



# METODOLOGIA PARA IMPLANTAÇÃO DE MOBILIÁRIO URBANO COM PUBLICIDADE NA CIDADE DO RIO DE JANEIRO

**PREFEITURA DA CIDADE DO RIO DE JANEIRO**  
SECRETARIA MUNICIPAL DE URBANISMO  
INSTITUTO PEREIRA PASSOS  
DIRETORIA DE URBANISMO



**PREFEITURA DA CIDADE DO RIO DE JANEIRO**

**Luiz Paulo Fernandez Conde**  
Prefeito da Cidade do Rio de Janeiro

**Hélia Nacif Xavier**  
Secretária Municipal de Urbanismo

**Verena Vicentini Andreatta**  
Presidente do Instituto Municipal de Urbanismo Pereira Passos

**Ana Luiza Petrik Magalhães**  
Diretora de Urbanismo

**Airton Aguiar Ribeiro**  
Secretário Municipal de Governo

**Nelson Curvelano Júnior**  
Coordenador de Licenciamento e Fiscalização

**SUPERVISÃO TÉCNICA**

**DIRETORIA DE URBANISMO**

Ana Luiza Petrik Magalhães, arquiteta  
Diretora de Urbanismo

**Gerência de Mobiliário Urbano**

Claudia Grangeiro da Silva Castro, arquiteta  
Gerente de Mobiliário Urbano

Heliete Costa Soares, arquiteta da GMU

Lúcia Quadra Heizer, arquiteta da GMU

**COORDENAÇÃO DE LICENCIAMENTO E FISCALIZAÇÃO**

Nelson Curvelano Júnior  
Coordenador da CLF

Alexandre José Berardinelli Arraes,  
Fiscal de atividades econômicas

Maria Elisa Dutra da Silva Werneck Martins,  
Fiscal de atividades econômicas

**EQUIPE TÉCNICA**

Maria Paula Albernaz, arquiteta  
Coordenadora

Rosane Coreixas Biasotto, arquiteta

Alexandre Pessôa, arquiteto

Gilberto Borges, arquiteto

Fabiano Jardim Santos, estagiário

**Fotos**

Sidney Waissman.

<b>INTRODUÇÃO</b>	<b>4</b>
	5
ASPECTOS CONSIDERADOS E CATEGORIAS DE MOBILIÁRIO URBANO ESTUDADOS	5
REFERÊNCIAS LEGAIS E CONCEITUAIS	6
ESTUDOS DE CASO	7
<b>CONCEITUAÇÃO</b>	<b>7</b>
ÁREAS PÚBLICAS: LOGRADOUROS PÚBLICOS E PRÓPRIOS MUNICIPAIS	8
ORLA MARÍTIMA	8
CORREDOR DE TRÁFEGO	9
CANTEIRO DE AVENIDAS E VIAS	10
CALÇADA	10
EMBOQUES DE TÚNEIS, PONTES E VIADUTOS	11
ENTORNO DE LAGOAS	11
FAIXA DE DOMÍNIO DE RODOVIAS E ESTRADAS	12
ANÚNCIO	12
ENGENHO PUBLICITÁRIO	
<b>DIRETRIZES PARA IMPLANTAÇÃO DE MOBILIÁRIO URBANO COM PUBLICIDADE</b>	<b>13</b>
DIRETRIZES GERAIS	14
ÁREAS DE INTERESSE PAISAGÍSTICO	15
CORREDORES DE TRÁFEGO	16
CENTROS DE COMÉRCIO E SERVIÇOS	17
IMÓVEIS PARTICULARES	17
INSERÇÃO DE PUBLICIDADE NO MOBILIÁRIO URBANO	18
DIRETRIZES ESPECÍFICAS	18
ENGENHOS PUBLICITÁRIOS	18
. TABULETA	19
. PAINEL	21
. GALHARDETE	
MOBILIÁRIO URBANO DE NATUREZA UTILITÁRIA COM INSERÇÃO DE PUBLICIDADE	22
. MOBILIÁRIO URBANO PARA INDICAÇÃO DE SERVIÇOS – MUPI	24
. INDICADOR DE HORA E TEMPERATURA	26
. ABRIGO DE ÔNIBUS	27
. COLUNA MULTIUSO	28
. SANITÁRIO PÚBLICO	
<b>DISTRIBUIÇÃO DO MOBILIÁRIO URBANO COM PUBLICIDADE NA CIDADE DO RIO DE JANEIRO</b>	<b>29</b>
	31
<b>ANEXO</b>	<b>31</b>
SUMÁRIO DA LEGISLAÇÃO RELATIVA À EXIBIÇÃO DE PUBLICIDADE	

## INTRODUÇÃO

Este trabalho tem como objetivos:

1. elaborar diretrizes para a implantação de mobiliário urbano com publicidade no Rio de Janeiro, visando preservar a paisagem da cidade e suprir as carências relativas à instalação de mobiliário urbano de natureza utilitária, tendo como referência a legislação em vigor;

2. definir critérios e parâmetros urbanísticos que facilitem a abertura de licitações para exploração de espaços públicos pela iniciativa privada nos logradouros e áreas públicas;

3. traçar propostas para implantação de mobiliário urbano com publicidade em áreas especiais da cidade.

A Metodologia para Implantação de Mobiliário Urbano com Publicidade na Cidade do Rio de Janeiro é um trabalho conjunto da Gerência de Mobiliário Urbano da Diretoria de Urbanismo do Instituto Pereira Passos e da Coordenação de Licenciamento e Fiscalização da Prefeitura da Cidade do Rio de Janeiro.

A indicação de critérios e parâmetros para localização e inserção de mobiliário urbano com publicidade é o resultado da realização de estudos de caso, da análise da legislação em vigor e de material nacional e internacional especializado no assunto.

Constam do trabalho os seguintes itens:

**Conceituação**, definição de alguns elementos referidos na legislação sobre veiculação publicitária e tratados na Metodologia, esclarecendo seu significado;

**Diretrizes gerais**, referência aos princípios gerais de base para implantação de mobiliário urbano com publicidade, incluindo alguns apontados na legislação em vigor, particularmente na Lei Orgânica do Município e no Plano Diretor Decenal da Cidade do Rio de Janeiro;

**Diretrizes específicas**, critérios e parâmetros para implantação na cidade das categorias de mobiliário urbano tratadas na Metodologia, incluindo suas possibilidades de localização na cidade e de instalação nos logradouros públicos, dimensões máximas, distanciamento de outro mobiliário urbano com publicidade e, se for o caso, parâmetros construtivos do artefato;

**Distribuição de mobiliário urbano com publicidade**, definição de áreas especiais na cidade para exploração ou restrição publicitária, com especificação dos artefatos possíveis de serem utilizados nas diferentes situações:

**vedada** a implantação de mobiliário urbano com publicidade – áreas de silêncio;

**com** restrições à implantação de mobiliário urbano com publicidade;

**indicadas** para implantação de mobiliário urbano com publicidade;

**com** maior permissividade para inserção de mobiliário urbano com publicidade - áreas de animação.

## ASPECTOS CONSIDERADOS E CATEGORIAS DE MOBILIÁRIO URBANO ESTUDADOS

Os aspectos considerados na Metodologia referem-se aos possíveis impactos urbanísticos provenientes da implantação de mobiliário urbano com publicidade, observando-se:

a distribuição e o ponto de implantação de diferentes categorias de mobiliário urbano com publicidade;

a dimensão e a quantidade dos artefatos no espaço urbano;

a relação entre vários elementos do mobiliário urbano com publicidade, diferentes ou não entre si.

É objeto de tratamento específico na Metodologia o mobiliário urbano com publicidade implantado em logradouros públicos. As categorias tratadas referem-se aos engenhos publicitários, ao mobiliário urbano com inserção de publicidade e aos painéis artísticos.

### Engenhos publicitários estudados:

**tabuleta** (*outdoor*);  
**painel** simples;  
**painel** iluminado (*frontlight*)  
**painel** luminoso (*backlight*);  
**painel** luminoso com alternância e movimento (painel eletrônico) e outros ;  
**triedro** (painel que apresenta três faces para mensagens);  
**galhardete**.

### Mobiliário urbano com inserção de publicidade estudados:

**mobiliário urbano** para informação - MUPI;  
**indicador** de hora e temperatura;  
**abrigo** de ônibus;  
**coluna** multiuso;  
**sanitário** público.

Os engenhos publicitários fixados em imóveis edificados, não edificados ou em construção, inclusive ao longo de linha férrea, serão contemplados, de maneira genérica, nas diretrizes gerais para implantação de mobiliário urbano com publicidade na cidade.

## REFERÊNCIAS LEGAIS E CONCEITUAIS

As diretrizes, os critérios e os parâmetros estabelecidos na Metodologia baseiam-se nas recomendações e disposições contidas na legislação em vigor, na Lei Orgânica do Município, no Plano Diretor Decenal da Cidade do Rio de Janeiro (Lei Complementar nº 16/92), nas leis 758/85 e 1.921/92 e demais leis específicas, decretos e portarias que tratam o assunto.

O Manual de Implantação de Mobiliário Urbano na Cidade do Rio de Janeiro, elaborado pela então Superintendência de Projetos da Secretaria Municipal de Urbanismo, Prefeitura da Cidade do Rio de Janeiro, em 1996, é também utilizado como referencial básico para o trabalho.

## ESTUDOS DE CASO

Nos estudos de caso são apresentadas propostas preliminares para áreas especiais na cidade, que compreendem:

- corredores** de tráfego;
- centros** de bairro;
- áreas** de valor paisagístico;
- áreas** de patrimônio cultural.

A implantação de diferentes categorias de mobiliário urbano com publicidade nas áreas especiais selecionadas para estudos de caso tem como condicionantes:

- a legislação em vigor;
- o uso e a ocupação do solo;
- o desenho urbano.



## ÁREAS SELECIONADAS PARA ESTUDOS DE CASO

### Área de Planejamento 1

**Avenida** Presidente Vargas;  
**Avenida** Rio Branco.

### Área de Planejamento 2

**Orla** marítima dos bairros de Copacabana, Ipanema e Leblon;  
**Entorno** da Lagoa Rodrigo de Freitas;  
**Centro** de bairro (corredor da Avenida Nossa Senhora de Copacabana/ Rua Visconde de Pirajá/ Avenida Ataulfo de Paiva);  
**Auto-Estrada** Lagoa-Barra;  
**Rua** Mário Ribeiro;  
**Avenida** Radial Oeste.

### Área de Planejamento 3

**Avenida** Suburbana;  
**Linha** Vermelha;  
**Avenida** Meriti;  
**Avenida** das Canárias - Av. Braz Crispino

### Área de Planejamento 4

**Orla** marítima dos bairros de São Conrado, Barra da Tijuca e Recreio dos Bandeirantes;  
**Avenida** das Américas;  
**Avenida** Salvador Allende;  
**Avenida** Embaixador Abelardo Bueno.

