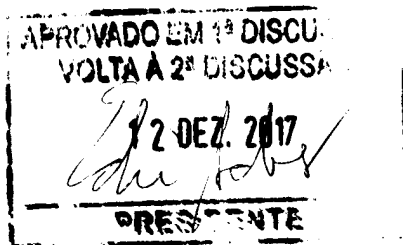




**CÂMARA MUNICIPAL DE  
SÃO PAULO**

**GABINETE VEREADORA SANDRA TADEU - DEM/SP**  
**PROJETO DE LEI Nº 12013.**

01 - PL  
01- 00189/2013



*Dispõe sobre a proibição de publicidade de cigarros e bebidas alcoólicas no mobiliário urbano da Cidade de São Paulo, e dá outras providências.*

A Câmara Municipal de São Paulo **D E C R E T A**:

Art. 1º Fica proibida a veiculação de propaganda de cigarros e qualquer tipo de bebida alcoólica nos espaços reservados à publicidade no Mobiliário Urbano da Cidade de São Paulo.

Art. 2º O descumprimento desta lei implicará nas seguintes penalidades ao consórcio.

a) multa de R\$ 5000,00 (cinco mil reais) na primeira autuação por equipamento utilizado;

b) multa de R\$ 10.000,00 (dez mil reais), por equipamento utilizado, suspensão e lacração por 30 dias e suspensão, de todos os equipamentos do mobiliário urbano utilizados à veiculação deste tipo de publicidade;

Art. 3º A multa de que trata o caput deste artigo será atualizada anualmente pela variação do Índice de Preços ao Consumidor Amplo – IPCA, apurado pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE, ou outro que vier a substituí-lo.

Art. 4º As despesas decorrentes da execução desta Lei correrão por conta das dotações orçamentárias próprias, suplementadas, se necessário.

Art. 5º Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação, revogadas as disposições em contrário.

Sala das Sessões,

**SANDRA TADEU**  
**VEREADORA- DEMOCRATAS/SP**

01 ABR 2013

Assistente Parlamentar

Assistente Parlamentar

Assistente Parlamentar

Assistente Parlamentar

Assistente Parlamentar

**Adelina Ciccone**  
Assistente Parlamentar  
Registro nº 406



**CÂMARA MUNICIPAL DE  
SÃO PAULO**

**JUSTIFICATIVA**

Inicialmente, cumpre ressaltar que o presente assunto é de competência legislativa municipal, conforme definido no artigo 30, incisos I e II da Constituição Federal:

“Artigo 30 - Compete aos Municípios:

- I – legislar sobre assuntos de interesse local;
- II – suplementar a legislação federal e a estadual no que coube”.

É inaceitável que espaços públicos da Cidade de São Paulo sejam destinados a divulgação de cigarros e bebidas alcoólicas, pois inclusive o congresso nacional acaba de endurecer as regras para quem dirigir embriagado. O próprio governo federal tem limitado os espaços públicos para a propaganda destes produtos em razão de uma política de saúde pública que tem como diretriz a prevenção dos males que acometem a saúde das pessoas, como o câncer e as dependências decorrentes do uso de bebidas alcoólicas e do tabaco. O mobiliário urbano da Cidade de São Paulo deve ser preservado deste tipo de publicidade que incentiva a absorção de hábitos reconhecimento prejudiciais à saúde.

Diante do exposto, conclamo o apoio dos nobres pares a aprovação da presente propositura.

  
**SANDRA TADEU**

**Vereadora – Democratas/SP**



**CÂMARA MUNICIPAL DE  
SÃO PAULO**

Papel para informação, rubricado como folha nº ..... 2 .....

do processo nº ..... 01 - 189 ..... de 20.....13..... 20.1.4.1.23 (a) ..... 62 .....

Adelino Cláudio  
Assessoria Jurídica  
Revisor

|                                                                                                        |  |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|
| <b>LIDO HOJE</b>                                                                                       |  |
| <b>ÀS COMISSÕES DE: 09 ABR 2013</b>                                                                    |  |
| COMISSÃO DE POLÍTICA E LEGISLAÇÃO PARTICIPATIVA                                                        |  |
| POLÍTICA JURÍDICA, METODOLÓGICA E NÍVEL ANÁLISE                                                        |  |
| TÍTULOS, TÍTULOS, ATIVIDADES, LIT. E TÍTULOS                                                           |  |
| LIT. E TÍTULOS, TÍTULOS, TÍTULOS, TÍTULOS                                                              |  |
| FUNDAMENTOS JURÍDICOS                                                                                  |  |
| <br><b>PRESIDENTE</b> |  |

**CLAUDINO DE SOUZA**

À Procuradoria – Setor de Pesquisa e Assessoria de Análise Prévia das Proposituras

Efetuada a autuação, encaminho os presentes autos para prosseguimento.

