também qualquer inscrição sobre o mesmo;

b) Em se tratando de esculturas localizadas em estabelecimentos que servem alimentação, (restaurantes, cafés, cafés coloniais, lanchonetes, hotéis com restaurantes aberto ao público, em geral) quando optarem pelo uso da escultura como elemento publicitário, poderão estes se utilizarem do artefato para colocação de menu ou cardápio;

c) O volume da escultura, não poderá ultrapassar a forma de um cilindro cuja base máxima seja um circunferência de diâmetro de 1,0 m (um metro) e altura máxima de 2,00 m (dois metros), podendo ser iluminado externamente, devendo ser esta fixada diretamente no solo;

d) Será permitido o uso de uma unidade escultural nos oitões dos estabelecimentos, após apreciado pelo COMPRUG, em substituição a escultura fixada em solo sem necessidade de substituição das placas modelo padrão municipal 001 e 002, se este volume estiver fixo no oitão e, em balanço, não ultrapassando a volumetria máxima prevista para a escultura fixada em solo.

2 - Painéis Fotográficos - Serão permitidos além das áreas máximas ocupadas pelos letreiros, a colocação de painéis fotográficos, acima do pavimento térreo, nas paredes e/ou oitões das fachadas dos estabelecimentos.

a) Só será permitida a utilização de painéis fotográficos, quando o mesmo estabelecimento possuir além de pavimento térreo, sobreloja, ou loja com pé-direito duplo de 6 m (seis metros), ou mais pavimentos superiores da mesma loja.

b) Só se permitirá o uso de painéis fotográficos, voltados para uma única via pública, se as prumadas externas das paredes da edificação onde estes serão colocados se constituírem de um único estabelecimento;

c) É condição necessária para instalação dos painéis fotográficos, que os mesmos não obstruam os vãos de iluminação e ventilação do prédio, nem tampouco o descaracterize arquitetonicamente;

d) Prédios projetados ou existentes, que não disponham de área suficiente para utilização deste tipo publicitário, querendo optar pela sua utilização, deverão encaminhar projeto para a devida aprovação, de alteração ou reforma do prédio ou fachada à Secretaria Municipal competente;

e) A finalidade principal do apelo visual, através da utilização dos painéis fotográficos, deve ser primeiramente a divulgação fotográfica de imagens da cidade, do município ou da região, podendo a estas, serem associadas produtos que o estabelecimento comercializa, mas não as marcas.

f) É vedada a utilização destes espaços como "espaço de aluguel" para marcas e fornecedores;

g) Quando constatada a presença de marcas sobre os painéis fotográficos, estas deverão ser consideradas como letreiros, sendo que a soma das áreas de letreiros encontradas sobre os painéis, serão levadas em consideração no cálculo do computo máximo permitido, sujeita as penalidades aplicáveis desta Lei.

h) Os painéis fotográficos poderão ocupar a área máxima de 15% (quinze por cento) da fachada total principal ou prumada.

3 - Parques temáticos - Serão permitidos para este zoneamento elementos escultóricos isolados ou múltiplos de maior dimensão aos exigidos para as esculturas, quando estes se constituam ou

componham área temática, (mini-parques), desde que não se localizem em hipótese alguma, na área de recuo frontal exigida para edificações.

- a) Entende-se como parque temático a área livre, descoberta, descontínua a edificação ou ao estabelecimento, utilizada como forma de publicidade através de apelo visual;
- b) Os parques temáticos poderão se utilizar como pano de fundo, de no mínimo 5m (cinco metros para trás do alinhamento frontal permitido para construção, de uma placa modelo padrão municipal 005 (out-door), em conformidade como o desenho 015;
- c) Quando utilizada a placa modelo padrão municipal 005, como elemento de fundo do parque temático, esta deverá distar no mínimo 1,50 m (um metro e cinqüenta) das divisas laterais dos lotes vizinhos;
- d) Só será permitida a utilização de lotes contíguos, para uso dos parques temáticos se for comprovada a mesma titularidade de propriedade deste terreno, com aquele em que localiza-se o estabelecimento, a que se destina a publicidade, mediante escritura pública. Não serão permitidas, locações de terrenos para este fim.
- e) Os parques temáticos só serão concedidos mediante a apresentação de projeto para avaliação e aprovação por parte do COPRUG.
- f) Não serão considerados como parques temáticos, quaisquer expressões escultóricas ou revestimentos em relevos de fachadas dos prédios existentes ou projetados, estejam estas licenciadas ou não, anterior a presente Lei. Da mesma forma, deverão as situações existentes serem submetidas a avaliação do COMPRUG.