### Área de Planejamento 5

**Avenida** Cesário de Melo;  
**Rua** Felipe Cardoso.

## CONCEITUAÇÃO

Considerou-se importante para a elaboração do trabalho, a definição de alguns elementos tratados na Metodologia e referidos na legislação sobre veiculação de publicidade, esclarecendo seu significado.

A conceituação feita procura reportar-se às possibilidades de veiculação de publicidade no elemento considerado, tendo como referência a legislação vigente. Quando necessário, estabeleceu-se comparações com outros elementos para facilitar a sua compreensão.

## ÁREAS PÚBLICAS: LOGRADOUROS PÚBLICOS E PRÓPRIOS MUNICIPAIS

São públicas as áreas que constituem bens de domínio da União, dos Estados ou dos Municípios e das autarquias ou fundações de direito público.

No Rio de Janeiro, os bens imóveis de domínio municipal são classificados pela Lei Orgânica do Município em bens de uso comum do povo, bens de uso especial e bens dominicais (art. 236, § 3º LOM).

**1. bens** de uso comum do povo são os bens abertos à utilização pública irrestritamente;

**2. bens** de uso especial são os bens de uso restrito, de modo a atender à execução ou apoio de serviços públicos;

**3. bens** dominicais são os bens que não possuem uma destinação especial coletiva, podendo vir a ser utilizados para qualquer fim.

Para efeito da Metodologia, nas áreas públicas serão tratados os logradouros públicos e os próprios municipais.

### Áreas públicas:

logradouros públicos  
próprios municipais

Os logradouros públicos incluem-se entre os bens de uso comum.

**Logradouro** público é o espaço livre, inalienável, destinado à circulação pública de veículos e de pedestres, e reconhecido pela Municipalidade, que lhe confere denominação oficial. São as ruas, travessas, avenidas, largos, parques etc.



Próprio Municipal

Logradouro Público



A legislação prevê a utilização do logradouro público para colocação de mobiliário urbano com publicidade. Existem restrições legais para algumas categorias de logradouros públicos, como parques e jardins (vedada a colocação de engenhos publicitários em painéis e tabuletas - art. 23, inciso I, da Lei 1.921/92).

Os próprios municipais podem constituir bens de uso especial ou bens dominicais. Enquanto bens de uso especial, referem-se aos imóveis a serviço ou como estabelecimento municipal, como, por exemplo, aqueles que abrigam as escolas públicas. Os próprios municipais classificados como bens dominicais resultam freqüentemente de remanescentes de desapropriações para obras públicas.

As normas para veiculação publicitária nos próprios municipais incluídos entre os bens de uso especial são as mesmas definidas na legislação para imóveis particulares, a não ser em casos especiais identificados na Lei.

Os próprios municipais incluídos entre os bens dominicais podem ser utilizados para veiculação publicitária.



## ORLA MARÍTIMA

**Orla marítima** é a faixa compreendida entre o mar e a primeira barreira edificada.

**De** acordo com a legislação, na orla marítima é vedada a veiculação de publicidade em painéis e tabuletas (Lei 1.921/92) e a engenhos publicitários de qualquer natureza (LOM).



 Orla Marítima

 Corredor de Tráfego



## CORREDOR DE TRÁFEGO

**Corredor** de tráfego é o eixo viário classificado como via arterial, ou seja, que permite ligações intra-urbanas, com média ou alta fluidez de trânsito.

**Entre** os corredores de tráfego encontram-se as vias expressas, como a Linha Vermelha e a Linha Amarela, que apresentam reduzida acessibilidade. Alguns corredores de tráfego são também centros de comércio e serviços, apresentando uma alta acessibilidade.

**Os** corredores de tráfego de baixa acessibilidade são áreas privilegiadas para inserção de mobiliário urbano com publicidade com boa visibilidade dos veículos, enquanto os de alta acessibilidade apresentam uma vocação para inserção de engenhos visíveis aos pedestres.

## CANTEIRO DE AVENIDAS E RUAS

**Canteiro** de avenidas e ruas é a faixa divisória entre duas pistas de rolamento, sobrelevada e algumas vezes com tratamento paisagístico.

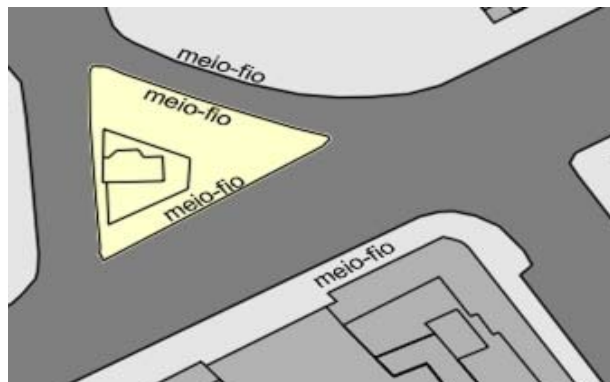
**Em** geral, o canteiro divide as pistas de rolamento de corredores de tráfego.

**Uma** vez que os corredores de tráfego são áreas valorizadas na cidade para inserção de mobiliário urbano com publicidade, a sua colocação, atendendo as exigências das Diretrizes Gerais e Específicas deste caderno, torna-se possível.

**Canteiro** de avenidas e ruas distingue-se de ilhas e rótulas. A ilha é a faixa sobrelevada, inserida na pista de rolamento, destinada à estruturação do traçado viário, sendo possível a implantação de mobiliário urbano, sinalização, vegetação e outros fins. É uma área adequada para inserção de mobiliário urbano com publicidade, quer se trate de engenhos publicitários ou não.

**A** colocação de artefatos de mobiliário urbano ou a pintura delimitando o espaço na pista de rolamento não configura uma ilha, sendo nesta inadequada a inserção de engenhos de qualquer natureza.

**A** rótula é o espaço sobrelevado no cruzamento de duas ou mais vias de circulação, para organização do tráfego de veículos e pedestres. O Código Nacional de Trânsito contra-indica a inserção de engenhos publicitários nos cruzamentos de vias.



Ilha



Canteiro

## CALÇADA

**Calçada** é a parte da via, normalmente destacada e em nível diferente, destinada ao trânsito exclusivo de pedestres e, quando possível, à implantação de mobiliário urbano, sinalização, canteiros e outros fins.

É importante que o mobiliário urbano com publicidade inserido nas calçadas não se constitua obstáculo para circulação, garantindo pelo menos uma faixa de 2 a 2,50 metros de largura aos pedestres e de 0,50 metro de afastamento do meio-fio.

**Passeio** é a faixa de circulação de pedestres. Nos passeios é imprópria a colocação de mobiliário urbano com publicidade.

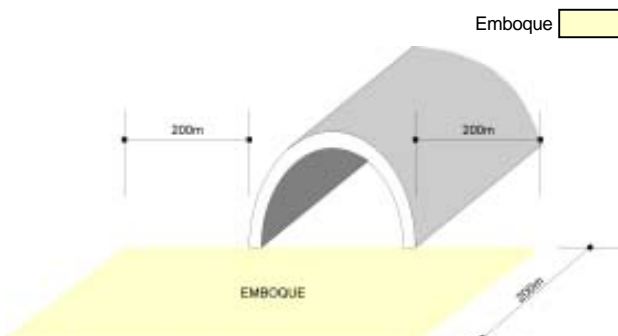
**Largo** é a parte da via pública que apresenta um alargamento no sentido transversal. O alargamento pode constituir pista de rolamento ou calçadas mais largas, possibilitando, neste último caso, um aumento significativo da faixa utilitária da calçada.



Calçada



Largo



## EMBOQUES DE TÚNEIS, PONTES E VIADUTOS

O emboque é a faixa do espaço urbano que antecede o acesso a túneis, pontes e viadutos.

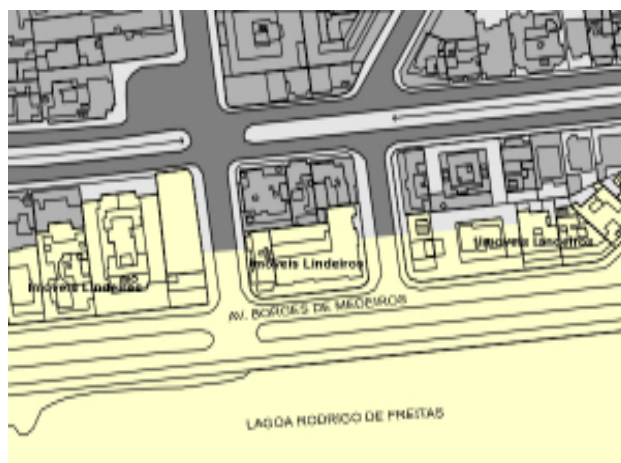
A Lei Orgânica do Município estabelece a proibição de engenhos publicitários a menos de 200 metros de emboques de túneis, pontes e viadutos. Esta restrição visa possibilitar o entendimento do motorista às mudanças do fluxo viário.

## ENTORNO DE LAGOAS

**Entorno** de lagoas compreende a faixa de proteção da lagoa e os elementos construídos imediatamente ao seu redor, incluindo os imóveis lindeiros.

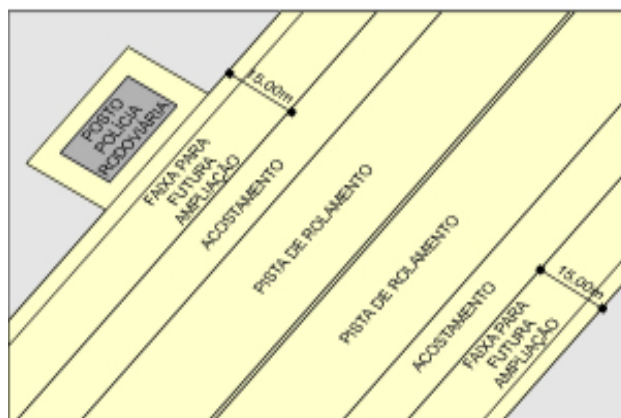
**Eventualmente**, os órgãos de proteção do patrimônio cultural estabelecem os limites precisos do entorno de lagoas cujo espelho d'água é tombado. É o caso da Lagoa Rodrigo de Freitas, para a qual o decreto municipal nº 9.396 de 13/06/90 estabelece o tombamento do espelho d'água e a criação da área de proteção do entorno da Lagoa Rodrigo de Freitas.

A Lei Orgânica do Município veda a inserção de publicidade na faixa de domínio de lagoas (artigo 463 § 5º, inciso II).



Entorno de Lagoa

Faixa de domínio de rodovia



## FAIXA DE DOMÍNIO DE RODOVIAS E ESTRADAS

A faixa de domínio é a área compreendida pela rodovia, suas instalações correlatas e faixas adjacentes legalmente delimitadas, de propriedade do órgão responsável pela rodovia ou estrada.

