

**PROJETO DE LEI ORDINÁRIA DE INICIATIVA DO PODER EXECUTIVO
MUNICIPAL Nº 012/2026**

PROJETO DE LEI ORDINÁRIA Nº 2637/2026

MENSAGEM

**Excelentíssimo Vereador
Presidente da Câmara Municipal de Morretes
Sr. João Vitor Peluso da Silva,**

Encaminhamos a mensagem do Projeto de Lei Ordinária nº 012/2026, de Iniciativa do Poder Executivo, que *“Dispõe sobre a regulamentação da publicidade neste Município de Morretes, e dá outras providências”*.

Contando com a acolhida e aprovação deste, renovamos à Vossa Excelência e aos nobres Vereadores, protestos de elevada estima e consideração.

PAÇO MUNICIPAL NHUNDIAQUARA, Morretes, 02 de março de 2026.



SEBASTIÃO BRINDAROLLI JUNIOR
Prefeito

CÂMARA MUNICIPAL DE MORRETES
PROTOCOLO

Recebido em 03/03/26 às 16:00hs.

**PROJETO DE LEI ORDINÁRIA DE INICIATIVA DO PODER EXECUTIVO
MUNICIPAL Nº 012/2026**

PROJETO DE LEI ORDINÁRIA Nº 2637/2026

JUSTIFICATIVA:

Senhor Presidente,
Senhores Vereadores,
Senhoras Vereadoras,

Submetemos à apreciação e aprovação de Vossas Excelências o Projeto de Lei Ordinária nº 012/2026, de Iniciativa do Poder Executivo, que *“Dispõe sobre a regulamentação da publicidade neste Município de Morretes, e dá outras providências”*.

O Município de Morretes é um dos mais importantes destinos turísticos e culturais do Paraná, possuindo um conjunto histórico, urbanístico e paisagístico tombado em nível estadual, reconhecido pela sua relevância arquitetônica, cultural e ambiental. Com efeito, a preservação desse patrimônio é um dever constitucional e um compromisso desta Municipalidade, além de se configurar como um dever essencial para garantir a atratividade turística, a qualidade de vida da população e a valorização da identidade local.

Atualmente, o Município como um todo, mas principalmente, o Centro Histórico e seu entorno, enfrenta desafios relacionados à ocupação desordenada dos espaços públicos e à proliferação de publicidade incompatível com a ambiência protegida. Logo, a ausência de uma legislação municipal específica que regule de forma abrangente todos os tipos de publicidade – fixa, móvel, sonora, digital, institucional, indicativa ou promocional – tem resultado em poluição visual e sonora, comprometendo a paisagem e a experiência dos visitantes.

Além disso, a prática de promotores de estabelecimentos, conhecidos popularmente como “puxadores”, embora seja um recurso legítimo de divulgação comercial, vem sendo exercida sem parâmetros claros, gerando conflitos entre empreendimentos, disputas desleais pela clientela, abordagem excessiva de transeuntes e prejuízos à circulação. Tal situação, se não for disciplinada, afeta negativamente a imagem da cidade e a hospitalidade pelas quais tanto prezados.

Entre os principais avanços propostos, destacam-se:

1. Zoneamento publicitário que diferencia regras para o Centro Histórico, Perímetro de Entorno, áreas urbanas e rurais;
2. Definição clara de todos os tipos de publicidade, evitando interpretações dúbias e lacunas legais;
3. Padrões estéticos compatíveis com o conjunto tombado, prevenindo a descaracterização das fachadas e da paisagem;

4. Licenciamento obrigatório para todos os projetos publicitários, com prazos, critérios técnicos e fiscalização integrada;
5. Regulamentação da atividade de puxadores, fixando limites de atuação, condutas permitidas e número máximo por estabelecimento;
6. Regras específicas para publicidade sonora e digital, prevenindo poluição sonora e visual; e
7. Penalidades graduadas e possibilidade de remoção imediata de anúncios irregulares.

Com a presente proposta, o Município de Morretes dará um passo decisivo para assegurar que a comunicação visual e promocional no espaço urbano seja organizada, estética, segura e compatível com a preservação do patrimônio. Ao mesmo tempo, cria-se um ambiente equilibrado para o comércio, permitindo a divulgação responsável e evitando práticas predatórias.