**Art. 122** Usos Publicitários Permissivos e Proibidos:

I - Ficam vedados para este zoneamento publicitário o uso de publicidade ou de informações através de artefatos, que utilizem uso exclusivo de neon;

II - Ficam vedados o usos externo de letras compostas por tubos de neon para divulgação de materiais, serviços e cardápios.

III - O uso de neon deverá ser apreciado de forma especial pelo COMPRUG, sendo estes permitidos somente, para indicações do tipo de, aberto e fechado, entrada e saída nas paredes dos estabelecimentos e, em contornos arquitetônicos e ainda em contornos de letras de caixa alta, a critério de aprovação de projeto específico.

## **ZONA PUBLICITÁRIA CINCO**

**Art. 123** Fica instituída a zona publicitária denominada de ZP5 - Zona Publicitária Cinco, localizada nas áreas paralelas aos eixos viários de ligação as áreas rurais e estradas vicinais, demarcada no mapa de Zoneamento Publicitário - Anexo III, assim caracterizada.

**Art. 124** Usos Publicitários Permitidos:

I - Letreiros

- a) Ao máximo de 5% da área do pavimento térreo da edificação;
- b) Área máxima ocupada pelo letreiro de 0,90 m<sup>2</sup>;
- c) As letras poderão ser em caixa alta, pintura ou aplicações;
- d) Iluminação: do tipo front light (de fora para dentro).

II - Modelo Padrão Municipal 001

1 - Utilização:

- a) Uso de placa modelo padrão municipal 001, com todas as suas características e dimensões dentro

de recuo frontal de forma perpendicular a via pública, junto a linha do passeio público em frente dos estabelecimentos localizados neste zoneamento.

b) Uso de placa modelo padrão municipal 001, com todas as suas características e dimensões dentro de recuo frontal de forma perpendicular ou paralela junto a linha divisória limite de domínio das estradas vicinais dos estabelecimentos ou propriedades rurais localizados neste zoneamento.

c) O uso de placa modelo padrão municipal 001, em frente dos estabelecimentos localizados neste zoneamento, que na data de aprovação desta Lei estiverem em desacordo com as características estabelecidas deverão adequar-se ao modelo legalmente estabelecido.

d) Poderá ser utilizada neste zoneamento, a placa modelo padrão municipal 001, como elemento em local diverso ao estabelecimento ou a atividade, desde que estas, estejam localizadas nos eixos viários ou que dele dependam seus acessos, quando comprovada a necessidade de utilização de indicação, mediante solicitação à Secretaria competente da Administração Pública Municipal e posterior licenciamento.

e) Quando se fizer necessário a utilização da placa modelo padrão municipal 001 em local diverso a área frontal do estabelecimento ou da atividade, deverá esta adaptar-se em conteúdo, atendendo o que rege esta lei, em relação ao uso da publicidade a distância, relativos aos incisos I, II e III do artigo 63 e I, II, III e IV do artigo 64; considerando-as como placas informativas e indicativas.

**Art. 125** Fica facultado ao Poder Público Municipal a utilização de tipo ou modelo publicitário fora dos padrões, estabelecido nesta lei, para identificação dos roteiros rurais municipais oficiais, (agro-turismo), mediante aprovação do COMPRUG.

**Art. 126** Usos Publicitários Proibidos:

a) Ficam vedados para este zoneamento publicitário, todo e qualquer outro tipo de publicidade, com exceção das placas institucionais de vendas, de obras e de empreendimentos.

## ZONA PUBLICITÁRIA SEIS

**Art. 127** Fica instituída a zona publicitária denominada de ZP6 - Zona Publicitária Seis, nas áreas localizadas ao longo das faixas de domínio das rodovias Estaduais jurisdição do DAER/concessionária), demarcada no mapa de Zoneamento Publicitário - Anexo III, assim caracterizada:

**Art. 128** Este zoneamento publicitário fica instituído nos limites da faixa de domínio de três rodovias estaduais existentes sobre o território municipal de Gramado:

I - Na RS - 115, a partir do pórtico de acesso turístico localizado em Várzea Grande no sentido do município de Taquara, até a linha de limite municipal sobre esta rodovia;

II - Na RS - 235 a partir do acesso do Kartódromo Tomazini, no sentido do Município de Nova Petrópolis, até a linha de limite municipal sobre esta rodovia;

III - Na RS - 466, estrada para o Parque do Caracol- Canela-RS, trecho compreendido pertencente a área territorial do Município de Gramado.