Além da faixa de domínio, as rodovias e estradas podem também apresentar faixas de proteção, que são faixas *non aedificandi* de propriedade particular, delimitadas pelo órgão rodoviário, em geral reservadas para futuras ampliações.

A Lei Orgânica do Município delimita a faixa de domínio de rodovias e estradas em 15 metros (artigo 463, parágrafo 6º) e veda a inserção de engenhos publicitários nesta faixa.

## ANÚNCIO

Anúncio é a mensagem veiculada nos engenhos referente a um produto, marca ou serviço de um estabelecimento comercial, de serviços ou industrial.

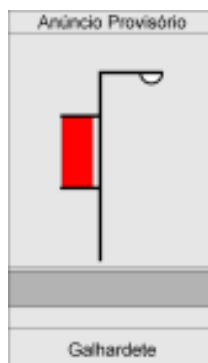
Os anúncios se classificam em:

1. Anúncio indicativo é a mensagem veiculada por engenho fixado no próprio local onde se exerce a atividade do estabelecimento mencionado, desde que não ultrapasse o piso do terceiro pavimento da edificação.

2. Anúncio publicitário é a mensagem de marcas, produtos ou serviços de terceiros ou a mensagem exibida por engenhos quando:

- engenho é fixado no solo, tanto em área particular quanto em área pública;
- engenho é instalado na cobertura ou na empena da edificação;
- engenho é instalado na fachada do prédio acima do piso do terceiro pavimento;
- engenho é instalado na fachada onde se exerce a atividade do estabelecimento mencionado, veicule marcas, produtos ou serviços de terceiros.

3. Anúncio provisório é uma mensagem publicitária transitória.



## ENGENHO PUBLICITÁRIO

É todo engenho que tenha como finalidade exclusiva a exibição de publicidade sobre uma empresa, um produto ou um serviço.

Incluem-se por força da legislação específica, entre os engenhos publicitários, os engenhos fixados ao solo, nas empenas e coberturas de edificações, nas áreas públicas ou particulares.

## DIRETRIZES PARA IMPLANTAÇÃO DE MOBILIÁRIO URBANO COM PUBLICIDADE

### DIRETRIZES GERAIS

A veiculação de publicidade na cidade é hoje um importante instrumento para viabilizar a oferta de serviços básicos em áreas carentes, seja através da implementação de mobiliário urbano de natureza utilitária ou de intervenções urbanísticas. Esta iniciativa exige, no entanto, um planejamento adequado para corrigir ações múltiplas e descentralizadas, levando-se em conta a padronização, os dimensionamentos e os espaçamentos mais apropriados para cada área da cidade.

**Alguns** aspectos são fundamentais para a implantação do mobiliário urbano com publicidade:

**manutenção** da qualidade visual do ambiente - relação entre os artefatos do mobiliário urbano com publicidade e outros elementos do espaço urbano, inclusive entre as diferentes categorias de artefatos entre si;

**segurança** do tráfego - visibilidade da sinalização vertical do trânsito, de cruzamentos e de outros pontos indicativos e não interferência na atenção do motorista e manutenção do gabarito rodoviário;

**conforto** dos pedestres e motoristas - garantia de fluidez dos veículos e dos deslocamentos dos pedestres na utilização do espaço urbano.

### diretrizes da Lei Orgânica do Município

**Art. 467** - Não serão permitidas a concessão de licenças e autorizações, provisórias ou a título precário, para instalação de engenhos publicitários de qualquer natureza que vedem a visão de áreas verdes, praias, lagos, rios, riachos, ilhas, praças e curvas de logradouros públicos ou que coloquem em risco a vida ou a segurança da população.

**Art. 468** - Na proteção ao meio ambiente serão considerados os elementos naturais e culturais que constituem a paisagem urbana, tendo por objetivo preservar, melhorar e recuperar a qualidade ambiental.

**§ 1º** - Entendem-se por elementos naturais o ar, a água, o solo, o subsolo, a fauna, a flora, os rios, as lagoas, os sistemas lagunares, o mar e suas margens e orlas, os morros e as formações rochosas.

**§ 2º** - Entendem-se por elementos culturais as edificações, as construções, as obras de arte, os monumentos e o mobiliário urbano.

13

### diretrizes do Plano Diretor (Lei Complementar nº 16/92)

**Art. 3º** - São objetivos da política urbana do Município:

I - garantir o bem-estar e a melhoria de qualidade de vida de seus habitantes;

II - ordenar o pleno desenvolvimento das funções sociais da Cidade.

**Art. 4º** - Os objetivos definidos no artigo anterior serão alcançados através:

...

X - do controle, fiscalização e sistematização do mobiliário urbano e dos artefatos de empacamento;

**Art. 130** - O programa de proteção e valorização do patrimônio cultural e do ambiente urbano compreenderá:

...

II - a proteção e valorização da paisagem e dos conjuntos urbanos de interesse;

## DIRETRIZES PARA:

### ÁREAS DE INTERESSE PAISAGÍSTICO

**Algumas** áreas são relevantes pois constituem cenários paisagísticos dentro da Cidade, podendo-se destacar entre elas, a orla marítima, o entorno das lagoas e as encostas dos morros.

**As** áreas de interesse paisagístico abrangem todas as Unidades de Conservação Ambiental - UCAs do Município do Rio de Janeiro definidas pelo Plano Diretor, compreendendo os parques, as reservas e as Áreas de Proteção Ambiental - APAs, estabelecidas pela legislação federal, estadual e municipal.

**É** vedada a exploração publicitária nas áreas protegidas pela legislação e a inserção de engenhos publicitários na orla marítima, nas faixas de domínio das lagoas e nas encostas, habitadas ou não.

**Devem** ser evitadas interferências na paisagem. Poderá haver inserção apenas das categorias de mobiliário urbano de natureza utilitária que sejam essenciais.

**Evitar** inserção de mobiliário urbano na orla em frente às vias transversais, a fim de não obstruir a perspectiva destas.

**Nos** corredores de tráfego é adequada a implantação de indicadores de hora e temperatura, com espaçamento padronizado, e de galhardetes, nos eventos de interesse do Município.



Orla do Recreio dos Bandeirantes

**Nas** UCAs, quando essencial para manutenção do equipamento, poderá ser tolerada a exibição da marca institucional do patrocinador, desde que não ultrapasse 15% da superfície do painel em que se situe.



Área de Proteção Ambiental e Recuperação Urbana do Alto da Boa Vista



## CORREDORES DE TRÁFEGO

Os corredores de tráfego são áreas potenciais na cidade para implantação de mobiliário urbano com publicidade desde que observadas as condições a seguir relacionadas:

**Não** permitir a inserção de engenhos publicitários que interfiram na sinalização do tráfego.

**Não** permitir a inserção de engenhos publicitários a menos de 200m dos emboques de viadutos, túneis, pontes e passarelas.

**Permitir** a inserção de mobiliário urbano com publicidade que garantam a boa visibilidade dos motoristas, adequadamente dimensionados e preferencialmente com espaçamento padronizado, em calçadas, ilhas e investaduras. Os elementos deverão ter forma compatível com o estabelecido no capítulo Diretrizes Específicas deste caderno.



**Suprir** carências de mobiliário urbano de natureza utilitária, como abrigo de ônibus, aproveitando o potencial para exploração publicitária.

**Preservar** as esquinas de inserção de mobiliário urbano, com um distanciamento mínimo de 200m em cruzamentos de maior importância.

**Preservar** visibilidade de bens de interesse artístico, histórico e cultural, inclusive a linha de contorno de edificações.

**Urbanizar** as vias em que for inserido mobiliário urbano com publicidade, caso não possuam o devido tratamento.

**Evitar** a presença de painéis com alternância e movimento em pontos de confluência de tráfego, favorecendo a segurança do trânsito de veículos.



## CENTROS DE COMÉRCIO E SERVIÇOS

**Nos** centros de comércio e serviços concentram-se as atividades econômicas da localidade e, em consequência disto, o movimento de pedestres. É interesse da administração pública suprir estas áreas com mobiliário urbano de natureza utilitária. Em alguns centros, há carência de mobiliário urbano e, em outros, é grande o número destes serviços, exigindo uma atenção especial na implantação de outras categorias.

**Nos** centros de comércio e serviço com insuficiência de serviços, devem ser supridas as carências de mobiliário urbano de natureza utilitária.

**Não** gerar poluição visual em áreas que possuam grande quantidade de elementos do mobiliário urbano.

**Evitar** o bloqueio à visualização dos letreiros das lojas.

**Implantação** de mobiliário urbano para informações - MUIs em pontos estratégicos, onde há concentração de pedestres, sem prejudicar os deslocamentos.



Av. Suburbana, proximidades do Norte Shopping

## IMÓVEIS PARTICULARES

O estabelecimento de regras para a implantação de mobiliário urbano com publicidade nas áreas e logradouros públicos não é suficiente para garantir a preservação da paisagem urbana da cidade, a segurança do trânsito e o conforto dos motoristas e pedestres. É necessário que haja um estudo e uma revisão das autorizações feitas para a inserção de publicidade levando em conta não apenas as interferências criadas por um único imóvel particular, mas pelo conjunto dos imóveis que formam uma ambiência urbana.

A Lei Orgânica do Município (art. 463, item XII) estabelece que é instrumento, meio e obrigação de responsabilidade do Poder Público para preservar e controlar o meio ambiente a “instituição de limitações administrativas ao uso de áreas privadas, objetivando a proteção de ecossistemas, de unidades de conservação e da qualidade de vida”.

É necessária a elaboração de um estudo detalhado com parâmetros e propostas para inserção de publicidade nas áreas particulares.

Em vias expressas, respeitar a faixa livre a partir da barra rígida ou meio-fio de cada lado da via, definida caso a caso, onde não será permitida a implantação de engenhos publicitários em áreas particulares.

## INSERÇÃO DE PUBLICIDADE NO MOBILIÁRIO URBANO

**Muitas** das categorias de mobiliário urbano de natureza utilitária possibilitam o acoplamento de publicidade. A legislação dispõe sobre algumas dessas categorias.

**São** categorias adequadas para acoplar publicidade: abrigos de ônibus, sanitários públicos, colunas multiuso, mobiliário urbano para informações (MUPIs) e indicadores de hora e temperatura.

**São** categorias inadequadas para acoplar publicidade: cabines telefônicas, lixeiras, protetores de árvores e bancos de praças, entre outros.