Destacamos que a Minuta se inspira nas melhores práticas de gestão da paisagem urbana e ordenamento publicitário, adotadas em municípios turísticos de destaque como Gramado (RS), Curitiba (PR) e São Paulo (SP), adaptando-as às particularidades do nosso Centro Histórico e observando integralmente as Normas do Conjunto Histórico, Urbanístico e Paisagístico de Morretes.

Ante o exposto, encaminhamos o presente Projeto de Lei para a apreciação dos Nobres Edis, ao passo que representa um compromisso com o turismo sustentável, com a imagem de Morretes como cidade histórica de referência e com a qualidade de vida de moradores e visitantes, tratando-se de uma medida estratégica para garantir que a hospitalidade e o charme que marcam a cidade não sejam ofuscados pelo excesso e pela desordem publicitária.

É a justificativa.

PAÇO MUNICIPAL NHUNDIAQUARA, Morretes, em 02 de março de 2026.

SEBASTIÃO BRINDAROLLI JUNIOR

Prefeito

**PROJETO DE LEI ORDINÁRIA DE INICIATIVA DO PODER EXECUTIVO
MUNICIPAL Nº 012/2026**

PROJETO DE LEI ORDINÁRIA Nº 2637/2026

“Dispõe sobre a regulamentação da publicidade neste Município de Morretes, e dá outras providências”

Art. 1º. Esta Lei dispõe sobre a regulamentação da publicidade no âmbito do Município de Morretes, estabelecendo normas para o seu ordenamento, instalação, veiculação, licenciamento, fiscalização e manutenção, em consonância com o Plano Diretor Municipal, com a Lei Estadual nº 1.211/1953 e com a Resolução nº 54/2022 (Normativa de Tombamento do Centro Histórico de Morretes e seu entorno), sem prejuízo das demais normas urbanísticas, ambientais e de proteção ao patrimônio cultural aplicáveis.

§ 1º Para os fins desta Lei, considera-se publicidade toda comunicação visual, sonora ou mista, com finalidade indicativa, promocional, institucional ou de divulgação, visível ou audível a partir de logradouros públicos, inclusive quando instalada em imóvel privado e perceptível do espaço público.

§ 2º A regulamentação prevista nesta Lei abrange, igualmente, a atividade de promotores de estabelecimentos, também denominados “puxadores”, conforme definido nesta Lei.

§ 3º As especificações técnicas, padrões de apresentação, modelos, formulários, fluxos administrativos, checklists de fiscalização, critérios de gradação de penalidades e demais normas complementares necessárias à execução desta Lei serão detalhadas em decreto regulamentador.

**CAPÍTULO I
DAS DEFINIÇÕES**

Art. 2º. Para efeitos desta Lei, entende-se por:

I – Publicidade: qualquer forma de comunicação visual, sonora ou mista, com finalidade de promover produtos, serviços, marcas, eventos, campanhas ou estabelecimentos, visível ou audível a partir de logradouros públicos;

II – Anúncio indicativo: aquele que identifica, no próprio local, o nome, a marca, a atividade ou o serviço do estabelecimento, com caráter predominantemente informativo;

III – Anúncio publicitário: aquele veiculado fora do local de exercício da atividade, com caráter predominantemente promocional;

IV – Anúncio especial: aquele de caráter cultural, educativo, institucional de utilidade pública, turístico, eleitoral (quando aplicável) ou informativo de interesse coletivo, observado o regime jurídico específico;

V – Engenho publicitário: todo suporte, estrutura ou meio físico/tecnológico destinado à veiculação de publicidade, inclusive letreiros, placas, totens, painéis, faixas, banners, backlights, frontlights, pinturas, adesivações, projeções e afins;

VI – Publicidade fixa: aquela instalada de forma permanente ou temporária em edificações, terrenos, muros, gradis, mobiliário urbano ou similares;

VII – Publicidade móvel: aquela veiculada em veículos, reboques, bicicletas, embarcações, drones ou outros meios de deslocamento;

VIII – Publicidade sonora: aquela transmitida por equipamentos de som, microfones, alto-falantes, amplificadores, carros de som ou similares;

IX – Publicidade digital: aquela realizada por meio de telas eletrônicas, painéis de LED, displays, projeções, ou qualquer tecnologia análoga de exibição luminosa ou audiovisual;

