

DECRETO EXECUTIVO Nº 118, DE 16 DE NOVEMBRO DE 2015

Estabelece o Programa Anuncie Legal e dá outras providências.

O **PREFEITO MUNICIPAL DE SANTA MARIA**, Estado do Rio Grande do Sul, no uso de suas atribuições legais; e

CONSIDERANDO o previsto no Plano Diretor de Desenvolvimento Urbano Ambiental, do ano de 2005, acerca da qualificação da Paisagem Urbana, quando assinala o Programa de Valorização da Identidade Urbana, no intuito do combate à poluição visual nos espaços públicos e fachadas de edificações;

CONSIDERANDO o que dispõe o Título IV da Lei Complementar nº 092, de 24 de fevereiro de 2012, em especial os artigos 88 e 105.

DECRETA:

CAPÍTULO I

DOS OBJETIVOS E DIRETRIZES DO PROGRAMA ANUNCIE LEGAL

Art. 1º Fica instituído, no Município de Santa Maria, o Programa Anuncie Legal que trata do regramento e ordenação de anúncios na paisagem urbana de Santa Maria.

Art. 2º A ordenação dos anúncios na paisagem urbana de Santa Maria objetiva o atendimento ao interesse público, em consonância com os direitos fundamentais da pessoa humana e às necessidades de conforto ambiental, com a melhoria da qualidade de vida na cidade, assegurando:

- I - valorização do ambiente natural e construído;
- II - bem estar estético, cultural e ambiental da população;
- III - segurança das edificações e da população;
- IV - segurança, fluidez e conforto na mobilidade de veículos e pedestres;
- V - percepção e compreensão dos elementos referenciais da paisagem;
- VI - preservação da memória cultural e das características peculiares dos logradouros e edificações; e
- VII - equilíbrio entre o direito de uma atividade econômica ou de um indivíduo identificar-se ou veicular a sua mensagem e o direito do público em se proteger contra possíveis prejuízos resultantes.

Art. 3º Constituem diretrizes na ordenação dos anúncios componentes da paisagem urbana:

- I - combate à poluição visual, bem como à degradação ambiental;
- II - livre acesso de pessoas e bens à infraestrutura urbana;

III - priorização da sinalização de interesse público, para não confundir motoristas na condução de veículos e garantir a livre e segura locomoção de pedestres;

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

V - compatibilização das modalidades de anúncios com os locais a serem veiculados, desvelando a paisagem urbana e a arquitetura da cidade.

CAPÍTULO II DAS DEFINIÇÕES E EMPREGO DE ANÚNCIOS NA PAISAGEM URBANA

Art. 4º Anúncio é qualquer indicação executada sobre veículo de divulgação, presentes na paisagem urbana, visíveis nos logradouros públicos e dos logradouros públicos, cuja finalidade seja a de promover, orientar, indicar ou transmitir mensagem relativa a estabelecimentos comerciais, empresas industriais ou profissionais, produtos de qualquer espécie, ideias, pessoas ou coisas, classificando-se em:

I - Anúncio Indicativo: correspondente à identificação e localização de atividade comercial, estabelecimentos, propriedades e serviços, podendo conter o nome do estabelecimento, a marca e/ou logotipo, a atividade principal, endereço, telefone e email;

II - Anúncio Publicitário: quando divulga ou promove produtos, marcas, empresas ou instituições, veiculados no local do estabelecimento, ou fora do local onde a atividade é exercida;

III - Anúncio Institucional: transmite informações do Poder Público, organismos culturais, entidades representativas da sociedade civil, entidades beneficentes ou similares, sem finalidade comercial; e

IV - Anúncio Misto: transmite mais de um dos tipos anteriormente definidos.

Art. 5º Para os fins deste Decreto, não são considerados anúncios:

I - os nomes, símbolos, entalhes, relevos ou logotipos, incorporados à fachada em aberturas, paredes ou outros elementos de arquitetura, desde que integrantes de projeto aprovado pelo setor competente, no âmbito municipal;

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

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

IV - os que contenham mensagens obrigatórias por legislação Federal, Estadual ou Municipal, desde que não se constituam de logotipos ou logomarcas:

a) as indicações de horário de atendimento dos estabelecimentos, com área de até 0,04m²;

b) as indicações de atendimento dos serviços 24h, desde que não ultrapassem a altura máxima de 5m e área de exposição de 0,4m²;

c) as indicações de estacionamento, desde que não correspondam a uma atividade própria, com ou sem a devida licença de funcionamento e que não ultrapassem 0,5m²;

d) as indicações de preços de combustíveis e o quadro de avisos previstos pela Agência Nacional do Petróleo, referentes aos postos de abastecimento e serviços;

e) as indicações de classificação hoteleira, agências de viagens/operadoras e outras empresas prestadoras de serviços turísticos, desde que não ultrapassem 0,5m²;

V - as denominações de prédios e condomínios, desde que não excedam a área de 1,5m²;

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

VII - os que contenham mensagens indicativas de Órgãos da Administração Direta;

VIII - os que contenham indicação de monitoramento de empresas de segurança com área máxima de 0,08m² (oito decímetros quadrados), não podendo exceder a quantidade de 2 unidades por fachada;

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

X - os que contenham as bandeiras dos cartões de crédito aceitos nos estabelecimentos comerciais, desde que não ultrapassem a área total de 0,05 m² (cinco decímetros quadrados);

XI - as indicações de eventos temporários autorizados pelo Município;

XII - a identificação das empresas nos veículos automotores utilizados para a realização de seus serviços;

XIII - os que transmitem mensagens de orientação de trânsito, tais como: nomes de logradouros, tráfego, sentido de via, aviso de alerta ou similares; e

XIV - projeções mapeadas nas fachadas de edificações, desde que autorizadas pelo Município.

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

I - oferecer condições de segurança ao público;

II - ser mantido em bom estado de conservação;

III - receber tratamento final adequado em todas as suas superfícies;

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

V - atender as normas técnicas pertinentes às distâncias das redes de distribuição de energia elétrica, ou a parecer técnico emitido pelo Órgão Público Estadual ou empresa responsável pela distribuição de energia elétrica;

VI - respeitar a vegetação arbórea;

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

VIII - não provocar reflexo, brilho ou intensidade de luz que ocasione ofuscamento, prejudique a visão dos motoristas, interfira na operação ou sinalização de trânsito ou, ainda, cause insegurança ao trânsito de veículos e pedestres, quando com dispositivo elétrico ou com película de alta reflexividade;

IX - não prejudicar a visualização de bens de valor cultural e paisagístico; e

X - estar localizado inteiramente no interior do lote onde está instalado, salvo os casos especificados neste Decreto.