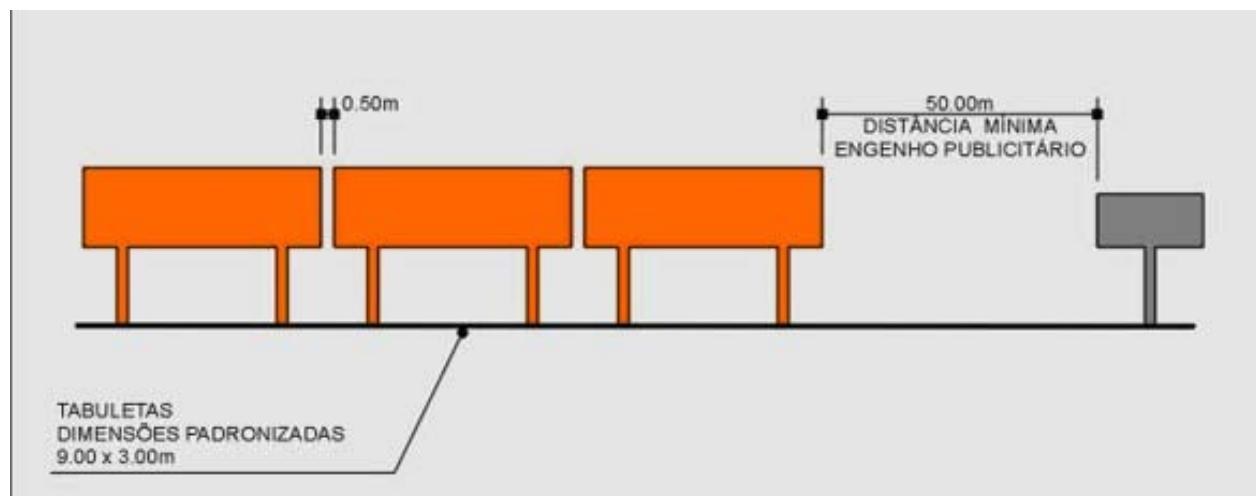
**Considera-se** inconveniente pulverizar a publicidade através de diversos elementos do mobiliário urbano.

## DIRETRIZES ESPECÍFICAS

**Este** capítulo apresenta critérios e parâmetros para implantação das diferentes categorias de mobiliário urbano com publicidade tratadas na Metodologia, considerando tipos de engenhos publicitários e de artefatos do mobiliário urbano de natureza utilitária com inserção de publicidade nos logradouros e áreas públicas.

Os critérios e parâmetros apresentados referem-se a:

- distâncias** relativas do artefato nos logradouros públicos;
- dimensões** máximas do engenho tratado;
- parâmetros** construtivos do artefato, quando for o caso;
- localização** nas diferentes áreas na cidade.



## ENGENHOS PUBLICITÁRIOS

### 1. TABULETA

A tabuleta, também conhecida como *outdoor*, é o engenho publicitário simples com dimensões padronizadas pela legislação específica de 9m de largura x 3m de altura, destinada à fixação de cartazes substituíveis em folhas de papel.

#### diretrizes para a tabuleta

##### distâncias relativas da tabuleta nos logradouros públicos

**Espaçamento** mínimo a outro engenho publicitário, quando instalados em logradouros públicos: 50m (lei 1.921/92).

**Máximo** de 4 tabuletas por grupo, padronizadas (lei 1.921/92).

**No** grupo de 2 (duas) a 4 (quatro) tabuletas, distanciamento padronizado de 0,50m (cinquenta centímetros) entre elas e 50m entre os grupos de tabuletas.

##### parâmetros construtivos

**Implantação** paralela ao alinhamento das edificações (lei 1.921/92).

**Obrigatório** afixar, no alto de cada tabuleta, placa identificadora da empresa de publicidade responsável pela veiculação publicitária,

na, nas dimensões de 0,60m (sessenta centímetros) por 0,30m (trinta centímetros), mencionando nome do responsável e número do processo administrativo de regularização do engenho (decreto "N" 17.284/99).

**Utilização** de materiais que garantam a segurança do engenho e a sua conservação.

**Aprimoramento** do sistema construtivo, recomendando-se o uso de estrutura e moldura metálica ou em PVC, resistente à ação dos ventos e à ação por oxidação.

##### localização na cidade

**Vedada** a implantação a menos de 200m de emboques de túneis e de pontes, viadutos e passarelas; na orla marítima e na faixa de domínio de lagoas; nas encostas de morros, habitados ou não; em áreas florestadas; na faixa de domínio de estradas municipais, estaduais e federais (LOM).

**Vedada** a implantação na Cidade Nova (Plano Diretor - Lei Complementar 16/92).

**Evitar** grupos intermitentes de tabuletas em vias com uma certa extensão.

**Impedir** qualquer forma de obstrução da ventilação e iluminação em edificações e áreas livres nos locais em que se situe.

**Impedir** a criação de qualquer forma de obstáculos à circulação de pedestres.

## 2. PAINEL

O painel é o engenho publicitário afixado em estruturas verticais.

### diretrizes para o painel

distâncias relativas do painel nos logradouros públicos

Da projeção do painel:

à face externa do meio-fio: mínimo de 0,80m.

à faixa de travessia: mínimo de 2,00m.

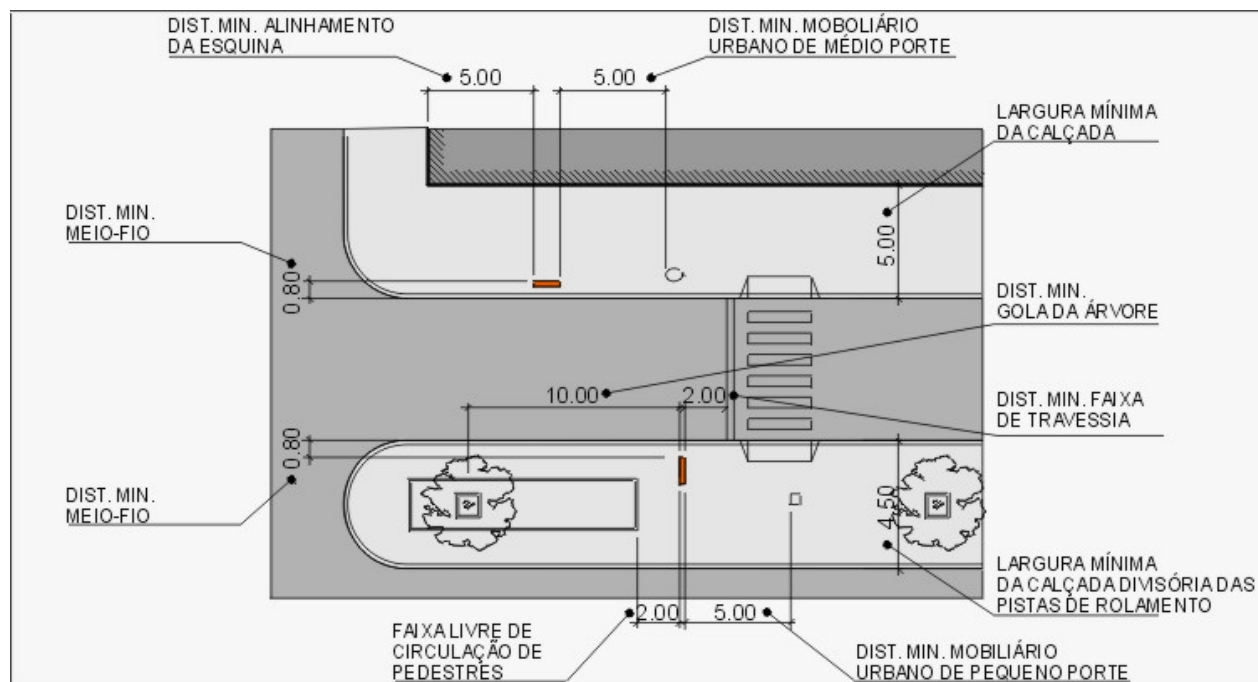
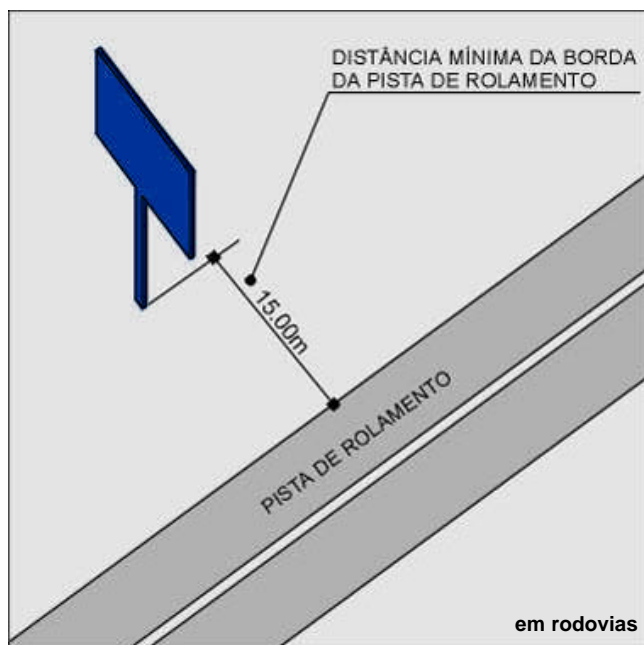
ao prolongamento do alinhamento dos lotes de esquina, quando não houver faixa de travessia: mínimo de 5,00m.

a outro artefato do mobiliário urbano de médio porte: mínimo de 5,00m.

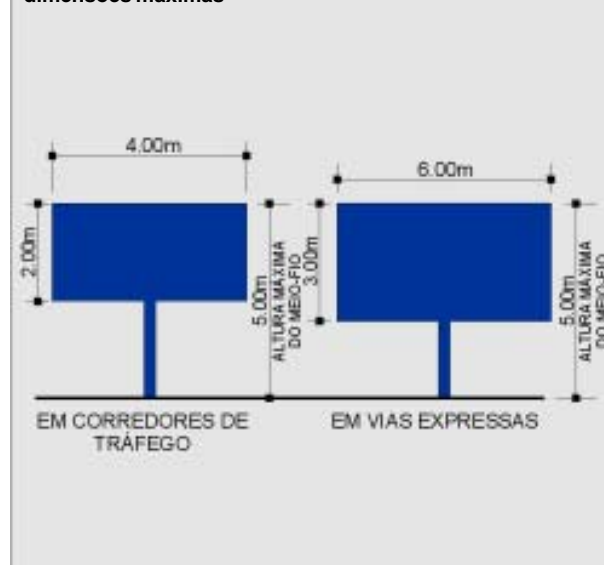
ao eixo da gola da árvore: mínimo de 10,00m.

ao bordo da pista de rolamento, em rodovias, medida perpendicular e horizontalmente: mínimo de 15,00m.

a outro artefato do mobiliário urbano com publicidade: mínimo de 100,00m.



### dimensões máximas



### Espaçamento entre painéis:

em geral, considera-se pouco restritivo o espaçamento mínimo previsto na legislação de 50m. Deve ser avaliado caso a caso, correspondendo às características urbanísticas da área. Comumente, estima-se o espaçamento mínimo entre painéis, em vias expressas, de 400m em 400m; e em corredores de tráfego não caracterizados como vias expressas, de 200m em 200m, de acordo com as condições de urbanização da via.