Solange Ramone dos Santos  
Supervisora de SGP.22

12/04/13  
Isso  
3x09/12 15

13/5



04/36 30 04 13

*Al*

01-0189/13  
Al  
fls. 5



**CÂMARA MUNICIPAL DE  
SÃO PAULO**  
PROCURADORIA

**SETOR DE PESQUISA, ASSESSORIA E ANÁLISE PRÉVIA**

**PL 0189/13**

Realizada a pesquisa no APL (Banco de Dados da Câmara Municipal de São Paulo), no site [www.senado.gov.br](http://www.senado.gov.br) e no site [www.prefeitura.sp.gov.br/legislação](http://www.prefeitura.sp.gov.br/legislação), a respeito do assunto foi localizado o seguinte:

- Constituição da República Federativa do Brasil, especialmente seu artigo 220, § 4º;
- Lei Federal nº 9.294, de 15 de julho de 1996, de 15 de julho de 1996, que dispõe sobre as restrições ao uso e à propaganda de produtos fumígenos, bebidas alcoólicas, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas, nos termos do parágrafo 4º do art. 220 da Constituição Federal;
- Lei Municipal nº 12.643, de 6 de maio de 1998, que veda, em próprios municipais, eventos com propaganda de bebidas alcoólicas. Declarada Inconstitucional;
- Lei Municipal nº 13.270, de 3 de janeiro de 2002, que dispõe sobre a obrigatoriedade de veicular, em espaços publicitários e em bilhetes utilizados nos transportes públicos municipais de passageiros, mensagens institucionais alertando sobre a prevenção da AIDS e sobre os males do fumo, do álcool e das drogas;
- Lei Municipal nº 13.321, de 6 de fevereiro de 2002, que institui o Conselho Municipal de Políticas Públicas de Drogas e Álcool;
- Lei Municipal nº 14.223, de 26 de setembro de 2006, que dispõe sobre a ordenação dos elementos que compõem a paisagem urbana do Município de São Paulo, inclusive sobre publicidade e propaganda em mobiliário urbano;
- Lei Municipal nº 14.998, de 20 de outubro de 2009, que dispõe sobre a frase "se beber, não dirija", em cardápios de bares, restaurantes e casas de eventos na Cidade de São Paulo, e dá outras providências;
- PL nº 0709/01, de autoria do Vereador Carlos Apolinário, que dispõe sobre as restrições ao uso e à propaganda de produtos fumíferos e bebidas alcoólicas no Município de São Paulo;
- PL nº 0771/03, de autoria dos Vereadores Lucila Pizani Gonçalves, Flávia Pereira, Nabil Bonduki e Toninho Campanha, que regula a venda e o anúncio de bebidas alcoólicas no Município de São Paulo;
- PL nº 0385/05, de autoria do Vereador Jooji Hato, que proíbe atos de venda e compra de bebidas alcoólicas nos locais que especifica, e dá outras providências;
- PL nº 0513/07, de autoria do Vereador Ricardo Teixeira, que proíbe todo e qualquer tipo de propaganda de bebida alcoólica no Município de São Paulo;



**CÂMARA MUNICIPAL DE  
SÃO PAULO**  
PROCURADORIA

089/13  
Al  
fls. 6

- PL nº 0134/12, de autoria do Vereador Adilson Amadeu, que dispõe sobre a exposição, nos locais que especifica, de bebidas alcoólicas, no Município de São Paulo e dá outras providências;

- PL nº 0358/12, de autoria do Vereador Fernando Estima, que dispõe sobre a proibição de propaganda de bebidas alcoólicas, no âmbito do Município de São Paulo, e dá outras providências.

Cópias dos documentos citados acompanham esta informação.

A pesquisa legislativa contatou que apesar de existir uma grande produção legislativa visando inibir a publicidade e propaganda de fumo e bebidas alcoólicas, não há qualquer lei com idêntico teor do projeto sob análise. Foi constatada a existência de projetos de lei que, assim como o atual PL nº 0189/13, também visam inibir a publicidade e propaganda, mas não nos exatos termos do presente projeto de lei. Ademais, como são projetos de diferentes sessões legislativas, o presente PL nº 0189/13 não colide como disposto no artigo 212, inciso IV, do Regimento Interno desta Edilidade.

Envio à Comissão de Constituição, Justiça e Legislação Participativa, conforme despacho do Sr. Presidente de fls. 03.

São Paulo, 29 de abril de 2013.

Christiana Samara Chebib  
Procuradora do Setor de Pesq. e Análise Prévia  
OAB/SP 244.472

Marcella Falbo Giacaglia  
Procuradora Supervisora do Setor de Pesq. e Análise Prévia  
OAB/SP 111.393

## CONSTITUIÇÃO DA REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL

Texto consolidado até a Emenda Constitucional nº 72 de 02 de abril de 2013



## Título III

## Da Organização do Estado

## Capítulo IV

## Dos Municípios

**Art. 30.** Compete aos Municípios:

- I - legislar sobre assuntos de interesse local;
- II - suplementar a legislação federal e a estadual no que couber;
- III - instituir e arrecadar os tributos de sua competência, bem como aplicar suas rendas, sem prejuízo da obrigatoriedade de prestar contas e publicar balancetes nos prazos fixados em lei;
- IV - criar, organizar e suprimir Distritos, observada a legislação estadual;
- V - organizar e prestar, diretamente ou sob regime de concessão ou permissão, os serviços públicos de interesse local, incluído o de transporte coletivo, que tem caráter essencial;
- VI - manter, com a cooperação técnica e financeira da União e do Estado, programas de educação infantil e de ensino fundamental;
- VII - prestar, com a cooperação técnica e financeira da União e do Estado, serviços de atendimento à saúde da população;
- VIII - promover, no que couber, adequado ordenamento territorial, mediante planejamento e controle do uso, do parcelamento e da ocupação do solo urbano;
- IX - promover a proteção do patrimônio histórico-cultural local, observada a legislação e a ação fiscalizadora federal e estadual.