**Art. 129** Os limites deste zoneamento publicitário, serão sempre os mesmos estabelecidos como os de largura da faixa de domínio, para os trechos das rodovias citadas no artigo 128, desta lei.

**Art. 130** Usos Publicitários Permitidos:

I - Letreiros

a) Ao máximo de 10% da área do pavimento térreo da edificação;

b) Dimensão máxima do perímetro do letreiro (altura= 60 cm, comprimento= 2,50 m);

c) As letras poderão ser em caixa alta, pintura ou aplicações;

d) Iluminação: do tipo front light (de fora para dentro).

#### II - Modelo Padrão Municipal 001

a) Uso de placa modelo padrão municipal 001, com todas as suas características e dimensões dentro de recuo frontal de forma perpendicular ou paralela junto a linha divisória, limite da faixa de domínio dos estabelecimentos ou propriedades estabelecidas com frente para as rodovias.

b) O uso de placa modelo padrão municipal 001, em frente dos estabelecimentos localizados neste zoneamento, que na data de aprovação desta Lei estiverem em desacordo com as características estabelecidas, deverão adequar-se ao modelo legalmente estabelecido.

#### III - Modelo Padrão Municipal 005

a) A utilização do modelo padrão municipal 005, deverá atender o que dispõe esta Lei em seus artigos 90, 91, 92, 93, 94, 95, e todos os seus parágrafos.

b) Deverá o espaço interno destinado a publicidade, ser emoldurado por quadro de qualquer material, desde que pintados em tons de madeira.

c) Não será permitida qualquer outro tipo de fixação do artefato ao solo que não os de tubo ou estrutura metálica, em conformidade com o estipulado nesta Lei, conforme desenho 015.

#### **Art. 131** Usos Publicitários Proibidos:

a) Ficam vedados para este zoneamento, todo e qualquer outro tipo de publicidade, com exceção das placas institucionais de vendas e de obras e empreendimentos.

b) Não serão permitidos o uso iluminação do tipo back lights (luz interna) nos artefatos deste zoneamento publicitário, sendo permitido o uso front-light (luz externa).

### **ZONA PUBLICITÁRIA SETE**

**Art. 132** Fica instituída a zona publicitária denominada de ZP7 - Zona Publicitária Sete, localizada nas áreas paralelas ao longo das faixas de domínio das rodovias Estaduais- jurisdição do DAER/concessionária), se constituindo em faixa de jurisdição publicitária municipal, demarcada no mapa de Zoneamento Publicitário - Anexo III, assim caracterizada.

**Art. 133** Este zoneamento publicitário fica instituído paralelamente, nas áreas compreendidas em ambos os lados dos limites da faixa de domínio, das três rodovias estaduais existentes sobre o território municipal de Gramado:

I - Na RS - 115, a partir do pórtico de acesso turístico localizado em Várzea Grande no sentido do município de Taquara, até a linha de limite municipal sobre esta rodovia;

II - Na RS - 235 a partir do acesso do Kartódromo Tomazini, no sentido do município de Nova Petrópolis, até a linha de limite municipal sobre esta rodovia;

III - Na RS - 466, estrada para o Parque do Caracol- Canela-RS, trecho compreendido pertencente a área territorial do município de Gramado.

**Art. 134** Os limites deste zoneamento publicitário, obedecerão sempre aqueles compreendidos pela área resultante da duplicação da largura da faixa de domínio, estabelecidos nos trechos das rodovias citadas no artigo 133, desta Lei.

#### **Art. 135** Usos Publicitários Permitidos:

I - Letreiros

- a) Ao máximo de 10% da área do pavimento térreo da edificação;
- b) Área máxima ocupada pelo letreiro de 0,90 m<sup>2</sup>;
- c) As letras poderão ser em caixa alta, pintura ou aplicações;
- d) Iluminação: do tipo front light (de fora para dentro).

#### II - Modelo Padrão Municipal 001

- a) Uso de placa modelo padrão municipal 001, com todas as suas características e dimensões dentro de recuo frontal de forma perpendicular ou paralela junto a linha divisória, limite da faixa de domínio dos estabelecimentos ou propriedades estabelecidas com frente para as rodovias.
- b) O uso de placa modelo padrão municipal 001, em frente dos estabelecimentos localizados neste zoneamento, que na data de aprovação desta Lei estiverem em desacordo com as características estabelecidas, deverão adequar-se ao modelo legalmente estabelecido.