X – Material promocional: folhetos, panfletos, volantes, brindes, cartazes portáteis, “wobblers”, displays manuais e similares distribuídos ou exibidos com fins promocionais em espaço público;

XI – Puxador: pessoa física vinculada a um único estabelecimento, que realiza abordagem direta de transeuntes em logradouros públicos ou em áreas privadas de acesso público, visando atrair clientela ao empreendimento;

XII – Centro Histórico (ZP1): perímetro tombado do Conjunto Histórico, Urbanístico e Paisagístico de Morretes, conforme delimitação oficial;

XIII – Perímetro de Entorno (ZP2): área de proteção do entorno do Centro Histórico, conforme delimitação oficial;

XIV – Áreas Urbanas Consolidadas (ZP3): demais áreas urbanas do Município fora dos perímetros de ZP1 e ZP2;

XV – Área Rural (ZP4): área rural do Município, conforme classificação do Plano Diretor e legislação correlata.

CAPÍTULO II

DOS OBJETIVOS E PRINCÍPIOS

Art. 3º. São objetivos desta Lei:

I – Assegurar o uso harmônico de elementos publicitários, especialmente no Centro Histórico e em seu entorno;

II – Padronizar critérios de instalação, veiculação, conservação e retirada de publicidade;

III – Disciplinar a atuação de puxadores, prevenindo abordagens abusivas, conflitos e prejuízos à circulação;

IV – Preservar a paisagem urbana e rural, protegendo o patrimônio histórico, cultural e ambiental;

V – Promover ambiente concorrencial leal, evitando práticas predatórias e poluição visual/sonora.

Art. 4º. A publicidade em Morretes obedecerá aos seguintes princípios:

I – Harmonização com a paisagem urbana e rural, evitando poluição visual;

II – Preservação do patrimônio cultural e natural, com regras mais restritivas em áreas protegidas;

III – Clareza, legibilidade e proporcionalidade da mensagem;

IV – Respeito à segurança viária e ao livre trânsito de pedestres;

V – Prioridade à informação e identificação sobre o apelo publicitário; e

VI – Prevenção da poluição sonora e do ofuscamento luminoso.

CAPÍTULO III

DAS ÁREAS DE APLICAÇÃO E ZONEAMENTO PUBLICITÁRIO

Art. 5º. Para fins de aplicação desta Lei, o território municipal é dividido em:

I – Zona Publicitária 1 (ZP1): Centro Histórico tombado, com restrição máxima, admitindo-se, como regra, apenas anúncios indicativos e sinalização compatíveis com a tipologia arquitetônica, previamente aprovados pelo órgão municipal competente e, quando exigível, pelo órgão estadual de patrimônio;

II – Zona Publicitária 2 (ZP2): Perímetro de Entorno do Centro Histórico, com restrições moderadas, vedada a publicidade de grande porte e qualquer elemento que prejudique a leitura da paisagem, sujeita à aprovação do órgão competente e, quando exigível, do órgão de patrimônio;

III – Zona Publicitária 3 (ZP3): áreas urbanas consolidadas, admitindo-se as modalidades previstas nesta Lei mediante licença;

IV – Zona Publicitária 4 (ZP4): área rural, vedada a publicidade que comprometa a paisagem natural, salvo sinalização turística e indicativa compatível, nos termos desta Lei e do regulamento.

Parágrafo único. A delimitação das zonas e seus mapas constarão do Anexo I desta Lei, podendo ser atualizados por ato do Poder Executivo, desde que preservados os perímetros oficiais de tombamento e entorno.

CAPÍTULO IV

DO LICENCIAMENTO

Art. 6º. Todo engenho publicitário, fixo ou móvel, depende de licença municipal prévia, a título precário, sem caráter permanente e sem geração de direito adquirido, precedida de análise técnica pela Secretaria Municipal de Meio Ambiente e Urbanismo, sem prejuízo de anuências de outros órgãos competentes.

§ 1º Em áreas sujeitas a tombamento e/ou diretrizes de proteção ao patrimônio cultural, o licenciamento dependerá, adicionalmente, da manifestação do órgão municipal competente e, quando aplicável, da aprovação do órgão estadual de patrimônio, observadas as normas pertinentes.

§ 2º O licenciamento não substitui outras licenças ou autorizações exigidas por normas ambientais, de trânsito, de posturas, de segurança, de acessibilidade e demais aplicáveis.