Art. 7º É proibida a instalação de anúncios em:

I - leitos dos rios e cursos d'água, reservatórios, lagos e represas;

II - vias, parques, praças e outros logradouros públicos, salvo se cooperação entre Poder Público e iniciativa privada;

III - postes de rede de infraestrutura ou de iluminação pública, cabines e telefones públicos;

IV - torres ou postes de transmissão de energia elétrica;

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

VI - faixas ou placas acopladas à sinalização de trânsito;

VII - obras públicas de arte, tais como pontes, passarelas, viadutos e túneis, ainda que de domínio Estadual e Federal;

VIII - árvores de qualquer porte;

IX - passeios públicos, incluindo a simples pintura do pavimento, ressalvado quando acordado com o Poder Público;

X - empenas cegas de edificações, salvo os anúncios exclusivamente indicativos e pintados na fachada e os indicados no art. 29 deste Decreto;

XI - coberturas de edificações de qualquer uso; e

XII- marquises das edificações, quando avançadas sobre o passeio público.

Art. 8º É proibido colocar anúncio na paisagem que:

I - bloqueie ou reduza, mesmo que parcialmente, a visibilidade de bens tombados;

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

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

IV - apresente conjunto de formas e cores que se confundam com as convencionadas internacionalmente para as diferentes categorias de sinalização de trânsito ou a prevenção e o combate a incêndios.

Art. 9º Pelo presente Decreto estão enquadrados todos os anúncios visíveis do logradouro público, em movimento ou não, instalados em:

I - imóvel de propriedade particular, edificado ou não;

II - imóvel de domínio público, edificado ou não;

III - bens de uso comum do povo;

IV - obras de construção civil em lotes públicos ou privados;

V - faixas de domínio, pertencentes a redes de infraestrutura, transporte, transmissão de energia elétrica, oleodutos, gasodutos e similares;

VI - mobiliário urbano; e

VII - postos de abastecimento.

§ 1º Para fins do disposto neste artigo, considera-se visível o anúncio instalado em espaço externo e interno da edificação.

§ 2º Os anúncios também serão considerados visíveis quando estiverem localizados sob áreas cobertas da edificação.

Art. 10. Os estabelecimentos comerciais e de serviços aptos a possuir anúncio ficam especificados em 3 tipos:

I - Urbanos: Quaisquer estabelecimentos instalados no Município de Santa Maria, com exceção dos descritos nos incisos II e III;

II - Zona 2: Estabelecimentos localizados na Zona 2 - Centro Histórico, conforme Plano Diretor de Desenvolvimento Urbano Ambiental do Município de Santa Maria; e

III - Especiais: Empreendimentos com área comercial ou de serviços maior ou igual a 5.000m² (cinco mil metros quadrados) ou com testada de lote maior ou igual a 100m (cem metros).

Parágrafo único. Empreendimentos considerados especiais, quando localizados na Zona 2 - Centro Histórico, serão tratados, neste Decreto, como urbanos.

CAPÍTULO III DOS TIPOS E PARÂMETROS PARA ANÚNCIOS

Art. 11. Os anúncios ficam definidos em 7 tipos, divididos em 2 categorias:

I - anúncios fixados na fachada:

- a) painel de fachada: painel cuja fixação ocorre paralelamente à fachada da edificação, ou pintado, conforme Anexo 2. Pode ser utilizado para anúncio indicativo e institucional;
- b) todo: cobertura de material leve, utilizando-se apenas sua parte frontal. Deve ser utilizado apenas para anúncio indicativo, conforme Anexo 3; e
- c) bandeirola: painel perpendicular à fachada, podendo ser utilizado para anúncio indicativo e institucional, conforme Anexo 4.

II - anúncios fixados no solo:

- a) outdoor: painel em estrutura própria, para fins de anúncio publicitário, podendo ser instalado em estabelecimentos Urbanos e Especiais, conforme Anexo 5;
- b) painel eletrônico: instalação luminosa com anúncio dinâmico, devendo ser utilizado para anúncio publicitário ou institucional, conforme Anexo 6;
- c) placa: elemento com estrutura de sustentação para painel, afastado da edificação. Pode ser utilizado para anúncio indicativo e institucional, conforme Anexo 7; e
- d) totem: elemento de comunicação constituído em um único volume, afastado da edificação. Pode ser utilizado para anúncio indicativo, publicitário e institucional, conforme Anexo 8.

§ 1º É permitida a combinação de até dois tipos entre os relacionados, sendo proibida a utilização de dois tipos de anúncios fixados no solo. Quando forem combinados dois tipos de anúncios de fachada, o somatório das áreas não pode exceder o estabelecido no art. 12.

§ 2º O uso de anúncio fixado no solo não interfere nas áreas de anúncios de fachada.

Art. 12. A área máxima de anúncio de fachada de um imóvel, somando-se os tipos de anúncio de fachada, é calculada pelo seguinte:

I - a área máxima de anúncio será determinada pela fórmula $A_t = t \times i$, onde:

- a) A_t - área total do anúncio;
- b) t - testada do estabelecimento ou fração; e
- c) i - fator de cálculo, utilizando-se 0,45m para estabelecimentos Urbanos, 0,2m para estabelecimentos na Zona 2 e 1,3m para estabelecimentos Especiais.

Parágrafo único. Para as testadas inferiores a 6,5m ($t \leq 6,5m$), deverá ser considerada a $A_t=1,5m^2$.

Art. 13. Os anúncios individuais, tipo painel de fachada, deverão atender ao Anexo 2 e às seguintes condições:

I - ter área calculada pela fórmula $A = t \times i$, onde:

- a) A - área total de anúncio paralelo;

b) t - testada do estabelecimento ou fração; e
c) i - fator de cálculo, utilizando-se 0,30m para estabelecimentos Urbanos, 0,15m para estabelecimentos na Zona 2 e 0,8m para estabelecimentos Especiais.

II- quando composto apenas de letras, logomarcas ou símbolos fixados ou pintados na parede, a área total do anúncio será calculada por um único polígono formado pelas extremidades dos elementos inseridos na fachada;

III- a altura máxima de qualquer parte do anúncio paralelo não pode ultrapassar 5m (cinco metros) para estabelecimentos Urbanos e na Zona 2, e 10m (dez metros) para estabelecimentos especiais, a contar do ponto no solo onde se encontra o anúncio até seu ponto superior;

IV- nas edificações no alinhamento, regulares e dotadas de licença de funcionamento, o anúncio poderá avançar até 15cm (quinze centímetros) sobre o passeio, desde que esteja a, pelo menos, 2,20m (dois metros e vinte centímetros) de altura do referido passeio;

V - para anúncios de área superior a 5,00m² (cinco metros quadrados) será exigida responsabilidade técnica de profissional arquiteto, arquiteto urbanista, engenheiro civil ou engenheiro mecânico, com respectiva Anotação de Responsabilidade Técnica - ART ou Registro de Responsabilidade Técnica - RRT;

VI - a altura do anúncio deve ser proporcional à edificação, não podendo ultrapassar o nível da laje de forro referente à ocupação da atividade econômica. Quando houver platibanda logo acima desta referência, o anúncio poderá atingir o nível da mesma, atendendo ao disposto no inciso anterior;

VII - o anúncio não pode exceder os limites da fachada em que estiver instalado;

VIII - é permitida a instalação em marquises somente quando estas estiverem projetadas inteiramente no interior do lote e não estiverem projetadas sobre o passeio;

IX - é permitido qualquer formato de anúncio, desde que não avance sobre o passeio e esteja inteiramente projetado no interior do lote;

X - é proibido conter anúncio publicitário; e

XI- ter moldura e estrutura metálicas, garantida a qualidade no acabamento.