#### III - Modelo Padrão Municipal 005

- a) A utilização do modelo padrão municipal 005, deverá atender o que dispõe esta lei em seus artigos 90, 91, 92, 93, 94, 95 e todos os seus parágrafos.
- b) Deverá o espaço interno destinado a publicidade, ser emoldurado por quadro de qualquer material, desde que pintados em tons de madeira.
- c) Não será permitido qualquer outro tipo de fixação do artefato ao solo que não os de tubo ou de estrutura metálica, em conformidade com o estipulado nesta Lei, conforme desenho 015.

#### **Art. 136** Usos Publicitários Proibidos:

- a) Ficam vedados para este zoneamento, todo e qualquer outro tipo de publicidade, com exceção das placas institucionais de vendas, de obras e de empreendimentos.
- b) Não serão permitidos o uso de iluminação do tipo back lights (luz interna) nos artefatos deste zoneamento publicitário, sendo permitido o uso de front-light (luz externa).

### **ZONA PUBLICITÁRIA OITO**

**Art. 137** Fica instituída a zona publicitária denominada de ZP8 - Zona Publicitária Oito, localizada nas áreas verdes, de interesse paisagístico, de preservação permanente, áreas públicas, parques e praças, áreas de preservação permanente sobre lotes particulares, estejam estas demarcadas ou não, no mapa de Zoneamento Publicitário - Anexo III, assim caracterizada.

#### **Art. 138** Usos Publicitários Permitidos:

#### I - Modelo Padrão Municipal 006

- a) Sobre as áreas deste zoneamento poderá ser utilizada o modelo padrão municipal 006, conforme desenho 016, placa municipal padronizada caracterizada como placa institucional, devendo esta atender, as características originais de projeto, formato pilastras.
- b) No uso deste modelo deverá ser atendido, o que diz a presente lei, em seus Arts, 96 e 97 e todos os seus parágrafos.

#### II - Placas de Aviso

- a) Faculta-se ao Poder Público Municipal, a utilização ou a permissão de uso da placa de aviso instituída nesta Lei em seu artigo 32º, inciso IX, conforme desenho 009, sobre as áreas deste zoneamento publicitário.

#### III - Outros modelos

a) Em se tratando de uso de outros modelos sobre áreas públicas destinadas ao uso transitório de eventos públicos ou particulares, cabe ao Poder Público Municipal, em conjunto ao COMPRUG, em nome do interesse público e dos demais princípios desta Lei, a liberação ou não do licenciamento especial, devidamente requerido.

## **ÁREA DE PRESERVAÇÃO AMBIENTAL**

**Art. 139** Fica proibida para este zoneamento de uso publicitário e em qualquer dos outros zoneamento de publicidade desta Lei, a utilização de publicidade, nas áreas de preservação permanente, manutenção, remanejo e ou plantio vegetal em lotes particulares.

§ 1º Quando forem apresentados os projetos dos artefatos de publicidade fixados no solo, deverá a planta de localização do lote apresentar conjuntamente a área de preservação ambiental permanente.

## **ANEXO IV**

### **CRONOGRAMA DE IMPLANTAÇÃO E SUBSTITUIÇÃO, CONFISCO**

**Art. 140** Todas as formas publicitárias e os novos artefatos e engenhos a serem utilizados ou a serem instalados no território municipal de Gramado, deverão atender ao que diz a presente Lei a contar da data de publicação desta.

**Art. 141** Serão removidos a qualquer tempo as publicidades que estiverem se utilizando dos passeios públicos, exceção aquelas que estiverem localizadas sobre este, mas em área compreendida e considerada como recuo de construção obrigatório ou recuo de jardim referente ao zoneamento do PDDI.

**Art. 142** Todos os engenhos publicitários existentes no Município de Gramado em desacordo com a presente lei, terão um prazo estabelecido para retirada ou adequação obedecendo um cronograma específico para cada zoneamento publicitário.

**Art. 143** Poderá o cronograma de implantação publicitária estabelecer e dividir áreas de atuação menores dentro de uma mesma zona publicitária, ou fazê-lo de forma gradativa.