### dimensões

Área publicitária máxima: 30m<sup>2</sup>, na faixa de 50m a partir do meio-fio (lei 1.921/92).

Altura máxima, quando instalado até 50m da borda da pista de rolamento: 5m.

Altura máxima, quando instalado a mais de 50m da borda da pista de rolamento: 15m.

Em vias expressas: máximo de 6,00m de largura x 3,00m de altura.

Em corredores de tráfego não caracterizados como vias expressas: máximo de 4,00m de largura x 2,00m de altura.

### parâmetros construtivos

**Obrigatório** conter plaqueta identificativa da empresa exibidora (Lei 1.921/92).

**Utilização** de materiais que garantam a segurança do engenho e a sua conservação.

**Emprego** de materiais e desenho no suporte do painel que garantam um bom acabamento e uma harmonia estética em relação ao engenho.

### localização na cidade

**Vedada** a implantação a menos de 200m de emboques de túneis e de pontes, viadutos e passarelas; na orla marítima e na faixa de domínio de lagoas; encostas de morros, habitados ou não; áreas florestadas; faixa de domínio de estradas municipais, estaduais e federais (LOM).

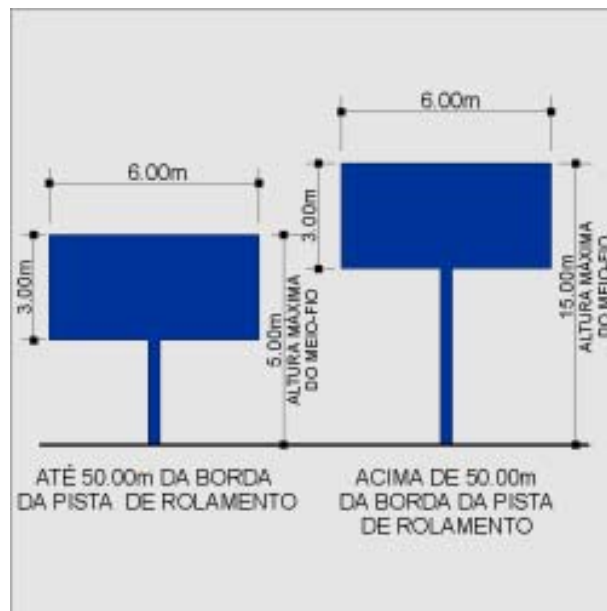
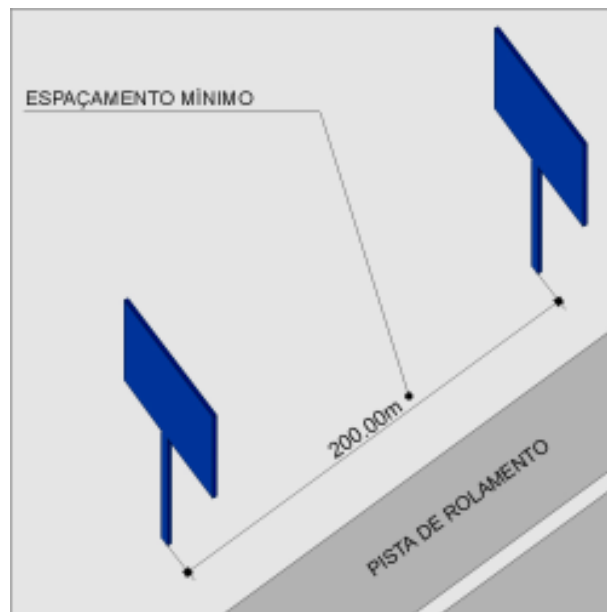
**Vedada** a implantação na Cidade Nova (Plano Diretor - Lei Complementar 16/92).

**Vedada** a implantação quando interferir na visibilidade de perspectivas paisagísticas de interesse ambiental ou na ambiência de conjuntos urbanos de interesse cultural e obstruir a visão da linha de contorno de bens tombados ou de interesse artístico, histórico e cultural.

**Nos** corredores de tráfego, implantação em calçadas laterais com largura superior a 5,00m e em calçadas com canteiros com largura superior a 4,50m.

### observações

**Obrigação** dos responsáveis pela implantação do painel, de manter área de 400m<sup>2</sup> no entorno do engenho em perfeito estado de conservação (lei 1.921/92).



### tipos de painel

**Painel simples** - é aquele que não possui iluminação.

**Painel iluminado** - é aquele que apresenta fonte luminosa desintegrada do conjunto de veiculação do anúncio. É também chamado *frontlight*.

**Painel luminoso** - é aquele no qual a fonte luminosa é parte integrante do conjunto de veiculação do anúncio. É também chamado *backlight*.

**Painel luminoso com alternância e movimento** - é aquele que apresenta um mecanismo eletrônico, sendo também chamado painel eletrônico. Exige cuidados especiais na sua localização, pois pode causar fortes impactos no local onde é inserido.

### diretrizes para o painel luminoso com alternância e movimento

#### localização na cidade

**Inadequado** em calçadas que dividem pistas de rolamento.

**Tolerado** apenas em faixas além de 15m da borda da pista de rolamento.

**Triedro** - é o painel iluminado constituído por três faces com mecanismo que exhibe três mensagens distintas rotativas, em cada uma delas.

### 3. GALHARDETE

É o engenho publicitário provisório destinado à veiculação de eventos, promoções e outras mensagens de caráter não permanente.

#### diretrizes para o galhardete

distâncias relativas do galhardete nos logradouros públicos

**Espaçamento** mínimo entre galhardetes: 50m

dimensões

**Padrões** usuais:

1,80m x 0,60m, elevado a 2,50m do piso

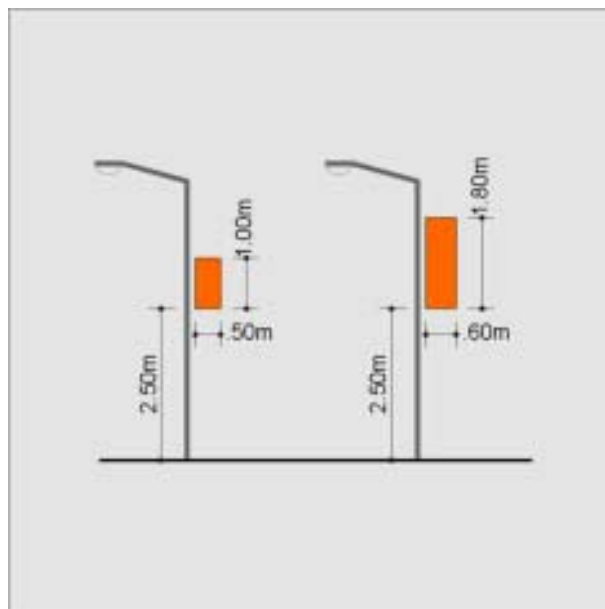
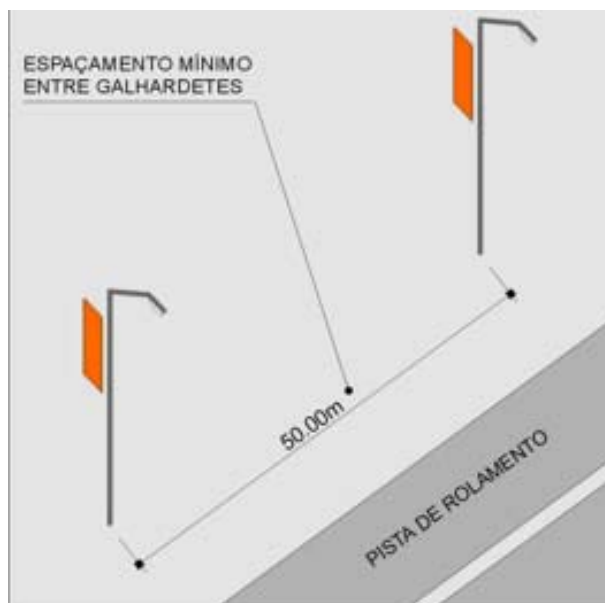
1,00m x 0,50m, elevado a 2,50m do piso

**Modelos** com dimensões diferentes deverão ser analisados caso a caso, de acordo com a área a serem instalados.

parâmetros construtivos

**Utilização** de materiais não inflamáveis e não rígido.

**Utilização** apenas de iluminação pública já existente. Não serão admitidos galhardetes com iluminação própria.



localização na cidade

**Vedada** a colocação em postes da rede elétrica e em árvores.

**Fixação** em sustentação própria (suporte vertical) ou em haste horizontal nos postes de iluminação pública.

**Como** veiculam mensagens transitórias, em geral relacionadas a um espaço determinado na cidade, é indicada a sua colocação nos logradouros que se constituam em trajetos para essas áreas.

**Vedada** a exposição por período superior a 15 dias e após data final do evento veiculado.

## MOBILIÁRIO URBANO DE NATUREZA UTILITÁRIA COM INSERÇÃO DE PUBLICIDADE

### 1. MOBILIÁRIO URBANO PARA INDICAÇÃO DE SERVIÇOS - MUPI

**Painel** luminoso de duas faces, cuja função utilitária é prestar informações direcionais (referentes à localização de bairro, localidade ou edificação), turísticas e de serviços, ou mensagens de caráter educativo. Em geral, apresentam serviços de mapas. Também podem orientar através de setas direcionais ou texto histórico do local e de monumentos.