## CONSTITUIÇÃO DA REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL

Texto consolidado até a Emenda Constitucional nº 72 de 02 de abril de 2013

Título VIII  
Da Ordem SocialCapítulo V  
Da Comunicação Social

**Art. 220.** A manifestação do pensamento, a criação, a expressão e a informação, sob qualquer forma, processo ou veículo, não sofrerão qualquer restrição, observado o disposto nesta Constituição.

§ 1º Nenhuma lei conterá dispositivo que possa constituir embaraço à plena liberdade de informação jornalística em qualquer veículo de comunicação social, observado o disposto no art. 5º, IV, V, X, XIII e XIV.

§ 2º É vedada toda e qualquer censura de natureza política, ideológica e artística.

§ 3º Compete à lei federal:

I - regular as diversões e espetáculos públicos, cabendo ao poder público informar sobre a natureza deles, as faixas etárias a que não se recomendem, locais e horários em que sua apresentação se mostre inadequada;

II - estabelecer os meios legais que garantam à pessoa e à família a possibilidade de se defenderem de programas ou programações de rádio e televisão que contrariem o disposto no art. 221, bem como da propaganda de produtos, práticas e serviços que possam ser nocivos à saúde e ao meio ambiente.

§ 4º A propaganda comercial de tabaco, bebidas alcoólicas, agrotóxicos, medicamentos e terapias estará sujeita a restrições legais, nos termos do inciso II do parágrafo anterior, e conterá, sempre que necessário, advertência sobre os malefícios decorrentes de seu uso.

§ 5º Os meios de comunicação social não podem, direta ou indiretamente, ser objeto de monopólio ou oligopólio.

§ 6º A publicação de veículo impresso de comunicação independe de licença de autoridade.

81-0189 113  
fil. 9  
De

**Presidência da República**  
**Casa Civil**  
**Subchefia para Assuntos Jurídicos**

**LEI Nº 9.294, DE 15 DE JULHO DE 1996.**

Regulamento

Dispõe sobre as restrições ao uso e à propaganda de produtos fumíferos, bebidas alcoólicas, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas, nos termos do § 4º do art. 220 da Constituição Federal.

**O PRESIDENTE DA REPÚBLICA** Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte Lei:

Art. 1º O uso e a propaganda de produtos fumíferos, derivados ou não do tabaco, de bebidas alcoólicas, de medicamentos e terapias e de defensivos agrícolas estão sujeitos às restrições e condições estabelecidas por esta Lei, nos termos do § 4º do art. 220 da Constituição Federal.

Parágrafo único. Consideram-se bebidas alcoólicas, para efeitos desta Lei, as bebidas potáveis com teor alcoólico superior a treze graus Gay Lussac.

~~Art. 2º É proibido o uso de cigarros, cigarrilhas, charutos, cachimbos ou de qualquer outro produto fumífero, derivado ou não do tabaco, em recinto coletivo, privado ou público, salvo em área destinada exclusivamente a esse fim, devidamente isolada e com arejamento conveniente.~~

Art. 2º É proibido o uso de cigarros, cigarrilhas, charutos, cachimbos ou qualquer outro produto fumígeno, derivado ou não do tabaco, em recinto coletivo fechado, privado ou público. (Redação dada pela Lei nº 12.546, de 2011)

§ 1º Incluem-se nas disposições deste artigo as repartições públicas, os hospitais e postos de saúde, as salas de aula, as bibliotecas, os recintos de trabalho coletivo e as salas de teatro e cinema.

~~§ 2º É vedado o uso dos produtos mencionados no caput nas aeronaves e veículos de transporte coletivo, salvo quando transcorrida uma hora de viagem e houver nos referidos meios de transporte parte especialmente reservada aos fumantes.~~

~~§ 2º É vedado o uso dos produtos mencionados no caput nas aeronaves e demais veículos de transporte coletivo. (Redação dada pela Lei nº 10.167, de 27-12-2000)~~

§ 2º É vedado o uso dos produtos mencionados no **caput** nas aeronaves e veículos de transporte coletivo. (Redação dada pela Medida Provisória nº 2.190-34, de 2001)

§ 3º Considera-se recinto coletivo o local fechado, de acesso público, destinado a permanente utilização simultânea por várias pessoas. (Incluído pela Lei nº 12.546, de 2011)

~~Art. 3º A propaganda comercial dos produtos referidos no artigo anterior somente será permitida nas emissoras de rádio e televisão no horário compreendido entre as vinte e uma e as seis horas.~~

~~Art. 3º A propaganda comercial dos produtos referidos no artigo anterior só poderá ser efetuada através de pôsteres, painéis e cartazes, na parte interna dos locais de venda. (Redação dada pela Lei nº 10.167, de 27-12-2000)~~