**Art. 144** Todos os usuários e empresas responsáveis pela propaganda e publicidade serão convocados oficialmente para participar das reuniões setoriais

**Art. 145** Após ter sido convocado oficialmente para participar desta reunião setorial será dada à oportunidade aos usuários e proprietários dos estabelecimentos em audiência, compor cronograma onde será estabelecido prazo máximo, não podendo este, nunca ser superior a 18 meses, para a retirada dos elementos publicitários que estiverem em descordo com a presente Lei ou de sua necessária adequação.

**Art. 146** Estipulado o prazo máximo; será assinado em ata, termo de compromisso de todos os interessados presentes a reunião setorial, a ser divulgado oficialmente através de Decreto-Lei.

**Art. 147** Decorrido o prazo máximo previsto ou acordado, estará o infrator sujeito as penalidades prevista no Código Tributário Municipal e demais sanções previstas em Lei, promovendo o Poder Público Municipal, à retirada do engenho publicitário, após decorrido o prazo de 90 (noventa) dias previsto no, § 1º do artigo 19 desta Lei o qual ficará a disposição do contribuinte para retirada, na Secretaria de Obras do Município, não podendo no entanto ser utilizado novamente como elemento publicitário.

**Art. 148** Os custos referentes a retirada publicitária, correrão por conta do infrator.

**Art. 149** O engenho publicitário recolhido pelo Poder Público Municipal e que não for retirado no prazo

máximo de 10 (dez) dias, será incinerado ou utilizado para obras de caráter social quando for o caso, após o prazo estipulado no art. 19, § 1º.

**Art. 150** Faculta-se ao Poder Público Municipal, após notificação e vencido o prazo da retirada do artefato, o uso de tarja de advertência aplicada sobre o engenho publicitário com a seguinte inscrição: "publicidade em desacordo com os padrões municipais".

**Art. 151** Esta Lei entra em vigor 30 dias, após sua publicação.

**Art. 152** Ficam revogadas os seguintes Dispositivos Municipais:

I - Artigos 82 à 102 da Lei Nº 2.398, de 06 de dezembro de 2005;

II - Lei Nº 1.255, de 24 de maio de 1994;

III - Lei Nº 1.281, de 16 de agosto de 1994;

IV - Lei Nº 1.511, de 25 de julho de 1997;

V - Lei Nº 1.656, de 12 de maio de 1999;

VI - Lei Nº 1.638, de 09 de março de 1999;

VII - Lei Nº 1.809, de 22 de maio de 2001;

VIII - Lei Nº 1.842, de 06 de setembro de 2001;

IX - Lei Nº 1.977, de 30 de Julho de 2002;

X - Decreto-Lei Nº 036, de 19 de abril de 2005.

Gabinete do Prefeito, 20 de maio de 2008.

PEDRO HENRIQUE BERTOLUCCI  
Prefeito Municipal de Gramado

João Carlos Adam  
Secretário de Administração Interino

"REQUERIMENTO MODELO 001"

**INSCRIÇÃO NO CADASTRO GERAL**  
(para obtenção do alvará publicitário)

À  
Secretaria de Planejamento e Urbanismo  
Prefeitura Municipal de Gramado-RS

\_\_\_\_\_  
(nome da empresa publicitária, pessoa física, interessado/a)

Inscrição sob numero \_\_\_\_\_  
(CNPJ da empresa ou do CPF da pessoa física)  
Localizada \_\_\_\_\_  
(endereço da sede, filial, sucursal ou agência)  
No município de \_\_\_\_\_

Vem requerer sua inscrição no CADASTRO GERAL, para fins de habilitação à expedição de alvarás publicitários, em todo o território municipal de Gramado-RS, apresentando em anexo, os seguintes documentos:

- a) Cópia de alvará de licença para estabelecimento;
- b) Cópia de contrato social da empresas, devidamente registrado;
- c) Prova de recolhimento do Imposto Sobre Serviço de Qualquer Natureza - ISSQN, referente ao ultimo exercício.

Conjuntamente, comprometo-me, a apresentar e comunicar no prazo máximo de 30 (trinta) dias, quaisquer alterações contratuais que importem em substituição de responsabilidade, mudança de local da sede, filial ou agência, ao setor de registro do cadastro geral municipal de publicidade e propaganda.