Art. 14. Anúncios em Toldos deverão estar de acordo com o Anexo 3 e o seguinte:

I - ter área calculada pela fórmula $A = t \times i$, onde:

a) A - área total de anúncio em toldo, calculada através dos limites do texto ou anúncio;

b) t - testada do estabelecimento ou fração; e

c) i - fator de cálculo, utilizando-se 0,15m para estabelecimentos Urbanos, 0,15m para estabelecimentos na Zona 2 e 0,15m para estabelecimentos Especiais.

II - serem instalados apenas em toldos autorizados pelo Poder Público Municipal, como consta na Lei Complementar nº 092/12, art. 65, inciso IX, respeitando o que determina o Capítulo V, art. 85 da Lei Complementar nº 070, de 04 de novembro de 2009 ou respectivas alterações; e

III - serem veiculados unicamente na parte frontal do toldo.

Parágrafo único. A altura das letras não pode exceder 0,20m (vinte centímetros).

Art. 15. Os anúncios perpendiculares à fachada, tipo Bandeirola, deverão atender ao Anexo 4 e às seguintes condições:

I- ter área calculada pela fórmula $A = t \times i$, onde:

a) A - área total de anúncio em bandeirola;

b) t - testada do estabelecimento ou fração; e
c) i - fator de cálculo, utilizando-se 0,15m para estabelecimentos Urbanos e na Zona 2, e 0,5m para estabelecimentos Especiais.

II - o conjunto anúncio e suporte poderá projetar-se até 1m (um metro) sobre o passeio, desde que fique, igualmente, 1m (um metro) aquém da face externa do meio-fio;

III - altura livre mínima de 2,60m (dois metros e sessenta centímetros) entre o piso e início do suporte ou anúncio;

IV - ter altura máxima de 5m (cinco metros) a contar do ponto no solo onde se encontra o anúncio até seu ponto superior;

V - as bandeirolas devem estar afastadas no mínimo 8m (oito metros) entre cada unidade, no mesmo empreendimento; e

VI - área máxima de anúncio de 0,5m² para estabelecimentos Urbanos e na Zona 2, e 5m² para estabelecimentos especiais.

§ 1º Para cálculo das áreas, será considerado o somatório dos polígonos formados pelas linhas imediatamente externas que contornam cada elemento.

§ 2º Quando houver mais de uma atividade dividindo acesso pela mesma fachada, poderá ser implantada uma bandeirola por fração da testada em que se realiza a atividade.

Art. 16. Os anúncios do tipo outdoor devem atender ao Anexo 5 e às seguintes condições:

I - ter área calculada pela fórmula $A = t \times i$, onde:

a) A - área total de anúncio em outdoor;

b) t - testada do lote ou fração; e

c) i - fator de cálculo, utilizando-se 0,8m para estabelecimentos Urbanos e 0,8m para estabelecimentos Especiais.

II - sua maior dimensão deve ser no sentido horizontal;

III - conter, em local visível, a identificação da empresa de publicidade e o número da licença do anúncio;

IV - ter moldura e estrutura metálicas, garantida a qualidade no acabamento;

V - não apresentar quadros sobrepostos (um acima do outro);

VI - estar inteiramente contido no interior do lote;

VII - devem estar colocados de forma a não permitir a visualização do verso dos mesmos; e

VIII - será exigido responsável técnico legalmente habilitado para elaboração de projeto e execução do *outdoor*, comprovado com respectiva RRT.

§ 1º Os anúncios do tipo outdoor podem ser instalados em estabelecimentos especiais, devendo atender ao *caput* deste artigo e ainda o seguinte:

I - ter área máxima de anúncio de 54m² (cinquenta e quatro metros quadrados), sendo 2 unidades de no máximo 27m² (vinte e sete metros quadrados) cada;

II - ter altura máxima de 10m (dez metros), a contar do ponto no solo onde se encontra o anúncio até seu ponto superior;

III - os *outdoors* poderão ser agrupados a no máximo 2 unidades por lote, obedecida uma distância mínima de 1m (um metro) entre cada painel, sendo que a soma das áreas não pode ultrapassar a área máxima permitida para o imóvel. E devem possuir uniformidade de dimensões, formas e materiais;

IV - é permitido instalar *outdoor* em lote edificado, devendo estar afastado de qualquer ponto da edificação na mesma medida da altura do anúncio;

V - devem estar distanciados das divisas do lote na mesma medida da altura do anúncio;

VI - os *outdoors* localizados em faixa de domínio do Departamento Autônomo de Estradas de Rodagem devem atender critérios da legislação específica;

VII - ter altura livre mínima de 3m (três metros) em relação ao solo; e

VIII - quando estiverem localizados em zona de proteção do aeródromo, a altura máxima deverá ser estabelecida pelo Comando Aéreo Regional - COMAR.

§ 2º Os anúncios do tipo *outdoor*, podem ser instalados em estabelecimentos Urbanos, devendo atender ao *caput* deste artigo e ainda o seguinte:

I - ter área máxima de anúncio de 18m² (dezoito metros quadrados);

II - ter altura máxima de 5m (cinco metros), a contar do ponto no solo onde se encontra o anúncio até seu ponto superior;

III - ter altura livre mínima de 2m (dois metros) em relação ao solo;

IV - permitido somente uma unidade por lote;

V - permitido somente para lotes não edificadas, sendo proibido em lotes onde houver edificação;

VI - devem estar distanciados no mínimo a 2m (dois metros) das divisas do lote; e

VII - quando instalados em esquinas, manter uma distância de 15m (quinze metros) de afastamento em relação ao ponto de encontro dos alinhamentos dos lotes.

Art. 17. É proibida a instalação de *outdoors* em empenas cegas e fachadas de edificações.

Art. 18. É proibida a instalação de *outdoors* em lotes localizados na Zona 2 - Centro Histórico.

Art. 19 Os anúncios tipo painel eletrônico, devem atender ao Anexo 6 e ainda o que segue:

I - ter área calculada pela fórmula $A = t \times i$, onde:

a) A - área total de anúncio em painel eletrônico;

b) t - testada do estabelecimento ou fração; e

c) i - fator de cálculo, utilizando-se 0,15m para estabelecimentos Urbanos e na Zona 2, e 0,30m para estabelecimentos Especiais.