Art. 3º É vedada, em todo o território nacional, a propaganda comercial de cigarros, cigarrilhas, charutos, cachimbos ou qualquer outro produto fumígeno, derivado ou não do tabaco, com exceção apenas da exposição dos referidos produtos nos locais de vendas, desde que acompanhada das cláusulas de advertência a que se referem os §§ 2º, 3º e 4º deste artigo e da respectiva tabela de preços, que deve incluir o preço mínimo de venda no varejo de cigarros classificados no código 2402.20.00 da Tipi, vigente à época, conforme estabelecido pelo Poder Executivo. (Redação dada pela Lei nº 12.546, de 2011)

§ 1º A propaganda comercial dos produtos referidos neste artigo deverá ajustar-se aos seguintes

18/4/2013  
01-0189/13  
15.10  
Al

princípios:

I - não sugerir o consumo exagerado ou irresponsável, nem a indução ao bem-estar ou saúde, ou fazer associação a celebrações cívicas ou religiosas;

II - não induzir as pessoas ao consumo, atribuindo aos produtos propriedades calmantes ou estimulantes, que reduzam a fadiga ou a tensão, ou qualquer efeito similar;

III - não associar idéias ou imagens de maior êxito na sexualidade das pessoas, insinuando o aumento de virilidade ou feminilidade de pessoas fumantes;

~~IV - não associar o uso do produto à prática de esportes olímpicos, nem sugerir ou induzir seu consumo em locais ou situações perigosas ou ilegais;~~

IV - não associar o uso do produto à prática de atividades esportivas, olímpicas ou não, nem sugerir ou induzir seu consumo em locais ou situações perigosas, abusivas ou ilegais; (Redação dada pela Lei nº 10.167, de 27.12.2000)

V - não empregar imperativos que induzam diretamente ao consumo;

~~VI - não incluir, na radiodifusão de sons ou de sons e imagens, a participação de crianças ou adolescentes, nem a eles dirigir-se.~~

VI - não incluir a participação de crianças ou adolescentes. (Redação dada pela Lei nº 10.167, de 27.12.2000)

~~§ 2º A propaganda conterá, nos meios de comunicação e em função de suas características, advertência escrita e/ou falada sobre os malefícios do fumo, através das seguintes frases, usadas seqüencialmente, de forma simultânea ou rotativa, nesta última hipótese devendo variar no máximo a cada cinco meses, todas precedidas da afirmação "O Ministério da Saúde Adverte":~~

- ~~I - fumar pode causar doenças do coração e derrame cerebral;~~
- ~~II - fumar pode causar câncer do pulmão, bronquite crônica e enfisema pulmonar;~~
- ~~III - fumar durante a gravidez pode prejudicar o bebê;~~
- ~~IV - quem fuma adoece mais de úlcera do estômago;~~
- ~~V - evite fumar na presença de crianças;~~
- ~~VI - fumar provoca diversos males à sua saúde.~~

§ 2º A propaganda conterá, nos meios de comunicação e em função de suas características, advertência, sempre que possível falada e escrita, sobre os malefícios do fumo, bebidas alcoólicas, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas, segundo frases estabelecidas pelo Ministério da Saúde, usadas seqüencialmente, de forma simultânea ou rotativa. (Redação dada pela Medida Provisória nº 2.190-34, de 2001)

~~§ 3º As embalagens, exceto se destinadas à exportação, os pôsteres, painéis ou cartazes, jornais e revistas que façam difusão ou propaganda dos produtos referidos no art. 2º conterão a advertência mencionada no parágrafo anterior.~~

§ 3º A embalagem, exceto se destinada à exportação, e o material de propaganda referido neste artigo conterão a advertência mencionada no parágrafo anterior. (Redação dada pela Lei nº 10.167, de 27.12.2000)

§ 3º As embalagens e os maços de produtos fumígenos, com exceção dos destinados à exportação, e o material de propaganda referido no caput deste artigo conterão a advertência mencionada no § 2º acompanhada de imagens ou figuras que ilustrem o sentido da mensagem. (Redação dada pela Medida Provisória nº 2.190-34, de 2001)

§ 4º Nas embalagens, as cláusulas de advertência a que se refere o § 2º deste artigo serão seqüencialmente usadas, de forma simultânea ou rotativa, nesta última hipótese devendo variar no máximo a cada cinco meses, inseridas, de forma legível e ostensivamente destacada, em uma das laterais dos maços, carteiras ou pacotes que sejam habitualmente comercializados diretamente ao consumidor.

~~§ 5º Nos pôsteres, painéis, cartazes, jornais e revistas, as cláusulas de advertência a que se refere o § 2º deste artigo serão seqüencialmente usadas, de forma simultânea ou rotativa, nesta última hipótese~~

~~variando no máximo a cada cinco meses, devendo ser escritas de forma legível e ostensiva.~~

~~§ 5º A advertência a que se refere o § 2º deste artigo, escrita de forma legível e ostensiva, será sequencialmente usada de modo simultâneo ou rotativo, nesta última hipótese variando, no máximo, a cada cinco meses. (Redação dada pela Lei nº 10.167, de 27.12.2000)~~