\_\_\_\_\_  
(assinatura do responsável requerente)

Gramado, \_\_\_ de \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_

"REQUERIMENTO MODELO 002"

Licenciamento de Publicidade e Propaganda ao Ar Livre (Avaliação Preliminar /Obtenção do Visto para Instalação Provisória)

**À**

Secretaria de Planejamento e Urbanismo

Prefeitura Municipal de Gramado-RS

\_\_\_\_\_  
(nome da empresa publicitária, pessoa física, interessado/a)

Inscrição sob numero \_\_\_\_\_  
(CNPJ da empresa ou do CPF da pessoa física)  
Localizada \_\_\_\_\_  
(endereço da sede, filial, sucursal ou agência)  
No município de \_\_\_\_\_

devidamente habilitada pelo Cadastro Geral CG. \_\_\_\_\_  
vem requerer seja procedida a avaliação preliminar do(s) projeto(s) para obtenção do visto, que permite a Instalação Provisória da(s) seguinte(s) forma(s) e tipo(s) de propaganda(s) e publicidade(s) intitulada(s) ao ar livre:

- a) \_\_\_\_\_
- b) \_\_\_\_\_
- c) \_\_\_\_\_
- d) \_\_\_\_\_
- e) \_\_\_\_\_
- f) \_\_\_\_\_

A serem utilizadas no (a):

\_\_\_\_\_  
estando esta(s), em conformidade legal, com a Zona Publicitária: \_\_\_\_\_ (ZP-\_\_\_\_).  
Apresenta-se em anexo, a documentação indispensável à obtenção do alvará publicitário.

\_\_\_\_\_  
(assinatura do responsável requerente)

Gramado, \_\_\_ de \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_.



## "REQUERIMENTO MODELO 003"

Licenciamento de Publicidade e Propaganda  
(Meios Eletrônicos, Televisivos e Radiodifusão)  
(Alvará Publicitário)

À  
Secretaria de Planejamento e Urbanismo  
Prefeitura Municipal de Gramado-RS

\_\_\_\_\_  
(nome da empresa publicitária, pessoa física, interessado/a)

Inscrição sob numero \_\_\_\_\_  
(CNPJ da empresa ou do CPF da pessoa física)

Localizada \_\_\_\_\_  
(endereço da sede, filial, sucursal ou agência)

No município de \_\_\_\_\_

devidamente habilitada pelo Cadastro Geral CG. \_\_\_\_\_

vem Requerer Autorização Publicitária para utilização do nome e da(s) imagem(s)  
institucionais do Município de Gramado, de forma diversa, aos de situar, localizar,  
identificar, e orientar geográficamente, para fins particulares, assim descritos:

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

Apresenta-se em anexo, a documentação indispensável à obtenção do alvará  
publicitário.

\_\_\_\_\_  
(assinatura do responsável requerente)  
Gramado, \_\_\_ de \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_.

## "REQUERIMENTO MODELO 003"

Licenciamento de Publicidade e Propaganda  
(Meios Eletrônicos, Televisivos e Radiodifusão)  
(Alvará Publicitário)

À  
Secretaria de Planejamento e Urbanismo  
Prefeitura Municipal de Gramado-RS

\_\_\_\_\_  
(nome da empresa publicitária, pessoa física, interessado/a)

Inscrição sob numero \_\_\_\_\_  
(CNPJ da empresa ou do CPF da pessoa física)

Localizada \_\_\_\_\_  
(endereço da sede, filial, sucursal ou agência)

No município de \_\_\_\_\_

devidamente habilitada pelo Cadastro Geral CG. \_\_\_\_\_

vem Requerer Autorização Publicitária para utilização do nome e da(s) imagem(s)  
institucionais do Município de Gramado, de forma diversa, aos de situar, localizar,

identificar, e orientar geográficamente, para fins particulares, assim descritos:

\_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

Apresenta-se em anexo, a documentação indispensável à obtenção do alvará publicitário.

\_\_\_\_\_  
 (assinatura do responsável requerente)

Gramado, \_\_\_ de \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_.

"REQUERIMENTO MODELO 004"

Solicitação de Licenciamento Especial, para uso de Propaganda e Publicidade.  
 (Alvará Publicitário)

À

Secretaria de Planejamento e Urbanismo  
 Prefeitura Municipal de Gramado-RS

\_\_\_\_\_  
 (nome da empresa publicitária, pessoa física, interessado/a)

Inscrição sob numero \_\_\_\_\_

(CNPJ da empresa ou do CPF da pessoa física)

Localizada \_\_\_\_\_

(endereço da sede, filial, sucursal ou agência)

No município de \_\_\_\_\_

devidamente habilitada pelo Cadastro Geral CG. \_\_\_\_\_, vem REQUERER a possibilidade de colocação e de instalação dos seguintes artefatos de publicidade pela obtenção de Licenciamento Especial, para a realização do evento:

\_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

Com início na data de \_\_\_/\_\_\_/\_\_\_,

e término na data de \_\_\_/\_\_\_/\_\_\_, a ser apreciada e justificada pelo Conselho Municipal da Publicidade e da Propaganda de Gramado- COMPRUG.