II - proibido para imóveis com testada inferior a 6,5m ($t \leq 6,5m$);

III - intensidade luminosa deve ser reduzida no período da noite;

IV - reservar 10% do tempo de funcionamento diário para conteúdo a ser definido pelo Município, distribuído durante período diurno de anúncio;

V - altura livre de 3m (três metros) em relação ao solo até a base; e

VI - será exigido responsável técnico legalmente habilitado para elaboração de projeto e execução do painel eletrônico, comprovado com respectiva RRT.

§ 1º Os anúncios do tipo painel eletrônico podem ser instalados em estabelecimentos especiais, devendo atender ao *caput* deste artigo e ainda o seguinte:

I - área máxima de anúncio de 9m² (nove metros quadrados);

II - altura máxima de 10m (dez metros), a contar do ponto no solo onde se encontra o anúncio até seu ponto superior;

III - permitida somente uma unidade por lote;

IV - quando houver imóvel edificado no lote, o painel deverá estar afastado de qualquer ponto da edificação no mínimo 2m (dois metros);

V - devem estar distanciados das divisas do lote na mesma medida da altura do anúncio;

VI - podem ser fixados na fachada, devendo atender também ao disposto no art. 13, incisos III, IV, VI, VII e XI; e

VII - os painéis localizados em faixa de domínio do Departamento Autônomo de Estradas de Rodagem devem atender critérios da legislação específica.

§ 2º Os anúncios do tipo painel eletrônico podem ser instalados em estabelecimentos urbanos, devendo atender ao *caput* deste artigo e ainda o seguinte:

I - área máxima de 3m² (três metros quadrados);

II - altura máxima de 5m (cinco metros), a contar do ponto no solo onde se encontra o anúncio até seu ponto superior;

III - permitido somente uma unidade por lote;

IV - devem estar distanciados a no mínimo 2m (dois metros) das divisas do lote;

V - nas esquinas, manter uma distância mínima de 15m (quinze metros) de afastamento em relação ao ponto de encontro dos alinhamentos dos lotes;

VI - em lotes edificados é permitida a instalação somente de painel eletrônico fixado na fachada da edificação, sendo proibido painel eletrônico com estrutura própria; e

VII - painéis eletrônicos com estrutura própria são permitidos somente em lotes não edificados.

§ 3º Os anúncios do tipo painel eletrônico, podem ser instalados em estabelecimentos na Zona 2, devendo atender ao *caput* deste artigo e ainda o seguinte:

I - permitido somente painel eletrônico com estrutura própria, apenas em lotes não edificados;

II - proibido para lotes edificados, seja fixado na fachada ou com estrutura própria;

III - área máxima de 3m² (três metros quadrados);

IV - altura máxima de 5m (cinco metros), a contar do ponto no solo onde se encontra o anúncio até seu ponto superior;

V - permitido somente uma unidade por lote;

VI - devem estar distanciados a no mínimo 2m (dois metros) das divisas do lote; e

VII - nas esquinas, manter uma distância mínima de 15m (quinze metros) de afastamento em relação ao ponto de encontro dos alinhamentos dos lotes.

Art. 20. Painéis eletrônicos com finalidade pública devem atender às exigências dispostas conforme sua localização, devendo passar por análise do Instituto de Planejamento de Santa Maria - IPLAN.

Art. 21. Os anúncios tipo placa deverão atender ao Anexo 7 e às seguintes condições:

I - número máximo de 1 para cada imóvel;

II - ter área calculada pela fórmula $A = t \times i$, onde:

a) A - área total de anúncio em placa;

b) t - testada do estabelecimento ou fração; e

c) i - fator de cálculo, utilizando-se 0,15m para estabelecimentos Urbanos e na Zona 2 e 0,50m para estabelecimentos Especiais.

III - área máxima de 3m² (três metros quadrados) para estabelecimentos Urbanos, 1,5m² (um metro e cinquenta decímetros quadrados) para estabelecimentos na Zona 2, e 10m² (dez metros quadrados) para estabelecimentos especiais. Considera-se a área máxima para cada face, sendo permitidas no máximo duas faces de anúncio;

IV - o anúncio pode projetar-se até 1m (um metro) sobre o passeio, desde que fique, igualmente, a 1m (um metro) aquém da face externa do meio-fio;

V - deverá haver altura livre mínima de 2,60m (dois metros e sessenta centímetros) entre piso e anúncio ou piso e suporte;

VI - altura máxima de 5m (cinco metros) para estabelecimentos Urbanos e Zona 2, e 10m (dez metros) para estabelecimentos especiais, a contar do ponto no solo onde se encontra o anúncio até seu ponto superior; e

VII - ter estrutura metálica, garantida a qualidade no acabamento.

Parágrafo único. Para cálculo das áreas será considerado o somatório dos polígonos formados pelas linhas imediatamente externas que contornam cada elemento.

Art. 22. Os anúncios tipo Totem deverão atender ao Anexo 8 e às seguintes condições:

I - ter área calculada pela fórmula: $A = t \times i$, onde:

a) A - área total de anúncio em totem;

b) T - testada do estabelecimento ou fração; e

c) I - fator de cálculo, utilizando-se 0,20m para estabelecimentos Urbanos, 0,15m para estabelecimentos na Zona 2 e 0,5m para estabelecimentos Especiais.

II - para testadas menores que 30m (trinta metros) é permitido apenas um totem por imóvel. Para testadas iguais ou maiores que 30m (trinta metros) poderá haver mais de um totem, sendo que a soma das áreas individuais não deve exceder ao disposto no inciso anterior;

III - altura máxima de 5m (cinco metros), para estabelecimentos Urbanos e na Zona 2, e 15m (quinze metros), para estabelecimentos especiais, a contar do ponto no solo onde se encontra o anúncio até seu ponto superior;

IV - área máxima de cada unidade de 3m² (três metros quadrados) para estabelecimentos urbanos, 1,5m² (um metro e cinquenta decímetros quadrados) para Zona 2, e 50m² (cinquenta metros quadrados), para estabelecimentos especiais. Considera-se a área máxima para cada face, sendo permitidas no máximo duas faces de anúncio;

V - quando houver passagem de pessoas sob o anúncio, deverá haver altura livre mínima de 2,60m (dois metros e sessenta centímetros) entre piso e anúncio ou piso e suporte;

VI - ter moldura e estrutura metálicas, garantida a qualidade no acabamento;

VII - será exigido responsável técnico legalmente habilitado para elaboração de projeto e execução do totem, comprovado com respectiva RRT;

VIII - devem manter afastamento mínimo de 2m (dois metros) em relação aos limites do lote onde for inserido, bem como em relação às edificações.

IX - quando instalados em empreendimentos especiais localizados em zona de proteção do aeródromo, a altura máxima deverá ser estabelecida pelo Comando Aéreo Regional - COMAR;

X - para anúncios promocionais deverá se utilizar 50% da área calculada. O restante da área permitida poderá ser utilizada como anúncio indicativo.