§ 5º Nas embalagens de produtos fumígenos vendidas diretamente ao consumidor, as cláusulas de advertência a que se refere o § 2º deste artigo serão sequencialmente usadas, de forma simultânea ou rotativa, nesta última hipótese devendo variar no máximo a cada 5 (cinco) meses, inseridas, de forma legível e ostensivamente destacada, em 100% (cem por cento) de sua face posterior e de uma de suas laterais. (Redação dada pela Lei nº 12.546, de 2011)

§ 6º A partir de 1º de janeiro de 2016, além das cláusulas de advertência mencionadas no § 5º deste artigo, nas embalagens de produtos fumígenos vendidas diretamente ao consumidor também deverá ser impresso um texto de advertência adicional ocupando 30% (trinta por cento) da parte inferior de sua face frontal. (Incluído pela Lei nº 12.546, de 2011)

§ 7º (VETADO). (Incluído pela Lei nº 12.546, de 2011)

Art. 3º-A Quanto aos produtos referidos no art. 2º desta Lei, são proibidos: (Artigo incluído pela Lei nº 10.167, de 27.12.2000)

I – a venda por via postal; (Inciso incluído pela Lei nº 10.167, de 27.12.2000)

II – a distribuição de qualquer tipo de amostra ou brinde; (Inciso incluído pela Lei nº 10.167, de 27.12.2000)

III – a propaganda por meio eletrônico, inclusive internet; (Inciso incluído pela Lei nº 10.167, de 27.12.2000)

IV – a realização de visita promocional ou distribuição gratuita em estabelecimento de ensino ou local público; (Inciso incluído pela Lei nº 10.167, de 27.12.2000)

V – o patrocínio de atividade cultural ou esportiva; (Inciso incluído pela Lei nº 10.167, de 27.12.2000)

VI – a propaganda fixa ou móvel em estádio, pista, palco ou local similar; (Inciso incluído pela Lei nº 10.167, de 27.12.2000)

VII – a propaganda indireta contratada, também denominada *merchandising*, nos programas produzidos no País após a publicação desta Lei, em qualquer horário; (Inciso incluído pela Lei nº 10.167, de 27.12.2000)

~~VIII – a comercialização em estabelecimentos de ensino e de saúde. (Inciso incluído pela Lei nº 10.167, de 27.12.2000)~~

VIII – a comercialização em estabelecimento de ensino, em estabelecimento de saúde e em órgãos ou entidades da Administração Pública; (Redação dada pela Lei nº 10.702, de 14.7.2003)

IX – a venda a menores de dezoito anos. (Incluído pela Lei nº 10.702, de 14.7.2003)

~~Parágrafo único. O disposto nos incisos V e VI deste artigo entrará em vigor em 1º de janeiro de 2003, no caso de eventos esportivos internacionais e culturais, desde que o patrocinador seja identificado apenas com a marca do produto ou fabricante, sem recomendação de consumo. (Parágrafo incluído pela Lei nº 10.167, de 27.12.2000)~~

§ 1º Até 30 de setembro de 2005, o disposto nos incisos V e VI não se aplica no caso de eventos esportivos internacionais que não tenham sede fixa em um único país e sejam organizados ou realizados por instituições estrangeiras. (Renumerado e alterado pela Lei nº 10.702, de 14.7.2003)

§ 2º É facultado ao Ministério da Saúde afixar, nos locais dos eventos esportivos a que se refere o § 1º, propaganda fixa com mensagem de advertência escrita que observará os conteúdos a que se refere o § 2º

do art. 3ºC, cabendo aos responsáveis pela sua organização assegurar os locais para a referida afixação. (Incluído pela Lei nº 10.702, de 14.7.2003)

Art. 3º-B Somente será permitida a comercialização de produtos fumígenos que ostentem em sua embalagem a identificação junto à Agência Nacional de Vigilância Sanitária, na forma do regulamento. (Artigo incluído pela Lei nº 10.167, de 27.12.2000)

Art. 3ºC A aplicação do disposto no § 1º do art. 3ºA, bem como a transmissão ou retransmissão, por televisão, em território brasileiro, de eventos culturais ou esportivos com imagens geradas no estrangeiro patrocinados por empresas ligadas a produtos fumíferos, exige a veiculação gratuita pelas emissoras de televisão, durante a transmissão do evento, de mensagem de advertência sobre os malefícios do fumo. (Incluído pela Lei nº 10.702, de 14.7.2003)

§ 1º Na abertura e no encerramento da transmissão do evento, será veiculada mensagem de advertência, cujo conteúdo será definido pelo Ministério da Saúde, com duração não inferior a trinta segundos em cada inserção. (Incluído pela Lei nº 10.702, de 14.7.2003)

§ 2º A cada intervalo de quinze minutos será veiculada, sobreposta à respectiva transmissão, mensagem de advertência escrita e falada sobre os malefícios do fumo com duração não inferior a quinze segundos em cada inserção, por intermédio das seguintes frases e de outras a serem definidas na regulamentação, usadas sequencialmente, todas precedidas da afirmação "O Ministério da Saúde adverte": (Incluído pela Lei nº 10.702, de 14.7.2003)

I – "fumar causa mau hálito, perda de dentes e câncer de boca"; (Incluído pela Lei nº 10.702, de 14.7.2003)