Apresenta-se em anexo, a documentação indispensável à obtenção do alvará publicitário.

\_\_\_\_\_  
 (assinatura do responsável requerente)

Gramado, \_\_\_ de \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_.

"REQUERIMENTO MODELO 005"

Solicitação de Panfletagem/ Divulgação Sonora.

(Alvará Publicitário)

À

Secretaria de Planejamento e Urbanismo  
Prefeitura Municipal de Gramado-RS

\_\_\_\_\_  
(nome da empresa publicitária, pessoa física, interessado/a)

Inscrição sob numero \_\_\_\_\_

(CNPJ da empresa ou do CPF da pessoa física)

Localizada \_\_\_\_\_

(endereço da sede, filial, sucursal ou agência)

No município de \_\_\_\_\_

Telefone de contato \_\_\_\_\_, devidamente habilitada pelo Cadastro

Geral CG. \_\_\_\_\_, vem REQUERER a possibilidade de autorização do uso de

\_\_\_\_\_  
(panfletagem/ divulgação sonora)

Da espécie publicitária assim descrita:

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

(entrega de folders, chocolates, brindes, adesivos, panfletos e outros, sonorização com  
música, etc.; anexando modelos ou gravação da divulgação sonora pretendida)

Com período de duração de \_\_\_\_\_, nos horários \_\_\_\_\_

(dias) (intervalo/horas)

Iniciando-se na data de \_\_\_/\_\_\_/\_\_\_ e, finalizando na data de \_\_\_/\_\_\_/\_\_\_.

Apresenta-se em anexo, a documentação indispensável à obtenção do alvará  
publicitário.

Dá ciência de que a publicidade requerida só poderá ser realizada após a emissão e  
pagamento da respectiva autorização publicitária.

Assume compromisso, de que a panfletagem não será colocada sobre veículos em vias  
públicas, nem distribuída, para seus ocupantes, nas rótulas e nas esquinas. Não será  
exercida nas áreas que compreendem o Parque do Lago Negro e da Rua Coberta. Da  
mesma forma da ciência de conhecer e cumprir com os dispositivos legais pertinentes  
a legislação da matéria (artigo 44 ao 47 e seus parágrafos) da Lei Municipal 2667/2008.

\_\_\_\_\_  
(assinatura do responsável requerente)

Gramado, \_\_\_ de \_\_\_\_\_ de \_\_\_

"REQUERIMENTO MODELO 006"

### **SOLICITAÇÃO DE VISTORIA PUBLICITÁRIA**

(Para obtenção do Alvará Publicitário)

À

Secretaria de Planejamento e Urbanismo  
Prefeitura Municipal de Gramado-RS

\_\_\_\_\_  
(nome da empresa publicitária, pessoa física, interessado/a)

Inscrição sob numero \_\_\_\_\_

(CNPJ da empresa ou do CPF da pessoa física)

Localizada \_\_\_\_\_

(endereço da sede, filial, sucursal ou agência)

No município de \_\_\_\_\_

devidamente habilitada pelo Cadastro Geral CG. \_\_\_\_\_ após a Obtenção de Visto do projeto preliminar e a emissão de Licença de Instalação Provisória na data de \_\_\_/\_\_\_/\_\_\_, vem Requerer a Solicitação de Vistoria para obtenção do Alvará Publicitário, apresentando em anexo, comprovante do pagamento da taxa de Autorização Publicitária (Vistoria/ Alvará)

\_\_\_\_\_  
(assinatura do responsável requerente)

Gramado, \_\_\_ de \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_

"REQUERIMENTO MODELO 007"

Pedido de Suspensão de Autorização Publicitária

À

Secretaria de Planejamento e Urbanismo  
Prefeitura Municipal de Gramado-RS

\_\_\_\_\_  
(nome da empresa publicitária, pessoa física, interessado/a)

Inscrição sob numero

\_\_\_\_\_  
(CNPJ da empresa ou do CPF da pessoa física)

Localizada \_\_\_\_\_

(endereço da sede, filial, sucursal ou agência)