Parágrafo único. Somente será autorizada a instalação de Totem nos seguintes casos:

I - quando a testada correspondente ao estabelecimento for igual ou superior a 10,00m (dez metros);

II - quando a edificação estiver recuada no mínimo 3,00m (três metros) em relação ao alinhamento predial; e

III - quando localizados em edificações da Zona 2 - Centro Histórico, ou inventariadas pelo Patrimônio Histórico, que por suas características arquitetônicas, não seja viável a instalação de anúncio fixado na fachada.

CAPÍTULO IV DOS PARÂMETROS PARA ANÚNCIOS EM MOBILIÁRIO URBANO

Art. 23. Anúncios em mobiliário urbano serão através de permissão decorrente de Licitação Pública, conforme prevê o art. 107 da Lei Complementar nº 092/12.

Art. 24. Para anúncios em mobiliário, dever-se-á respeitar o seguinte:

I - mobiliário poderá ter até duas de suas faces ocupadas por anúncio;

II - a área total do anúncio não poderá exceder 50% da área total do mobiliário;

III - após implantado, o mobiliário passa a ser de domínio do Município, podendo este, a qualquer momento, fazer a devolução, solicitar retirada ou realocação; e

IV - a empresa responsável pela veiculação do anúncio fica responsável, também, pela conservação e manutenção do mobiliário, mantendo-o em perfeitas condições de funcionalidade, estabilidade e plasticidade.

Parágrafo único. Anúncios em mobiliário urbano serão submetidos à avaliação do IPLAN.

Art. 25. Para os efeitos deste Decreto, são considerados como mobiliário urbano de uso e utilidade pública:

I - abrigo de parada de transporte público de passageiros;

II - totem indicativo de parada de ônibus;

III - sanitário público "standard";

IV - sanitário público com acesso universal;

V - sanitário público móvel (para feiras livres e eventos);

VI - painel eletrônico, devendo reservar 50% do tempo de anúncio para conteúdo definido pelo Município, de forma intermitente;

VII - placas e unidades identificadoras de vias e logradouros públicos;

VIII - totem de identificação de espaços e edifícios públicos;

IX - cabine de segurança;

X - quiosque para informações culturais e turísticas;

XI - bancas de jornais e revistas;

XII - bicicletário;

XIII - estrutura para disposição de sacos plásticos de lixo e destinada à reciclagem;

XIV - grade de proteção de terra ao pé de árvores;

XV - protetores de árvores;

XVI - quiosque para venda de lanches e produtos em parques;

XVII - lixeiras;

XVIII - relógio (tempo, temperatura e poluição);

XIX - estrutura de suporte para terminal de Rede Pública de Informação e Comunicação;

XX - suportes para afixação gratuita de pôster para eventos culturais;

XXI - painéis de mensagens variáveis para uso exclusivo de informações de trânsito;

XXII - colunas multiuso;

XXIII - estações de transferência; e

XXIV - abrigos para pontos de táxi.

Parágrafo único. Elementos não listados serão avaliados pelo IPLAN para enquadramento.

Art. 26. Os elementos do mobiliário urbano não poderão:

- I - ocupar ou estar projetado sobre o leito carroçável das vias;
- II - obstruir a circulação de pedestres ou configurar perigo ou impedimento à locomoção de pessoas com deficiência e mobilidade reduzida;
- III - obstruir o acesso a faixas de travessias de pedestres, escadas rolantes ou entradas e saídas de público, sobretudo as de emergência ou para pessoas com deficiência e mobilidade reduzida;
- IV - estar localizado em ilhas de travessia, exceto pontos de ônibus e relógios/termômetros digitais; e
- V - estar localizado em esquinas, viadutos, pontes e belvederes, salvo os equipamentos de informação básica ao pedestre ou de denominação de logradouro público.

CAPÍTULO V DOS PARÂMETROS PARA ANÚNCIOS ESPECIAIS

Art. 27. Os anúncios de finalidade imobiliária - compra, venda e aluguel - deverão ter área máxima de 1,5m² (um metro e cinquenta decímetros quadrados), devendo estar contido no lote ou edificação em questão.

Parágrafo único. Poderá ser veiculado mais de um anúncio por imóvel, desde que a soma das áreas deles não ultrapasse o valor de 1,5m² (um metro e cinquenta decímetros quadrados).

Art. 28. Para obras sendo realizadas no Município, a promoção publicitária do empreendimento poderá ser realizada somente nos tapumes da obra, os quais devem estar licenciados pelo Município.

I - as placas de identificação de profissionais responsáveis por projetos e execuções poderão ter área de até 1m² (um metro) por profissional, devendo ser retiradas assim que emitido o Habite-se;

II - o nome do profissional deverá estar sempre acompanhado do número de registro junto ao respectivo conselho; e

III - o profissional poderá utilizar sua logomarca ou da empresa na placa.

Art. 29. Afrescos, grafites, mosaicos ou pinturas murais, de cunho artístico, são permitidos em empenas de edificações e muros componentes da paisagem urbana desde que:

I - a obra de arte seja submetida e aprovada na Secretaria de Município de Cultura, com avaliação do IPLAN; e

II - na eventualidade de veiculação publicitária nas obras artísticas, a área de anúncio não poderá exceder 15% da área total.

CAPÍTULO VI DAS DISPOSIÇÕES ESPECÍFICAS PARA ANÚNCIOS NA PAISAGEM URBANA

Art. 30. Anúncios instalados em edificações e/ou sítios tombados ou de interesse patrimonial, especialmente Zona 2 - Centro Histórico deverão ser submetidos à apreciação do IPLAN para aprovação.

Art. 31. Não será permitida, nos imóveis edificadas, públicos ou privados, a colocação de "banners", faixas ou qualquer outro elemento, dentro ou fora do lote, visando chamar a atenção para ofertas, produtos ou informações profissionais.

Parágrafo único. Exceção é feita às faixas com dísticos de agradecimento ou parabenizações pessoais, que podem ser veiculadas pelo período máximo de 30 dias.

Art. 32. Não serão permitidas pinturas, apliques, adesivos ou quaisquer outros elementos com fins promocionais ou publicitários, que sejam vistos dos logradouros públicos, além daqueles definidos por este Decreto.

Art. 33. Não serão permitidos anúncios instalados em marquises, sacadas, saliências ou recobrimento de fachadas, quando avançadas sobre o passeio público, mesmo que constantes de projeto de edificação aprovado ou regularizado.

Art. 34. O anúncio deverá estar contido dentro da área da fachada em que está instalado, não avançando para os lados e nem para cima.

Art.35. No caso do anúncio possuir iluminação externa, as hastes de suporte da mesma não poderão passar de 50cm (cinquenta centímetros) de comprimento e nem sua luminosidade interferir na paisagem urbana ou sinalização viária.

Art.36. Os estabelecimentos que possuem painéis de materiais diversos que estavam sendo utilizados para suporte de anúncios nas edificações deverão retirá-los, se os mesmos não fizerem parte do projeto arquitetônico aprovado no Município.