II – "fumar causa câncer de pulmão"; (Incluído pela Lei nº 10.702, de 14.7.2003)

III – "fumar causa infarto do coração"; (Incluído pela Lei nº 10.702, de 14.7.2003)

IV – "fumar na gravidez prejudica o bebê"; (Incluído pela Lei nº 10.702, de 14.7.2003)

V – "em gestantes, o cigarro provoca partos prematuros, o nascimento de crianças com peso abaixo do normal e facilidade de contrair asma"; (Incluído pela Lei nº 10.702, de 14.7.2003)

VI – "crianças começam a fumar ao verem os adultos fumando"; (Incluído pela Lei nº 10.702, de 14.7.2003)

VII – "a nicotina é droga e causa dependência"; e (Incluído pela Lei nº 10.702, de 14.7.2003)

VIII – "fumar causa impotência sexual". (Incluído pela Lei nº 10.702, de 14.7.2003)

§ 3º Considera-se, para os efeitos desse artigo, integrantes do evento os treinos livres ou oficiais, os ensaios, as reapresentações e os compactos. (Incluído pela Lei nº 10.702, de 14.7.2003)

Art. 4º Somente será permitida a propaganda comercial de bebidas alcoólicas nas emissoras de rádio e televisão entre as vinte e uma e as seis horas.

§ 1º A propaganda de que trata este artigo não poderá associar o produto ao esporte olímpico ou de competição, ao desempenho saudável de qualquer atividade, à condução de veículos e a imagens ou idéias de maior êxito ou sexualidade das pessoas.

§ 2º Os rótulos das embalagens de bebidas alcoólicas conterão advertência nos seguintes termos: "Evite o Consumo Excessivo de Alcool".

Art. 4º-A. Na parte interna dos locais em que se vende bebida alcoólica, deverá ser afixado advertência escrita de forma legível e ostensiva de que é crime dirigir sob a influência de álcool, punível com detenção. (Incluído pela Lei nº 11.705, de 2008)

Art. 5º As chamadas e caracterizações de patrocínio dos produtos indicados nos arts. 2º e 4º, para eventos alheios à programação normal ou rotineira das emissoras de rádio e televisão, poderão ser feitas em qualquer horário, desde que identificadas apenas com a marca ou *slogan* do produto, sem recomendação do seu consumo.

§ 1º As restrições deste artigo aplicam-se à propaganda estática existente em estádios, veículos de competição e locais similares.

§ 2º Nas condições do *caput*, as chamadas e caracterizações de patrocínio dos produtos estarão liberados da exigência do § 2º do art. 3º desta Lei.

Art. 6º É vedada a utilização de trajes esportivos, relativamente a esportes olímpicos, para veicular a propaganda dos produtos de que trata esta Lei.

Art. 7º A propaganda de medicamentos e terapias de qualquer tipo ou espécie poderá ser feita em publicações especializadas dirigidas direta e especificamente a profissionais e instituições de saúde.

§ 1º Os medicamentos anódinos e de venda livre, assim classificados pelo órgão competente do Ministério da Saúde, poderão ser anunciados nos órgãos de comunicação social com as advertências quanto ao seu abuso, conforme indicado pela autoridade classificatória.

§ 2º A propaganda dos medicamentos referidos neste artigo não poderá conter afirmações que não sejam passíveis de comprovação científica, nem poderá utilizar depoimentos de profissionais que não sejam legalmente qualificados para fazê-lo.

§ 3º Os produtos fitoterápicos da flora medicinal brasileira que se enquadram no disposto no § 1º deste artigo deverão apresentar comprovação científica dos seus efeitos terapêuticos no prazo de cinco anos da publicação desta Lei, sem o que sua propaganda será automaticamente vedada.

§ 4º É permitida a propaganda de medicamentos genéricos em campanhas publicitárias patrocinadas pelo Ministério da Saúde e nos recintos dos estabelecimentos autorizados a dispensá-los, com indicação do medicamento de referência. (Incluído pela Medida Provisória nº 2.190-34, de 2001)

§ 5º Toda a propaganda de medicamentos conterá obrigatoriamente advertência indicando que, a persistirem os sintomas, o médico deverá ser consultado. (Renumerado pela Medida Provisória nº 2.190-34, de 2001)

Art. 8º A propaganda de defensivos agrícolas que contenham produtos de efeito tóxico, mediato ou imediato, para o ser humano, deverá restringir-se a programas e publicações dirigidas aos agricultores e pecuaristas, contendo completa explicação sobre a sua aplicação, precauções no emprego, consumo ou utilização, segundo o que dispuser o órgão competente do Ministério da Agricultura e do Abastecimento, sem prejuízo das normas estabelecidas pelo Ministério da Saúde ou outro órgão do Sistema Único de Saúde.