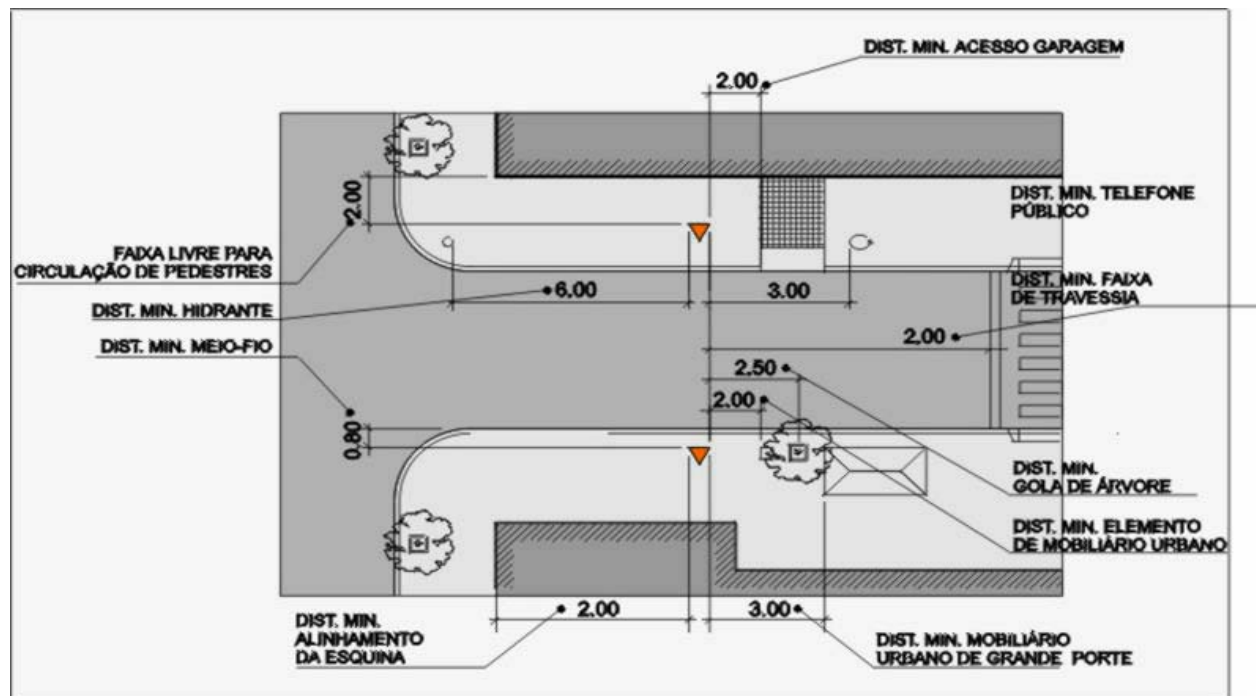
**Pode** conter outros serviços, como lixeiras de reciclagem, ou estar acoplado em abrigos de ônibus.

#### diretrizes para o MUPI

#### distâncias relativas do MUPI nos logradouros públicos

Da projeção do MUPI:

- à face externa do meio-fio: mínimo de 0,80m
- ao prolongamento do alinhamento do imóvel de esquina, quando não houver faixa de travessia de pedestre: mínimo de 2,00m
- a outro elemento do mobiliário urbano: mínimo de 2,00m
- à faixa de travessia: mínimo de 2,00m
- ao acesso de garagem: mínimo de 2,00m
- ao eixo da gola da árvore: mínimo de 2,50m
- a outro elemento do mobiliário urbano de grande porte: mínimo de 3,00m
- a telefone público: mínimo de 3,00m
- a hidrante: mínimo de 6,00m



## dimensões

**Altura** máxima do suporte do painel: 2,50m

**Altura** máxima do suporte nas calçadas em áreas de interesse paisagístico: 2,00m

**Área** publicitária máxima: 2,00m<sup>2</sup>

**Sua** forma e suas dimensões admitem variações desde que favoreçam a visualização da informação e permitam o fluxo livre de pedestres.

## parâmetros construtivos

**Utilização** de materiais que garantam a segurança do engenho e a sua conservação.

**Recomenda-se** o uso de estrutura e moldura metálica ou em PVC, resistente à ação dos ventos e à ação por oxidação.

## localização na cidade

**Como** possibilita maior visibilidade por pedestres, é indicado para inserção em calçadas largas, onde a faixa livre de circulação de pedestres seja maior ou igual a 2,00m, nas calçadas com largura superior a 4,50m, nas:

**áreas** com intenso movimento ou concentração de pedestres;

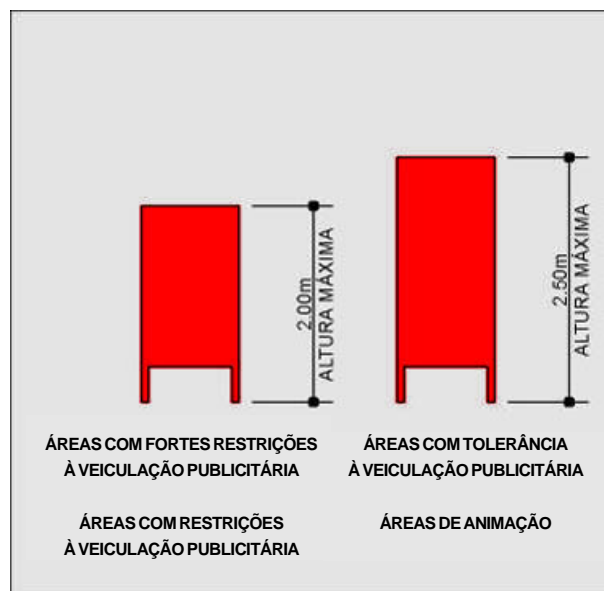
**proximidades** das entradas de Metrô, estação de trem e terminais de ônibus;

**proximidades** de estabelecimentos de lazer e de comércio e serviços de grande porte (por exemplo, estádios e ginásios, universidades, *shopping-centers* etc.).

**Como** destina-se à prestação de informações a visitantes e turistas, é indicado para inserção em calçadas largas (mínimo de 4,50m de largura) nas áreas próximas a estabelecimentos hoteleiros.

**Sua** implantação poderá ser perpendicular ou paralela ao meio-fio.

**Inserção** na faixa das calçadas reservada ao mobiliário urbano.





## 2. INDICADOR DE HORA E TEMPERATURA

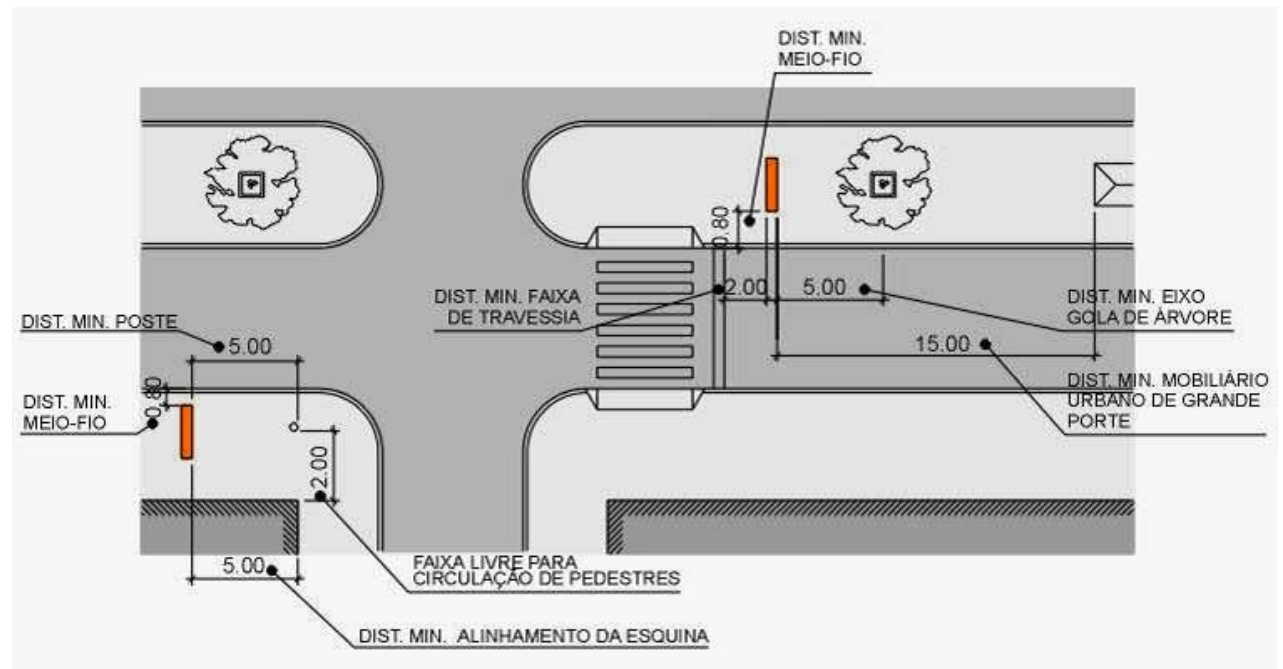
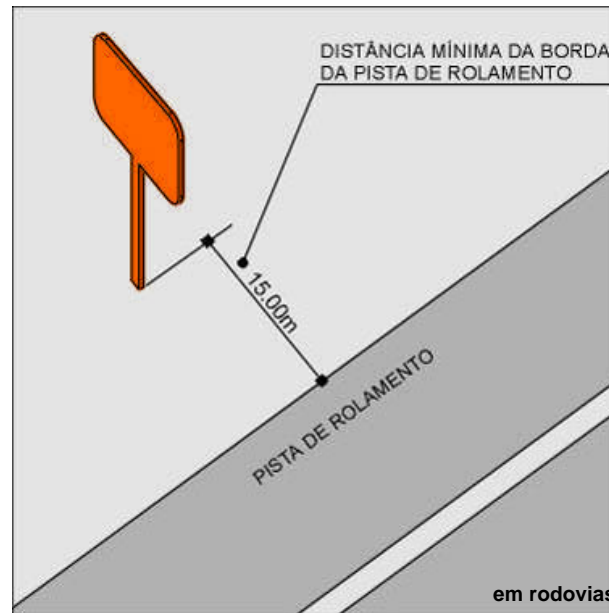
**Artefato** do mobiliário urbano luminoso que contém relógio de funcionamento sincronizado e termômetro dos tipos digital ou analógico.

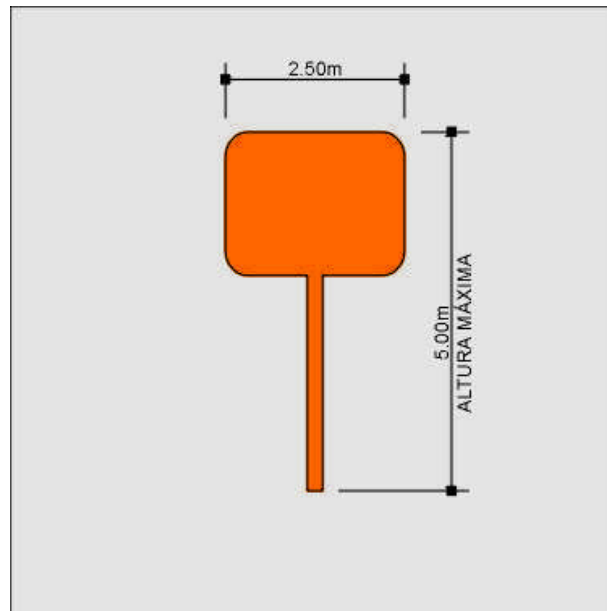
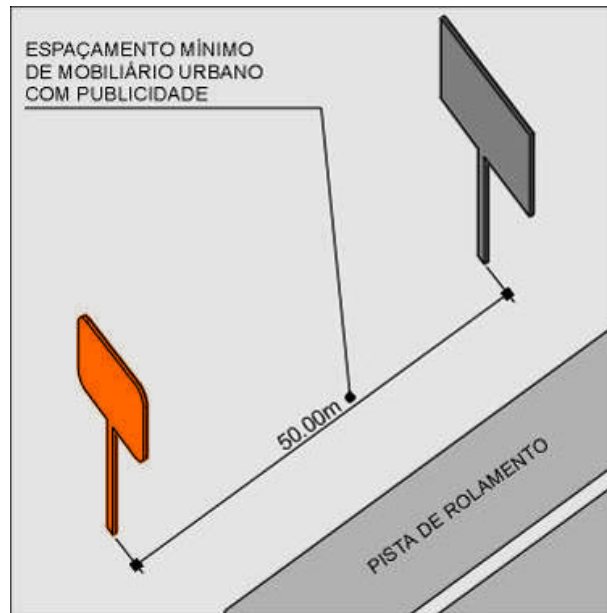
### diretrizes para o indicador de hora e temperatura

distâncias relativas do indicador de hora e temperatura nos logradouros públicos

Da projeção do indicador de hora e temperatura:

- à face externa do meio-fio: mínimo de 0,80m
- à projeção da marquise: mínimo de 2,00m
- à faixa de travessia: mínimo de 2,00m
- ao eixo da gola da árvore: mínimo de 5,00m
- ao prolongamento do alinhamento dos lotes de esquina, quando não houver faixa de travessia de pedestres: mínimo de 5,00m
- a outro elemento do mobiliário urbano em suporte: mínimo de 5,00m
- a artefato do mobiliário urbano de grande porte (por exemplo, abrigo de ônibus ou banca de jornal): mínimo de 15,00m
- à borda da pista de rolamento, em rodovias: mínimo de 15,00m
- a outro mobiliário urbano com publicidade: mínimo de 50,00m





dimensões

**Altura máxima:** 5,00m  
**Largura máxima:** 2,50m  
**Área publicitária máxima:** 2,00m<sup>2</sup>

### 3. ABRIGO DE ÔNIBUS

#### diretrizes para o abrigo de ônibus

#### distâncias relativas do abrigo de ônibus nos logradouros públicos

##### Da projeção do abrigo de ônibus:

- à face do meio-fio: mínimo de 0,80m
- a poste: mínimo de 2,00m
- a outro elemento do mobiliário urbano de pequeno porte: mínimo de 3,00m
- a eixos de gola de árvores: mínimo de 3,00m
- a acessos de garagem: mínimo de 5,00m
- ao alinhamento do imóvel de esquina: mínimo de 10,00m
- à faixa de travessia: mínimo de 20,00m
- a outro elemento do mobiliário urbano de grande porte: mínimo de 50,00m

##### Espaçamento mínimo entre abrigos de ônibus:

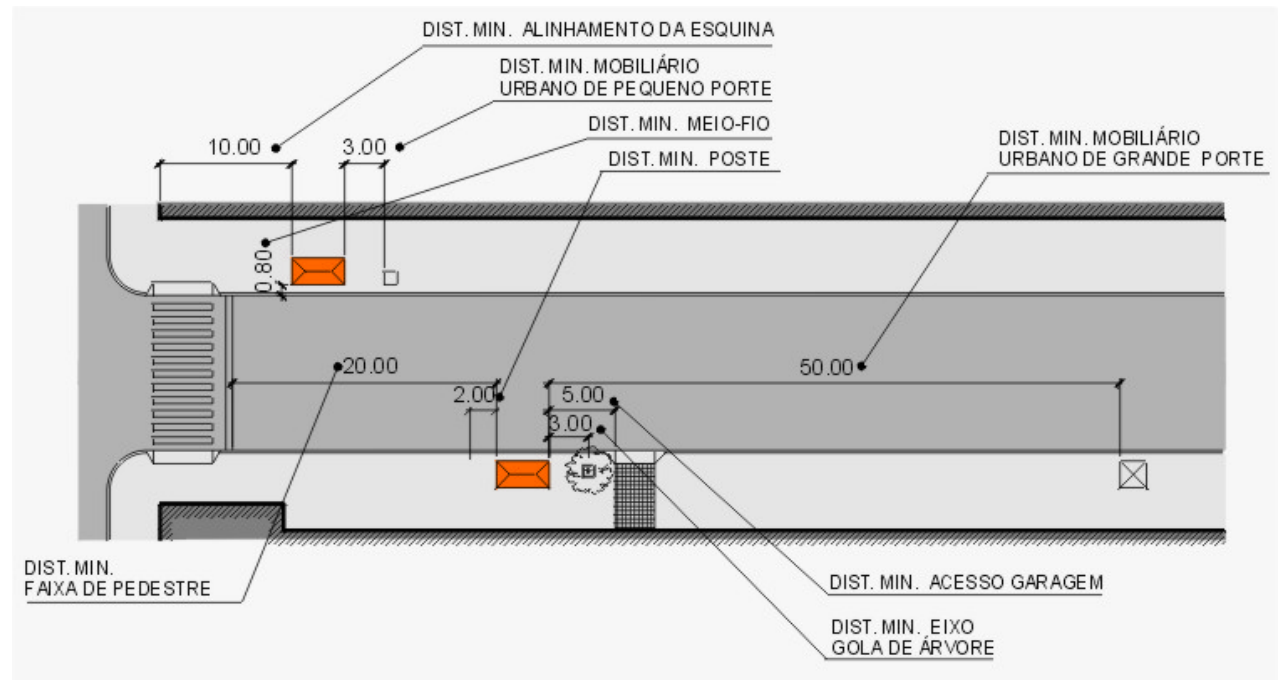
- atendendo** à marcação oficial dos pontos de ônibus, definida pela Secretaria Municipal de Transportes.

#### dimensão

**Área** publicitária máxima: 4,00m<sup>2</sup> (2,00 m<sup>2</sup> por face)

#### parâmetros construtivos

- Adoção** de modelo-padrão que permita acoplamento de módulos, para atender aumento da demanda.
- Fechamentos** laterais e posteriores são opcionais.
- Emprego** de estrutura própria compatível a cargas superiores às usuais.
- Utilização** de iluminação artificial, com funcionamento diurno e noturno.



#### localização na cidade

**Imprescindível** nos corredores de tráfego, nas calçadas com largura superior a 4,80m, preservando uma faixa livre de circulação de pelo menos 2,00m, principalmente nas seguintes situações:

**nos** pontos de concentração de pedestres, nas proximidades a estabelecimentos de grande porte ou de maior número de estabelecimentos comerciais e de serviços, nos pontos intermodais e de terminais das linhas de transporte coletivo;

**em** locais fronteiros a extensos muros de vedação com pouco acesso à rua.

#### 4. COLUNA MULTIUSO

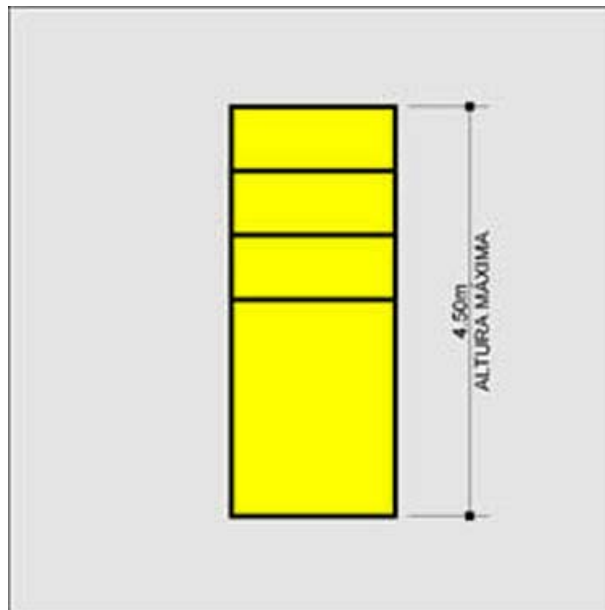
**Elemento** do mobiliário urbano destinado a abrigar funções diversas como suporte de equipamentos de serviços, quiosque de informações, venda de ingressos, sanitários etc. ou simplesmente para afixação de painéis.

##### diretrizes para a coluna multiuso

##### dimensões

**Altura** máxima: 4,50m

**Área** publicitária máxima: 8,00m<sup>2</sup>



##### parâmetros construtivos

**Desenho** compatível ao seu entorno, com facilidade de identificação e utilização.

**Utilização** de material resistente. Em caso do uso de estrutura metálica, empregar tratamento anticorrosivo e acabamento que garanta a durabilidade.

**Utilização** de acabamentos sem arestas vivas ou pontiagudas, prejudiciais ao contato físico e à aproximação do usuário.

**Quando** utilizados painéis de vidro, empregar material que não projete estilhaços em caso de acidente.

##### localização na cidade

**Em** praças, com amplos espaços livres, no entorno de áreas comerciais com intenso movimento de pedestres, preferencialmente com estacionamento de veículos nas proximidades.

## 5. SANITÁRIO PÚBLICO

### diretrizes para o sanitário público

#### dimensões

Área publicitária máxima: 4,00m<sup>2</sup>

#### parâmetros construtivos

**Emprego** de módulo independente com dimensões mínimas e integração no entorno, com facilidade de identificação e utilização.

**Admissão** de variações de modelo, caracterizando modelo especial, para áreas de valor paisagístico, turístico e/ou histórico, e modelo standard, para as demais áreas.

**Utilização** de sistema de segurança que permita garantir o isolamento do sistema técnico das instalações de uso público e a manutenção adequada.

**Previsão** de ventilação e iluminação.

**Preferência** à instalação que não danifique o piso e facilite o remanejamento.

**Previsão** de dispositivo de recepção de moedas (ou fichas).

**Atenção** aos princípios de acessibilidade universal, prevendo-se faixas de orientação e pisos de alerta.

**Utilização** de material resistente. Em caso do uso de estrutura metálica, empregar tratamento anticorrosivo e acabamento com durabilidade.

**Utilização** de acabamentos sem arestas vivas ou pontiagudas, prejudiciais ao contato físico e à aproximação do usuário.

**Quando** utilizados painéis de vidro, empregar material que não projete estilhaços em caso de acidente.

#### localização na cidade

**Em** praças, com amplas áreas livres, no entorno de locais com movimento de pedestres, como terminais de transporte coletivo ou áreas de comércio e serviços de lazer.

**Em** praças, com amplas áreas livres, de animação cotidiana ou periódica, que concentre um número razoável de usuários.

#### observação

Nos sanitários móveis, a área de exploração publicitária ficará condicionada à legislação em vigor, respeitadas as dimensões máximas de 1,00m<sup>2</sup> por módulo duplo.