Art. 37. Os anúncios que apresentem características gráficas diferenciadas ou estejam incorporados à paisagem da área, em razão do tempo de sua existência e especificidade, comprovadamente há mais de 20 anos, serão objeto de análise e aprovação, caso a caso, pelo IPLAN.

Art.38. Em imóveis com mais de uma testada voltada para logradouro público, a área de anúncio permitida será calculada pela maior testada. Esta área pode ser fracionada nas outras testadas, desde que cada uma se enquadre em sua área máxima específica.

Art. 39. As atividades econômicas que ocupam uma mesma edificação e que possuem seus respectivos acessos diretos ao passeio, pela mesma fachada, devem ter área de anúncio calculada através da fração da testada ocupada pela atividade.

Art. 40. As atividades econômicas que ocupam uma mesma edificação e possuem acesso em comum devem ter seus respectivos anúncios fracionados na área máxima permitida para a testada de acesso.

Art. 41. *Shoppings*, galerias e centros comerciais podem ter seu próprio regimento para a distribuição dos anúncios das atividades econômicas, devendo ser fracionados na área máxima permitida para a edificação e atender às disposições deste Decreto.

CAPÍTULO VII DO LICENCIAMENTO

Art. 42. Os anúncios somente poderão ser instalados após a devida emissão de licença pela Secretaria de Município de Desenvolvimento Urbano.

§ 1º Anúncios do tipo painel eletrônico devem ser licenciados também pela Secretaria de Município de Meio Ambiente.

§ 2º Quando o anúncio sofrer qualquer alteração na característica, dimensão ou estrutura de sustentação, deverá ser solicitada nova licença.

Art. 43. Compete à Secretaria de Município de Desenvolvimento Urbano licenciar e cadastrar os anúncios, inclusive os que já foram protocolados anteriormente à data da publicação deste Decreto.

CAPÍTULO VIII DO CANCELAMENTO DA LICENÇA DO ANÚNCIO

Art. 44. A licença do anúncio será automaticamente extinta nos seguintes casos:

- I - por solicitação do interessado, mediante requerimento padronizado;
- II - se forem alteradas as características do anúncio;
- III - quando ocorrer mudança de local de instalação de anúncio;
- IV - se forem modificadas as características do imóvel;
- V - por infringência a qualquer das disposições deste Decreto, caso não sanadas as irregularidades dentro dos prazos previstos; e
- VI - pelo não atendimento a eventuais exigências dos Órgãos competentes.

CAPÍTULO IX DA RESPONSABILIDADE SOBRE OS ANÚNCIOS

Art. 45. Para efeitos deste Decreto, são solidariamente responsáveis pelo anúncio o proprietário e o possuidor do imóvel onde o anúncio estiver instalado.

§ 1º A empresa instaladora é, também, solidariamente responsável pelos aspectos técnicos e de segurança de instalação do anúncio, bem como de sua remoção.

§ 2º Quanto à segurança e aos aspectos técnicos referentes à parte estrutural e elétrica, são solidariamente responsáveis os respectivos profissionais.

§ 3º Quanto à segurança e aos aspectos técnicos referentes à manutenção, também é solidariamente responsável a empresa de manutenção e/ou instalação.

§ 4º Os responsáveis pelo anúncio responderão administrativa, civil e criminalmente pela veracidade das informações prestadas.

CAPÍTULO X DAS INSTÂNCIAS ADMINISTRATIVAS E COMPETÊNCIAS

Art. 46. Para a apreciação e decisão sobre a matéria do presente Decreto estão elencadas as seguintes instâncias administrativas:

- I - Instituto de Planejamento de Santa Maria; e
- II - Prefeito Municipal.

Art. 47. Quanto aos anúncios que compõem a paisagem urbana, são competências do IPLAN:

I - apreciar e emitir parecer para a aprovação dos anúncios nas situações elencadas neste Decreto;

II - apreciar e emitir parecer para situações não previstas ou passíveis de dúvidas;

III - expedir atos normativos e definir procedimentos para fiel execução deste Decreto;

IV - propor normas e expedir atos normativos para adequação ou atualização dos termos deste decreto, quando necessário;

V - criar programas de veiculação de anúncios para setores específicos da cidade expedindo ato normativo relativo; e

VI - disciplinar os elementos presentes nas áreas públicas, considerando as normas de ocupação das áreas privadas e a volumetria das edificações.

CAPÍTULO XI DAS INFRAÇÕES E PENALIDADES

Art. 48. A inobservância das disposições do presente Decreto sujeitará os infratores às penalidades previstas nos art. 127, 344 e 345 da Lei Complementar nº 092/12.

§ 1º As penalidades serão aplicadas pelo Município sem prejuízo das que, por força de lei, possam também ser impostas por autoridades estaduais ou federais.

§ 2º Cabe à Secretaria de Município de Desenvolvimento Urbano fiscalizar o cumprimento deste Decreto e punir os infratores e responsáveis, aplicando as penalidades cabíveis.

CAPÍTULO XII DAS DISPOSIÇÕES FINAIS E TRANSITÓRIAS

Art. 49. Novas tecnologias e meios de veiculação de anúncios, bem como projetos diferenciados não previstos neste Decreto, serão enquadrados e terão seus parâmetros estabelecidos pelo IPLAN.

Art. 50. A Secretaria de Município de Desenvolvimento Urbano, o IPLAN, a Secretaria de Município da Cultura e a Secretaria de Município de Turismo poderão celebrar Convênio com instituições privadas, visando à prestação de serviços de apoio operacional para a fiscalização, bem como de remoção de anúncios.

Art. 51. O IPLAN, com apoio da Secretaria de Município de Desenvolvimento Urbano, da Secretaria de Município da Cultura e/ou da Secretaria de Município de Turismo, poderá promover Convênios com instituições privadas, visando à promoção de anúncios para determinados setores do Município.

Art. 52. Anúncios indicativos, volumétricos e especiais deverão se adequar ao disposto no prazo de 12 meses, a contar da data de publicação deste Decreto.

Parágrafo único. O prazo previsto no *caput* deste artigo poderá ser prorrogado por mais 90 dias, caso os responsáveis pelo anúncio justifiquem a impossibilidade de seu atendimento, mediante requerimento ao Órgão competente do Poder Executivo Municipal.

Art. 53. Anúncios publicitários e suas estruturas de sustentação, instalados com ou sem licença expedida, a qualquer tempo, dentro dos lotes urbanos de propriedade pública ou privada, deverão ser retirados pelos seus responsáveis em até 6 meses após a data da publicação deste Decreto Executivo.

Parágrafo único. Em caso de descumprimento do disposto no *caput* deste artigo, serão impostas as penalidades previstas na Lei Complementar nº 092/12.

Art. 54. Em casos especiais de interesse público poderá o IPLAN excepcionalizar o regramento previsto no presente Decreto Executivo com homologação do Prefeito Municipal.