~~Art. 9º Aplicam-se aos infratores desta Lei, sem prejuízo de outras penalidades previstas na legislação em vigor, especialmente no Código de Defesa do Consumidor, as seguintes sanções:~~

Art. 9º Aplicam-se ao infrator desta Lei, sem prejuízo de outras penalidades previstas na legislação em vigor, especialmente no Código de Defesa do Consumidor e na Legislação de Telecomunicações, as seguintes sanções: (Redação dada pela Lei nº 10.167, de 27.12.2000)

I - advertência;

II - suspensão, no veículo de divulgação da publicidade, de qualquer outra propaganda do produto, por prazo de até trinta dias;

III - obrigatoriedade de veiculação de retificação ou esclarecimento para compensar propaganda distorcida ou de má-fé;

IV - apreensão do produto;

~~V – multa de R\$ 1.410,00 (um mil quatrocentos e dez reais) a R\$ 7.250,00 (sete mil duzentos e cinquenta reais), cobrada em dobro, em triplo e assim sucessivamente, na reincidência.~~

V – multa, de R\$ 5.000,00 (cinco mil reais) a R\$ 100.000,00 (cem mil reais), aplicada conforme a capacidade econômica do infrator; (Redação dada pela Lei nº 10.167, de 27.12.2000)

VI – suspensão da programação da emissora de rádio e televisão, pelo tempo de dez minutos, por cada minuto ou fração de duração da propaganda transmitida em desacordo com esta Lei, observando-se o mesmo horário. (Inciso incluído pela Lei nº 10.167, de 27.12.2000)

VII – no caso de violação do disposto no inciso IX do artigo 3ºA, as sanções previstas na Lei nº 6.437, de 20 de agosto de 1977, sem prejuízo do disposto no art. 243 da Lei nº 8.069, de 13 de julho de 1990. (Incluído pela Lei nº 10.702, de 14.7.2003)

§ 1º As sanções previstas neste artigo poderão ser aplicadas gradativamente e, na reincidência, cumulativamente, de acordo com as especificidade do infrator.

§ 2º Em qualquer caso, a peça publicitária fica definitivamente vetada.

~~§ 3º Consideram-se infratores, para efeitos deste artigo, os responsáveis pelo produto, pela peça publicitária e pelo veículo de comunicação utilizado.~~

§ 3º Considera-se infrator, para os efeitos desta Lei, toda e qualquer pessoa natural ou jurídica que, de forma direta ou indireta, seja responsável pela divulgação da peça publicitária ou pelo respectivo veículo de comunicação. (Redação dada pela Lei nº 10.167, de 27.12.2000)

§ 4º Compete à autoridade sanitária municipal aplicar as sanções previstas neste artigo, na forma do art. 12 da Lei nº 6.437, de 20 de agosto de 1977, ressalvada a competência exclusiva ou concorrente: (Parágrafo incluído pela Lei nº 10.167, de 27.12.2000)

I – do órgão de vigilância sanitária do Ministério da Saúde, inclusive quanto às sanções aplicáveis às agências de publicidade, responsáveis por propaganda de âmbito nacional; (Inciso incluído pela Lei nº 10.167, de 27.12.2000)

II – do órgão de regulamentação da aviação civil do Ministério da Defesa, em relação a infrações verificadas no interior de aeronaves; (Inciso incluído pela Lei nº 10.167, de 27.12.2000)

III – do órgão do Ministério das Comunicações responsável pela fiscalização das emissoras de rádio e televisão; (Inciso incluído pela Lei nº 10.167, de 27.12.2000)

IV – do órgão de regulamentação de transportes do Ministério dos Transportes, em relação a infrações ocorridas no interior de transportes rodoviários, ferroviários e aquaviários de passageiros. (Inciso incluído pela Lei nº 10.167, de 27.12.2000)

~~§ 5º (VETADO) (Incluído pela Lei nº 10.167, de 27.12.2000)~~

§ 5º O Poder Executivo definirá as competências dos órgãos e entidades da administração federal encarregados em aplicar as sanções deste artigo. (Incluído pela Lei nº 10.702, de 14.7.2003)

Art. 10. O Poder Executivo regulamentará esta Lei no prazo máximo de sessenta dias de sua publicação.

Art. 11. Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

Art. 12. Revogam-se as disposições em contrário.

Brasília, 15 de julho de 1996; 175º da Independência e 108º da República.

FERNANDO HENRIQUE CARDOSO

PL 189/13  
fls. 15  
al

Nelson A. Jobin  
Artindo Porto  
Adib Jatene

Este texto não substitui o publicado no D.O.U. de 16.7.1996

15  
01-01-2018 11:13  
115:16  
Al

Câmara Municipal de São Paulo

Base de dados : legis

Pesquisa : 12643

Total de referências : 1

1/1

Título: LEI Nº 12.643 06/05/1998 ([ver documento](#))

Declarado(a) inconstitucional

Ementa: Veda, em proprios municipais, eventos com propaganda de bebidas alcoolicas ou de cigarros.

Projeto: Projeto de Lei Nº 372/1995 ([ver documento](#))

Autor(es): Alberto Hiar

Notas complem.: - Ação Direta de Inconstitucionalidade nº 59.015-0/7-01. O I. Presidente do E. Tribunal de Justiça deste Estado, Desembargador Dirceu de Mello, concedeu liminar para fins de suspender a vigencia e eficacia desta Lei, ate final julgamento da demanda. DOM 05/03/1999, p. 35, c. 3.  
- Ação Direta de Inconstitucionalidade nº 059.015-0/5 - O Tribunal de Justiça julgou procedente a demanda, confirmando a liminar anteriormente concedida, decretando a inconstitucionalidade desta Lei. DOM 01/02/2001 p. 29 c. 1.