#### distâncias relativas da coluna multiuso e sanitário público nos logradouros públicos

Da projeção de coluna multiuso ou sanitário público:

à face do meio-fio: mínimo de 1,00m

a poste: mínimo de 2,00m

a outro elemento do mobiliário urbano de pequeno porte: mínimo de 3,00m

ao eixo da gola de árvore: mínimo de 3,00m

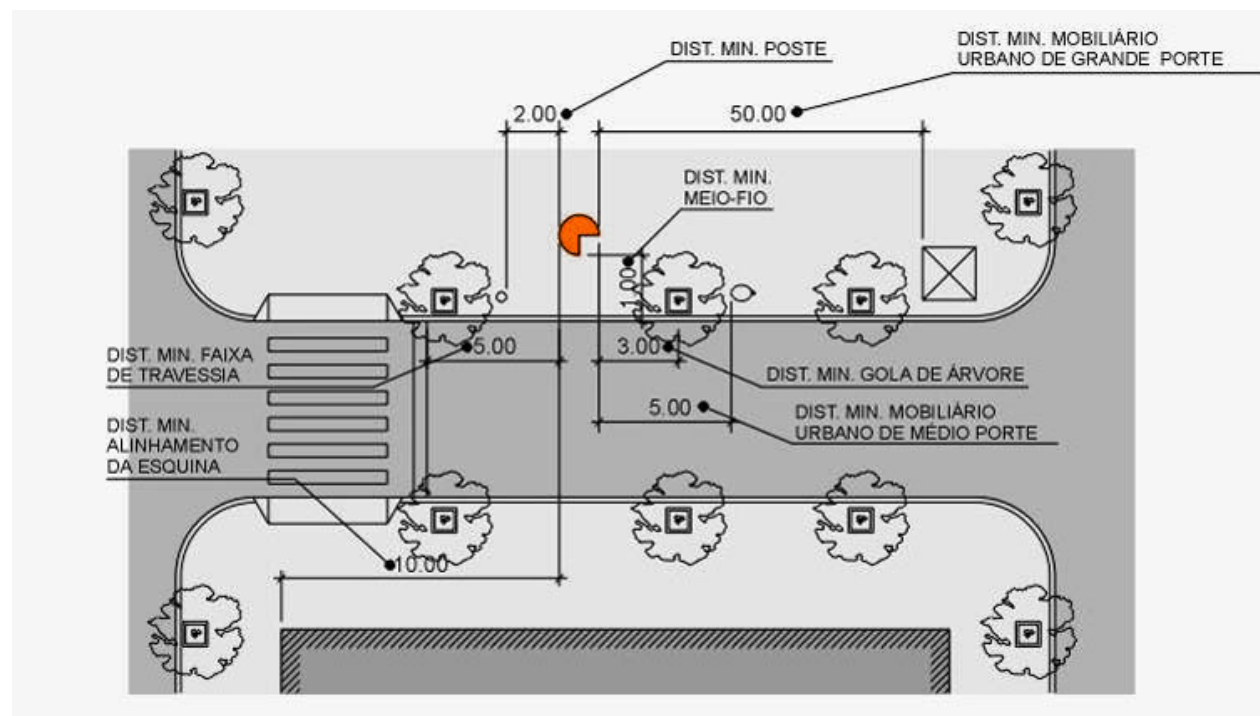
ao acesso de garagem: mínimo de 5,00m

à faixa de travessia: mínimo de 5,00m

a outro elemento do mobiliário urbano de médio porte: mínimo de 5,00m

ao alinhamento do imóvel de esquina: mínimo de 10,00m

a outro elemento do mobiliário urbano de grande porte: mínimo de 50,00m



Do ponto de vista da veiculação publicitária, a Cidade do Rio de Janeiro está dividida em:

#### áreas de silêncio

**São** áreas que apresentam as seguintes situações:

**Unidades** de Conservação Ambiental (incluindo Áreas de Proteção Ambiental, parques, reservas etc., de acordo com a classificação estabelecida pelo Plano Diretor - Lei Complementar nº 16/92), definidas pela legislação federal, estadual e municipal;

**em** encostas, habitadas ou não, acima da cota 50;

**nas** áreas florestadas;

**no** entorno de bens tombados, definidos pelos órgãos responsáveis pela proteção do patrimônio histórico, artístico e cultural.

**Nestas** áreas são admitidos artefatos do mobiliário urbano sem publicidade ou apenas com a marca institucional do patrocinador (em espaço nunca superior a 15% da superfície em que se situe).

#### áreas com fortes restrições à veiculação publicitária

**São** áreas que apresentem as seguintes situações:

**áreas** de interesse paisagístico, abrangendo a orla marítima e o entorno das lagoas;

**áreas** residenciais;

**áreas** com ocupação não consolidada;

**áreas** com projeto urbano específico, como o Corredor Cultural.

**Estas** áreas exigem um cuidado especial na inserção de mobiliário urbano com publicidade. Deverão ser estudadas caso a caso. Recomenda-se apenas a implantação de mobiliário urbano de natureza utilitária com inserção de publicidade e em determinados casos, engenhos provisórios.

#### áreas com restrições à veiculação

**São** áreas com movimento de veículos e pedestres razoável, caracterizando centros de comércio e serviços, de âmbito local e regional, podendo ser formados por um ou mais logradouros públicos.

**Nestas** áreas é possível a inserção de mobiliário urbano com publicidade de natureza utilitária, adequadamente espaçados e dimensionados, observando-se aspectos relativos a legislação específica, panorama paisagístico, uso do solo, desenho urbano e interferência na fluidez do tráfego da área considerada, avaliados caso a caso.

#### áreas com tolerância para veiculação publicitária

**São** áreas com intenso fluxo de veículos de passagem, caracterizando corredores de tráfego, em vias expressas ou não, com alta a média fluidez de tráfego.

**Nestas** áreas é possível a inserção de mobiliário urbano com publicidade, de natureza utilitária ou engenhos publicitários, adequadamente espaçados e dimensionados, tanto quanto possível padronizados, observando-se aspectos relativos a legislação específica, panorama paisagístico, uso do solo, desenho urbano e interferência na fluidez do tráfego da área considerada, avaliados caso a caso.

#### áreas de animação

**São** áreas de apelo comercial, com intenso movimento de pedestres e veículos, caracterizando centros comerciais ou de lazer, que possuem grande potencial para veiculação publicitária, com boa visibilidade de veículos e/ou pedestres.

**Nestas** áreas admite-se inserir uma maior quantidade e diversidade de categorias de mobiliário urbano com publicidade, de natureza utilitária ou engenhos publicitários, estimulando a animação cotidiana ou periódica, observando-se a segurança do tráfego e o conforto dos pedestres.

**sumário da legislação relativa à exibição de publicidade na cidade do Rio de Janeiro****Manual de Implantação de Mobiliário Urbano****Plano Diretor****Lei Orgânica do Município do Rio de Janeiro****Leis:**

**506** - Cria a Zona Especial do Corredor Cultural do centro da cidade e dá outras providências.

**758** - Veiculação de propaganda nos logradouros públicos e local exposto ao público.

**905** - Permite afixação de propaganda nas passarelas de pedestres como forma de ressarcimento dos custos de construção.

**939** - Acrescenta dispositivo à Lei nº 506.

**1.047** - Dispõe sobre instalação de equipamento de ginástica em praças, parques e praias.

**1.139** - Dispõe sobre a preservação de bens imóveis da Zona Especial do Corredor Cultural e dá outras providências.

**1.220** - Projeto "Adote uma Praça".

**1.233** - Autoriza o Executivo a instalar e administrar banheiros públicos em áreas prioritárias.

**1.555** - Autoriza o poder executivo a outorgar sob regime de concessão a instalação de engenhos de publicidade nos postos de salvamento da orla marítima.

**1.624** - Dispõe sobre instalação de latões de lixo móveis por empresas privadas.

**1.921** - Veiculação de propaganda em tabuletas, painéis e letreiros nos logradouros públicos e local exposto ao público.

**2.366** - Estabelece obrigatoriedade da inclusão de elementos que possibilitem a identificação de promotores de espetáculos nos cartazes de propaganda.

**2.572** - Veda em próprios municipais eventos com propaganda de fumo e seus derivados.

**Decretos:**

**5.725** - Altera Regulamento nº 3 - Veiculação de publicidade ao ar livre.

**5.933** - Permissão de uso de próprios municipais.

**6.689** - Fixa critérios para veiculação de publicidade nas obras realizadas em imóveis públicos, logradouros ou áreas de domínio público.

**8.345** - Extingue conselho de publicidade e propaganda (qualquer publicidade não prevista dependerá de prévia autorização do Prefeito).

**12.292** - Estabelece critérios para utilização dos engenhos onde se fixa as bandeiras identificadoras das distribuidoras.

**13.524** - Cria Corredor Cultural Publicitário da Av. Brasil e regulamenta as condições de veiculação de publicidade.

**14.251** - Altera por modificação e inclusão o artigo 2º do decreto nº 13.524 (publicidade em passarela na Av. Brasil).

**14.481** - Disciplina a veiculação de publicidade de eventos e produções artísticas em tapumes de obras e painéis especiais.

**14.898** - Determina tombamento definitivo dos bens culturais que menciona (área em torno do Hipódromo da Gávea do Jockey Club Brasileiro).

**14.999** - Dispõe sobre a colocação de painéis obrigatórios e anúncios publicitários em imóveis em construção e em obras.

**15.201** - Dispõe sobre veiculação de publicidade da campanha a candidatura às olimpíadas de 2004.

**15.380** - Altera o regulamento 6 da Consolidação das Posturas Municipais (engenhos publicitários em bancas de jornais e revistas).

**15.849** - Autoriza o Secretário Municipal de Governo a subdelegar as competências que menciona ao Coordenador de Licenciamento e Fiscalização.

**16.975** - Autoriza a veiculação de publicidade no vidro de segurança traseiro dos veículos destinados ao serviço de transporte de passageiros em veículos de aluguel a taxímetro, nas condições que menciona.

**17.284** - Determina recadastramento ou procedimento de legalização de tabuletas (*outdoors*) instaladas no município do Rio de Janeiro.

**17.313** - Declara nulas todas as autorizações e permissões de uso de bens públicos destinadas a veiculação de publicidade.

**Portarias** e Resoluções:

**Resolução** SMG nº 189 - Subdelega ao Coordenador de Licenciamento e Fiscalização as competências que menciona.

**Resolução** SMTR nº 859 - Regulamenta a veiculação de publicidade prevista nos Decretos nº 12.894 e nº 16.975.

**Portaria** F/CLF nº 356 - Cria comissão especial para licenciar atividades econômicas e autorizar publicidade por ocasião da realização de eventos de grande porte no município.

**Portaria** F/CLF nº 384 - Dispõe sobre procedimentos administrativos referentes a cadastramento e legalização de tabuletas (*outdoors*).

**Deliberação** nº 33 - Aprova instruções para colocação de publicidade nas vias integrantes do Plano Rodoviário Estadual.

**Conj.** F/CLF SPAB 01 - Estabelece condições para instalação de engenhos publicitários - tabuletas no Corredor Cultural da Av. Brasil.