No município de \_\_\_\_\_

devidamente habilitada pelo Cadastro Geral CG. \_\_\_\_\_  
vem requerer a suspensão do Alvará Publicitário \_\_\_\_\_ concedido na  
na data de \_\_\_/\_\_\_/\_\_\_ por esta Secretaria, que vinha sido utilizado no(a):

\_\_\_\_\_  
(endereço do uso publicitário)

\_\_\_\_\_  
(assinatura do responsável requerente)

Gramado, \_\_\_ de \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_

"REQUERIMENTO MODELO 008"

Parecer Ambiental

À

Secretaria do Meio Ambiente  
Prefeitura Municipal de Gramado-RS

\_\_\_\_\_  
(nome da empresa publicitária, pessoa física, interessado/a)

Inscrição sob numero

\_\_\_\_\_  
(CNPJ da empresa ou do CPF da pessoa física)

Localizada \_\_\_\_\_

(endereço da sede, filial, sucursal ou agência)

No município de \_\_\_\_\_

devidamente habilitada pelo Cadastro Geral CG. \_\_\_\_\_  
vem requerer a esta Secretaria, Parecer Ambiental, com as medidas a serem  
adotadas para fins de obtenção do Alvará Publicitário do(s) engenho(s) a ser(em)  
instalado(s) no(a)

\_\_\_\_\_  
Pelos motivos que se apresentam:

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

apresentando em anexo, comprovante do pagamento para obtenção do Alvará  
Publicitário (Autorização Publicitária)

\_\_\_\_\_  
(assinatura do responsável requerente)

Gramado, \_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_

"MODELO DE REQUERIMENTO 009"

### **PUBLICIDADE À DISTÂNCIA**

(Placas Informativas e Indicativas)

À

Secretaria de Planejamento e Urbanismo  
Prefeitura Municipal de Gramado-RS

\_\_\_\_\_  
(hotel/motel/pousadas/similares, museus, parques naturais/temáticos, restaurantes.)

Inscrição sob numero \_\_\_\_\_

(CNPJ da empresa)

Localizado(a) \_\_\_\_\_ Gramado-RS.

(endereço)

devidamente habilitado(a) pelo Cadastro Geral CG. \_\_\_\_\_, vem apresentar  
projeto(s) preliminar(es) de placa(s) informativa(s) e indicativa(s), modelo normatizado  
pelo desenho 20, do anexo II, da Lei Municipal 2667/2008, requerendo, que seja  
executada Avaliação Preliminar, para obtenção do visto e posterior instalação  
provisória do(s) artefato(s), sobre a(s) seguinte(s) via(s) pública(s) conforme planta  
de localização em anexo.

a) \_\_\_\_\_

b) \_\_\_\_\_

Apresenta-se em anexo, a documentação indispensável à obtenção do alvará publicitário.

\_\_\_\_\_  
(assinatura do responsável requerente)

Gramado, \_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_.

"MODELO DE REQUERIMENTO 010"

### **PUBLICIDADE À DISTÂNCIA**

(Placas Informativas e Indicativas)

À

Secretaria de Planejamento e Urbanismo  
Prefeitura Municipal de Gramado-RS

\_\_\_\_\_

(estabelecimento semi-público voltados a visitação pública)

Inscrição sob numero \_\_\_\_\_

(CNPJ da empresa)

Localizado(a) \_\_\_\_\_ Gramado-RS.

(endereço)

devidamente habilitado(a) pelo Cadastro Geral CG. \_\_\_\_\_, vem apresentar projeto(s) preliminar(es) de placa(s) informativa(s) e indicativa(s), modelo normatizado pelo desenho 20, do anexo II, da Lei Municipal 2667/2008, requer:

a) seja encaminhado ao Conselho Municipal da Propaganda e da Publicidade de Gramado - COMPRUG, solicitação para análise do enquadramento deste estabelecimento na categoria de semi-público.

b) Obtida a anuência do COMPRUG, Avaliação Preliminar, para obtenção do visto e posterior instalação provisória do(s) artefato(s), sobre a(s) seguinte(s) via(s) pública(s) conforme planta de localização em anexo.

a) \_\_\_\_\_

b) \_\_\_\_\_

Apresenta-se em anexo, a documentação indispensável à obtenção do alvará publicitário.

\_\_\_\_\_

(assinatura do responsável requerente)

Gramado, \_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_.

*Data de Publicação no Sistema LeisMunicipais: 06/01/2016*