Art. 7º. O pedido de licença será protocolado na Secretaria Municipal de Meio Ambiente e Urbanismo e deverá conter, no mínimo:

I – Identificação do requerente, do estabelecimento e do imóvel, com CNPJ/CPF e endereço;

II – Localização precisa do ponto de instalação e registro fotográfico do local;

III – Descrição do engenho, dimensões, materiais, fixação, cores e tipografia;

IV – Croqui e/ou projeto executivo conforme exigências do regulamento e normas técnicas aplicáveis;

V – Anotação de responsabilidade técnica (ART/RRT) quando houver intervenção em fachada, estrutura, elétrica, iluminação ou quando exigido pelo regulamento;

VI – Anuências específicas quando exigidas por legislação patrimonial, ambiental ou de trânsito.

Art. 8º. A licença terá validade de até 60 (sessenta) meses, podendo ser renovada mediante requerimento e nova verificação de conformidade.

§ 1º Alterações de dimensões, materiais, local, iluminação, mensagem ou forma de instalação de anúncio licenciado dependerão de aprovação prévia e nova licença.

§ 2º A licença poderá ser suspensa ou cassada a qualquer tempo, por interesse público, descumprimento das condições autorizadas ou incompatibilidade superveniente com normas de proteção ao patrimônio e à paisagem.

Art. 9º. Independem de licença, observadas as condições do regulamento:

- I** – Comunicação interna não visível do logradouro público;
- II** – Anúncios eventuais e temporários de utilidade pública ou de eventos autorizados, quando enquadrados como anúncio especial, conforme critérios do regulamento;
- III** – Sinalização de segurança e obrigatória por normas técnicas.

CAPÍTULO V

DAS REGRAS GERAIS E DAS VEDAÇÕES

Art. 10. É vedada, em todo o território municipal, a publicidade que:

- I** – Ofereça risco à segurança de pedestres e veículos, prejudique a visibilidade de sinalização viária ou interfira em semáforos e placas;
- II** – Utilize mensagens discriminatórias, ofensivas ou que violem normas de proteção de crianças e adolescentes;
- III** – Cause ofuscamento, reflexos excessivos ou emissão luminosa intermitente capaz de comprometer a segurança ou o sossego;
- IV** – Seja instalada em árvores, bens públicos tombados ou elementos urbanos cuja instalação seja proibida por norma específica, salvo autorização expressa e motivada;
- V** – Obstrua calçadas, passeios, acessos, rampas e faixas livres de circulação, nos termos das normas de acessibilidade.

Art. 11. No Centro Histórico (ZP1) e no Perímetro de Entorno (ZP2), além das vedações gerais, é proibida a instalação de:

- I** – Painéis, outdoors, banners de grande porte, faixas publicitárias e quaisquer engenhos que descaracterizem a fachada ou a paisagem;
- II** – Publicidade digital luminosa (painéis de LED, telas eletrônicas, projeções e similares), ressalvadas hipóteses estritamente institucionais e temporárias, quando admitidas pelo órgão competente e pelo regulamento;
- III** – Publicidade sonora para fins comerciais, salvo em eventos culturais ou turísticos autorizados, com condições e limites definidos em regulamento e observadas as normas ambientais/ruído.

Parágrafo único. As condições estéticas, materiais, tipografia, dimensões máximas e formas de fixação permitidas em ZP1 e ZP2 observarão a Resolução nº 54/2022 e serão detalhadas no decreto regulamentador.

CAPÍTULO VI

DA PUBLICIDADE POR MODALIDADE

Art. 12. A publicidade fixa em fachadas e edificações será admitida conforme o zoneamento, desde que respeitados os padrões e limites definidos nesta Lei e no regulamento.

§ 1º Em ZP1 e ZP2, a publicidade fixa deverá ser predominantemente indicativa, integrada à arquitetura e de caráter discreto, vedadas intervenções que ocultem elementos arquitetônicos relevantes.

§ 2º Em ZP3 e ZP4, admite-se publicidade indicativa e publicitária, observados limites de área, altura, projeção e iluminação definidos em regulamento.

Art. 13. A publicidade móvel será admitida em ZP3 e ZP4, mediante licença, nos termos do regulamento.