Art. 55. Este Decreto Executivo entra em vigor na data de sua publicação.

Art. 56. Revoga o Decreto Executivo nº 47, de 2 de abril de 2012.

Gabinete do Prefeito Municipal, em Santa Maria, aos 16 dias do mês de novembro de 2015.

Cezar Augusto Schirmer
Prefeito Municipal

Anexo 1

Glossário

Para os fins de aplicação deste Decreto Executivo, são adotadas as seguintes definições:

Alinhamento: linha divisória entre o imóvel de propriedade particular ou pública e o logradouro ou via pública.

Anúncios de finalidade cultural: integrante de programa cultural, de plano de embelezamento da cidade ou alusivo a data de valor histórico.

Área de exposição do anúncio: é a área que compõe cada face da mensagem do anúncio, havendo dificuldade de determinação da superfície de exposição, considera-se a área definida pelo polígono formado pelo anteparo onde estão inseridos os nomes dos estabelecimentos e as logomarcas. Quando o anúncio for composto apenas de letras, logomarcas ou símbolos fixados ou pintados na parede, a área total do anúncio será calculada por um único polígono formado pelas extremidades dos elementos inseridos na fachada.

Área livre do imóvel edificado: é a área descoberta existente entre a edificação e qualquer divisa do imóvel que a contém.

Área total do anúncio: é a soma das áreas de todas as superfícies de exposição do anúncio, expressa em metros quadrados.

Bandeirola: elemento de comunicação visual composto de área para anúncio e suporte fixado perpendicular à fachada, mobiliário urbano ou outro elemento.

Bem de uso comum: aquele destinado à utilização do povo, tais como áreas verdes e institucionais, vias e logradouros públicos, calçadas, e outros.

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

Espaço de utilização pública: parcela do espaço urbano passível de uso e fruição pela população.

Fachada: qualquer das faces externas de uma edificação principal ou complementar, tais como torres, caixas d'água, chaminés ou similares.

Imóvel: lote, público ou privado, edificado ou não, assim definido:

a) **imóvel edificado:** ocupado total ou parcialmente com edificação permanente.

b) **imóvel não edificado:** não ocupado ou ocupado com edificação transitória, em que não se exerçam atividades nos termos da legislação de uso e ocupação do solo.

Lote: parcela de terreno resultante de loteamento, desmembramento ou desdobro, contida em uma quadra com, pelo menos, uma divisa lindeira a via de circulação oficial.

Outdoor: painel sustentado por estrutura própria, para fins de anúncio publicitário.

Painel eletrônico: painel luminoso, sustentado por estrutura própria ou fixado em fachada de edificação, transmitindo conteúdo dinâmico.

Painel eletrônico para texto informativo: painéis luminosos ou totens orientadores do público em geral, em relação aos imóveis, paisagens e bens de valor histórico, cultural, de memória popular,

artístico, localizados no entorno e ainda com a mesma função relativamente a casas de espetáculos, teatros e auditórios.

Painel publicitário informativo: painel luminoso para informação a transeuntes, consistindo num sistema de sinalização global para a cidade, que identificará mapas de áreas, marcação dos pontos de interesse turístico, histórico e de mensagens de caráter educativo.

Paisagem urbana: espaço aéreo e superfície externa de qualquer elemento natural ou construído, tais como água, fauna, flora, construções, edifícios, anteparos, superfícies aparentes de equipamentos de infra-estrutura, de segurança e de veículos automotores, anúncios de qualquer natureza, elementos de sinalização urbana, equipamentos de informação e comodidade pública e logradouros públicos, visíveis por qualquer observador situado em áreas de uso comum do povo.

Placa: elemento com estrutura de sustentação para painel, afastado da edificação.

Placas e unidades identificadoras de vias e logradouros públicos: identificam as vias e logradouros públicos, instaladas nas respectivas confluências.

Relógios/termômetros: equipamentos com iluminação interna, destinados à orientação do público em geral quanto ao horário, temperatura e poluição do local, podendo ser instalados nas vias públicas, nos canteiros centrais e nas ilhas de travessia de avenidas.

Toldo: cobertura de material leve, sem apoios verticais, fixada diretamente na fachada.

Totem: elemento de comunicação constituído em um único volume, afastado da edificação e contendo anúncio em suas faces.

Testada: dimensão frontal do lote ou gleba voltada para via oficial.

Testada da edificação: dimensão frontal da fachada voltada para via oficial.

Testada do lote: dimensão frontal do lote voltada para via oficial.

Anexo 2

Anúncios **DE FACHADA**, tipo painel ou pintados na edificação.



Fig. 1. Estabelecimentos Urbanos - A=0,3m x t



Fig. 2. Estabelecimentos Zona 2 - A=0,15m x t



Fig. 3. Estabelecimentos Especiais - A=0,8m x t

Anexo 3

Anúncios instalados em TOLDOS



Fig. 4. Estabelecimentos Urbanos e Zona 2 -
 $A=0,15m \times t$



Fig. 5. Estabelecimentos Especiais - $A=0,15m \times t$

Anexo 4

Anúncios tipo BANDEIROLA

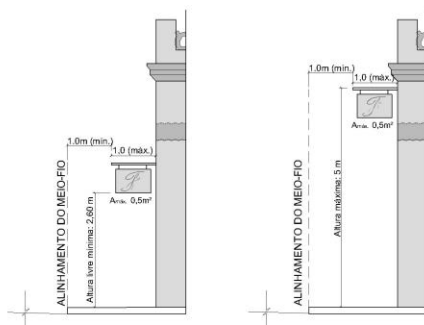


Fig. 6. Estabelecimentos Urbanos e Zona 2 - $A=0,15m \times t$

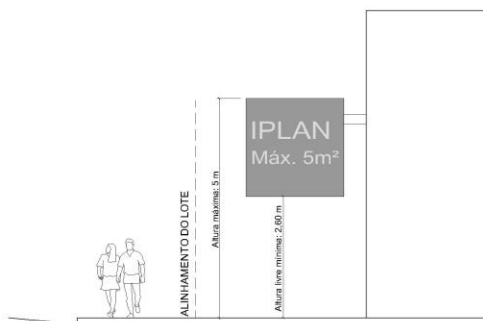


Fig. 7. Estabelecimentos Especiais - $A=0,5m \times t$

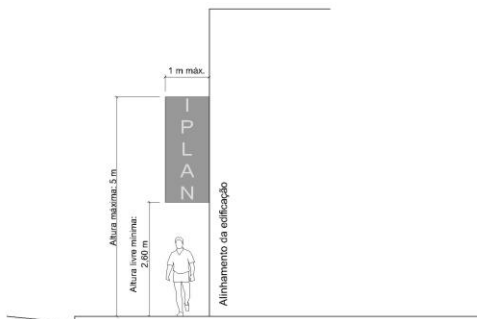


Fig. 8. Estabelecimentos Especiais com bandeirola sobre o passeio - $A=0,5m \times t$