Parágrafo único. É vedada a circulação, em ZP1 e ZP2, de veículos com publicidade de grande porte, reboques publicitários, carros de som e quaisquer modalidades móveis que acarretem poluição visual, sonora ou comprometimento do tráfego, salvo hipóteses excepcionais de interesse público autorizadas.

Art. 14. A publicidade sonora sujeita-se às normas de ruído urbano e aos limites de horário e volume definidos em regulamento, sem prejuízo de outras exigências legais.

Parágrafo único. É proibida a publicidade sonora para fins comerciais em ZP1 e ZP2.

Art. 15. A publicidade digital será admitida em ZP3, mediante licença, respeitados critérios de luminosidade, segurança e paisagem definidos em regulamento.

§ 1º É vedada a publicidade digital em ZP1 e ZP2, salvo hipóteses institucionais temporárias expressamente autorizadas e compatíveis com a proteção patrimonial.

§ 2º Em ZP4, é vedada a publicidade digital e luminosa de caráter comercial, admitindo-se apenas sinalização turística/indicativa não luminosa, nos termos do regulamento.

Art. 16. A distribuição de material promocional em via pública observará condições de local, forma, horário e limpeza urbana, definidas em regulamento.

Parágrafo único. Em ZP1, é vedada a distribuição indiscriminada de panfletos/volantes em vias públicas, admitindo-se entrega direta dentro do estabelecimento ou em eventos autorizados, conforme regulamento.

CAPÍTULO VII

DO REGRAMENTO PARA OS PUXADORES

Art. 17. O estabelecimento que pretenda utilizar puxador deverá solicitar autorização e promover o credenciamento do profissional junto à Secretaria Municipal de Meio Ambiente e Urbanismo, na forma do regulamento.

§ 1º O puxador deverá estar vinculado a um único estabelecimento, sendo vedada a atuação simultânea para mais de um empreendimento.

§ 2º O credenciamento será anual e individual, com identificação nominal do puxador e do estabelecimento.

§ 3º É permitido, como regra, o máximo de 01 (um) puxador por estabelecimento, podendo o regulamento prever hipótese excepcional e motivada para locais/temporadas específicas, desde que preservado o interesse público e a segurança da circulação.

Art. 18. Constituem deveres mínimos do puxador:

I - Utilizar crachá visível e vestimenta/identificação definida em regulamento;

II - Permanecer na área em frente ao estabelecimento, sem bloquear o fluxo de pedestres;

III - realizar abordagem respeitosa, sem insistência, coação, toque físico não consentido ou promessas enganosas;

IV - Cumprir os horários autorizados e observar regras de limpeza urbana, vedado o descarte de materiais em via pública.

Art. 19. É proibido ao puxador:

I - Atuar em frente a estabelecimentos concorrentes, circular de forma predatória ou disputar clientela com abordagem agressiva;

II - Utilizar som mecânico, microfone, megafone ou instrumentos similares;

III - distribuir material promocional não autorizado ou fora das condições permitidas;

IV - Permanecer em grupo, portar estruturas/objetos que dificultem a circulação, ou criar aglomeração;

V – Abordar insistentemente transeuntes, coagi-los, constrangê-los ou praticar assédio comercial.

Parágrafo único. O descumprimento deste Capítulo poderá ensejar a suspensão ou cassação do credenciamento do puxador e da autorização do estabelecimento, sem prejuízo das demais penalidades.

CAPÍTULO VIII

DA FISCALIZAÇÃO E PENALIDADES

Art. 20. A fiscalização do cumprimento desta Lei será exercida pela Secretaria Municipal de Meio Ambiente e Urbanismo, em articulação com os órgãos municipais competentes e, quando aplicável, com o órgão de patrimônio cultural.

Art. 21. Constituem infrações administrativas, dentre outras definidas em regulamento:

I – Instalar ou veicular publicidade sem licença/autorização quando exigida;

II – Descumprir dimensões, padrões, local de instalação ou condições aprovadas;

III – Alterar anúncio licenciado sem prévia aprovação;

IV – Manter engenho em mau estado de conservação, com risco à segurança ou à paisagem;

V – Exercer publicidade sonora/digital onde for proibida;

VI – Descumprir regras aplicáveis a puxadores e material promocional.