Anexo 5

Anúncios tipo OUTDOOR

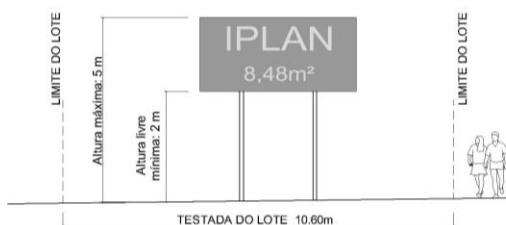


Fig. 9. Estabelecimentos urbanos -
 $A=0,8m \times t$



Fig. 10. Estabelecimentos especiais - 0,8m

Anexo 6

Anúncios tipo PAINEL ELETRÔNICO



**Fig. 11. Estabelecimentos
Urbanos - A=0,15m x t**



**Fig. 12. Estabelecimentos
Zona 2 - A=0,15m x t**



**Fig. 13. Estabelecimentos
Especiais - A=0,3m x t**

Anexo 7 Anúncios tipo PLACA



Fig. 14. Estabelecimentos Urbanos e Zona 2 - A=0,15m x t

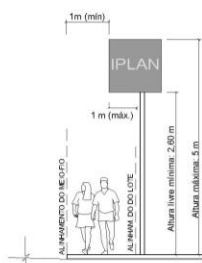


Fig. 15. Estabelecimentos Urbanos e Zona 2 - A=0,15m x t

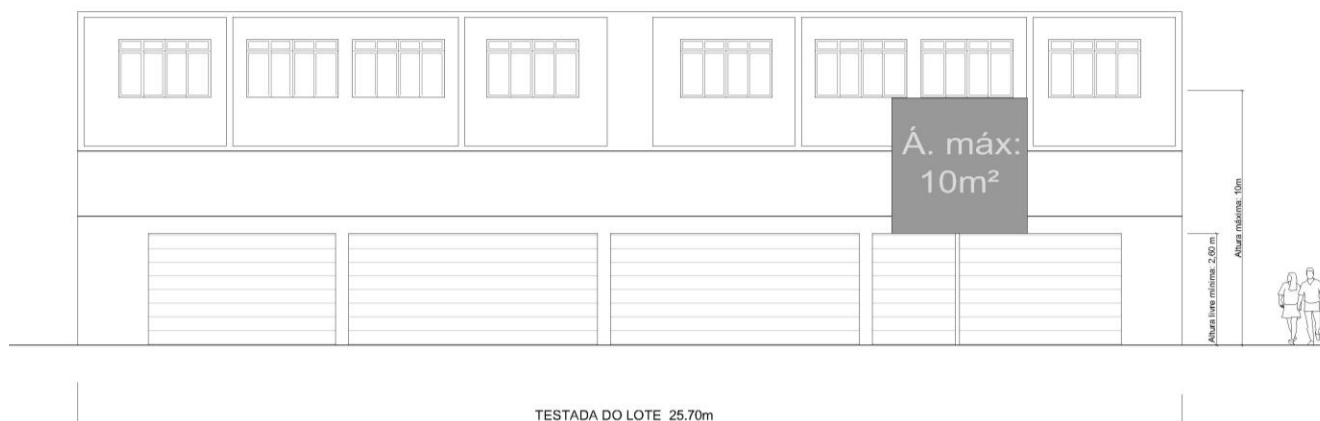


Fig. 16. Estabelecimentos Especiais - 0,5m

Anexo 8

Anúncios tipo TOTEM



Fig. 17. Estabelecimentos Urbanos - $A=0,2m \times t$



Fig. 18. Estabelecimentos Zona 2 - $A=0,15m \times t$

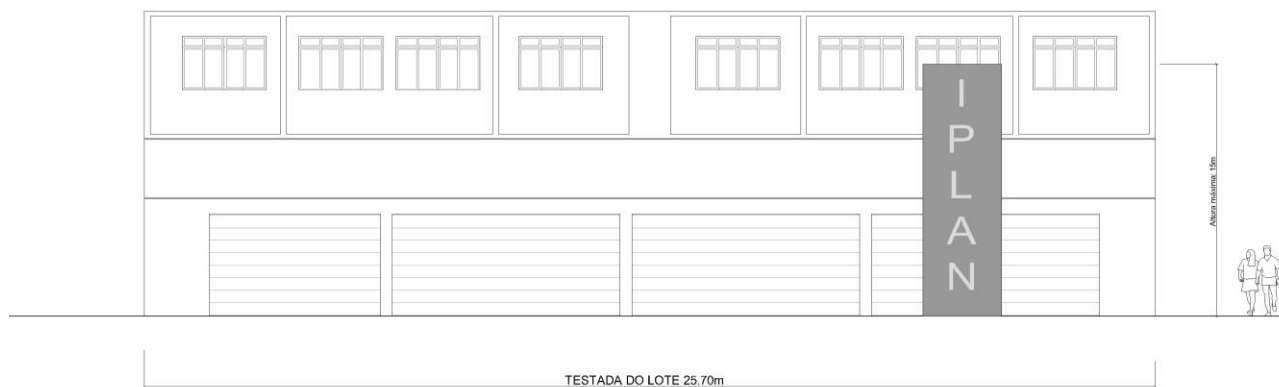


Fig. 16. Estabelecimentos Especiais - $A=0,5m \times t$

Anexo 9
 Tabela resumo

Tipo		Área Global De Fachada	Fachada			Solo			
			Painel	Toldo	Bandeirola	Outdoor	Painel Eletr.	Placa	Totem
Urbano	Área	0,45m x T. estabelecimento	0,3m x T. estabelecimento	0,15m x T. estabelecimento	0,15m x T. estabelecimento	0,8m x T. lote	0,15m x T. estabelecimento	0,15m x T. estabelecimento	0,20m x T. estabelecimento
	Área máxima				0,5m ²	18m ²	3m ²	3m ²	3m ²
	Altura máxima		5m		5m	5m	5m	5m	5m
Zona 2	Área	0,2m x T. estabelecimento	0,15m x T. estabelecimento	0,15m x T. estabelecimento	0,15m x T. estabelecimento	X	0,15m x T. estabelecimento	0,15m x T. estabelecimento	0,15m T. estabelecimento
	Área máxima				0,5m ²	X	1,5m ²	1,5m ²	1,5m ²
	Altura máxima		5m		5m	X	5m	5m	5m
Especial	Área	1,3m x T. estabelecimento	0,8m x T. estabelecimento	0,15m x T. estabelecimento	0,5m x T. estabelecimento	0,8m x T. lote	0,3m x T. estabelecimento	0,5m x T. estabelecimento	0,5m x T. estabelecimento
	Área máxima				5m ²	54m ²	9m ²	10m ²	50m ²
	Altura máxima		10m		5m	10m	10m	10m	15m