Art. 22. As infrações sujeitam o infrator, isolada ou cumulativamente, às seguintes penalidades, observado o devido processo administrativo:

I – Advertência;

II – Multa administrativa, graduada entre 10 (dez) a 100 (cem) UFM's, conforme gravidade, vantagem auferida, porte do engenho, impacto à paisagem, risco à segurança e reincidência, nos termos do regulamento;

III – Determinação de adequação/regularização em prazo fixado;

IV – Remoção/apreensão do engenho publicitário irregular, às expensas do infrator, quando cabível;

V – Suspensão ou cassação de licença/autorização;

VI – Suspensão ou cassação do credenciamento do puxador e da autorização do estabelecimento.

§ 1º O regulamento definirá matriz de dosimetria, critérios objetivos de reincidência, prazos, forma de notificação e recursos.

§ 2º Quando houver risco imediato à segurança, à integridade do patrimônio cultural ou obstrução relevante de circulação, poderá ser determinada a remoção imediata, assegurada posterior formalização do auto e do direito de defesa.

Art. 23. Os custos de remoção, armazenamento e destinação de engenho apreendido serão suportados pelo infrator, na forma do regulamento.

CAPÍTULO IX

DISPOSIÇÕES FINAIS

Art. 24. O Poder Executivo regulamentará esta Lei no prazo de 90 (noventa) dias, fixando normas complementares, padrões, modelos, formulários, procedimentos e critérios técnicos.

Art. 25. Os engenhos publicitários existentes na data de publicação desta Lei deverão ser adequados no prazo de até 1 (um) ano, conforme cronograma e condições do regulamento, sem prejuízo de adequação imediata em caso de risco à segurança ou afronta grave ao patrimônio.

Parágrafo único. O prazo para adequação dos empreendimentos comerciais que se utilizam dos denominados “puxadores”, será de 90 dias, a contar da publicação desta Lei.

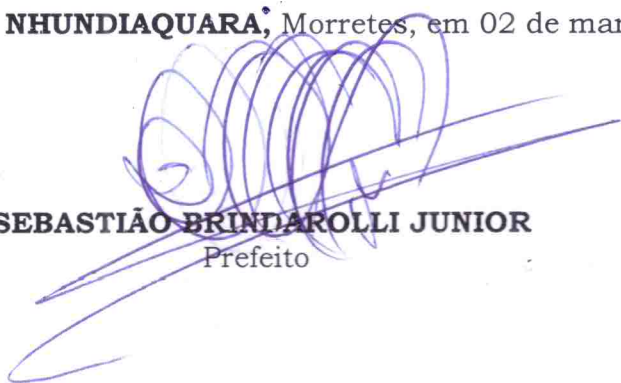
Art. 26. São partes integrantes desta Lei os seguintes Anexos:

I - Anexo I – Mapa Do Perímetro Urbano de Morretes a partir do Plano Diretor Municipal (Lei Complementar Municipal nº 61, de 09 de agosto de 2024);

II – Anexo II – Mapa da Área de Tombamento e Área de Entorno (Resolução nº 54/2022 da Secretaria de Estado da Comunicação Social e da Cultura do Paraná).

Art. 27. Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

PAÇO MUNICIPAL NHUNDIAQUARA, Morretes, em 02 de março de 2026.



SEBASTIÃO BRINDAROLLI JUNIOR
Prefeito

ANEXOS

MAPAS DE ÁREAS DE APLICAÇÃO E ZONEAMENTO PUBLICITÁRIO

Disponíveis em: https://www.morretes.pr.gov.br/pagina/1229_publicidade-em-espacos-publicos.html.

**ANEXO I – MAPA DO PERÍMETRO URBANO DE MORRETES A PARTIR DO
PLANO DIRETOR MUNICIPAL (LEI COMPLEMENTAR Nº 61, DE 09 DE AGOSTO
DE 2024)**

710000

720000

730000



**ANEXO II – MAPA DA ÁREA DE TOMBAMENTO E ÁREA DE ENTORNO
(RESOLUÇÃO Nº 54/2022 DA SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO
SOCIAL E DA CULTURA DO PARANÁ)**

MAPA BASE
BASE CARTOGRAFICA URBANA
A QUINZA DE SEEC

FONTE DE DADOS
VISITAS A CAMPO
LACTOCCOA ASSOCIADOS, 2013

RESPONSÁVEL TÉCNICO
HELENA LIMA LARROCA
CAU 145.330-6

DATA
MAIO DE 2013

ESCALA
1/5.000