[ [Back](#) ]

16  
d-089/13  
115. 17  
AL

LEI N. 12.643 - DE 6 DE MAIO DE 1998

Veda, em próprios municipais, eventos com propaganda de bebidas alcoólicas ou de cigarros.

(Projeto de Lei n. 372/95, do Vereador Alberto "Turco Loco" Hiar)

Nelo Rodolfo, Presidente da Câmara Municipal de São Paulo, faz saber que a Câmara Municipal de São Paulo, de acordo com o § 7º do artigo 42 da Lei Orgânica do Município de São Paulo, promulga a seguinte lei:

Art. 1º Fica vedada, em próprios do Município de São Paulo, a realização de quaisquer eventos patrocinados por empresa ou co-patrocinados por empresas produtoras, distribuidoras, importadoras ou representantes de bebidas alcoólicas ou de cigarros, com a utilização da respectiva propaganda.

Art. 2º As despesas com a execução da presente lei correrão à conta das dotações orçamentárias próprias, suplementadas se necessário.

Art. 3º Esta lei entrará em vigor na data de sua publicação, revogadas as disposições em contrário.

3  
189/13  
fls. 18  
Al

Câmara Municipal de São Paulo

Base de dados : legis

Pesquisa : 13270

Total de referências : 1

1/1

Título: LEI Nº 13.270 03/01/2002 ([ver documento](#))

Sem revogação expressa

Ementa: Dispoe sobre a obrigatoriedade de veicular, em espaços publicitarios e em bilhetes utilizados nos transportes publicos municipais de passageiros, mensagens institucionais alertando sobre a prevençao da AIDS e sobre os males do fumo, do alcool e das drogas.

Projeto: Projeto de Lei Nº 24/2001 ([ver documento](#))

Autor(es): Gilberto Natalini

[ [Back](#) ]

PL 189/13  
fls. 19

LEI Nº 13.270, 03 DE JANEIRO DE 2002

(Projeto de Lei nº 24/2001, do Vereador Gilberto Natalini - PSDB)

*Dispõe sobre a obrigatoriedade de veicular, em espaços publicitários e em bilhetes utilizados nos transportes públicos municipais de passageiros, mensagens institucionais alertando sobre a prevenção da AIDS e sobre os males do fumo, do álcool e das drogas.*

HÉLIO BICUDO, Vice-Prefeito, em exercício no cargo de Prefeito do Município de São Paulo, no uso das atribuições que lhe são conferidas por lei, faz saber que a Câmara Municipal, em sessão de 05 de dezembro de 2001, decretou e eu promulgo a seguinte lei:

Art. 1º - As sociedades de economia mista, as empresas públicas municipais e as empresas privadas, que operam por concessão, permissão ou autorização os serviços de transporte municipais públicos de passageiros, ficam obrigadas a veicular mensagens de prevenção da AIDS, de combate ao consumo do cigarro, do álcool e das drogas, na forma estabelecida no artigo 3º.

Parágrafo único - A Secretaria Municipal da Saúde estabelecerá o conteúdo das mensagens a que se refere este artigo.

Art. 2º - O disposto nesta lei aplica-se a todas as modalidades de transporte público de passageiros de responsabilidade do município, seja sobre pneus ou sobre trilhos.

Art. 3º - As mensagens instituídas por esta lei serão veiculadas nos espaços publicitários, nos cartões ou em qualquer outro meio utilizado para liberar os bloqueios ou para permitir o embarque dos passageiros, ressalvados os bilhetes, as fichas e as moedas.

Parágrafo único - Os cartões e similares referidos neste artigo que se encontrarem em circulação antes da promulgação desta lei devem ser recolhidos no prazo de 1 (um) ano.

Art. 4º - O Poder Executivo regulamentará esta lei no prazo de 60 (sessenta) dias da data de sua publicação.

Art. 5º - As despesas decorrentes da execução desta lei correrão à conta das dotações próprias consignadas no orçamento vigente.

Art. 6º - Esta lei entra em vigor na data de sua publicação.

PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE SÃO PAULO, aos 03 de janeiro de 2002, 448º da fundação de São Paulo.

Hélio Bicudo, Prefeito em Exercício

ILZA REGINA DEFILIPPI DIAS, Respondendo pelo Cargo de Secretária dos Negócios Jurídicos

FERNANDO HADDAD, Respondendo pelo Cargo de Secretário de Finanças e Desenvolvimento Econômico

EDUARDO JORGE MARTINS ALVES SOBRINHO, Secretário Municipal da Saúde

CARLOS ALBERTO ROLIM ZARATTINI, Secretário Municipal de Transportes

Publicada na Secretaria do Governo Municipal, em 03 de janeiro de 2002.

RUI GOETHE DA COSTA FALCÃO, Secretário do Governo Municipal

6-08913  
Al  
fls. 20

Câmara Municipal de São Paulo

Base de dados : legis

Pesquisa : 13321

Total de referências : 1

1/1

Título: LEI Nº 13.321 06/02/2002 ([ver documento](#))  
Sem revogação expressa  
Ementa: Institui o Conselho Municipal de Políticas Públicas de Drogas e Alcool.  
Projeto: Projeto de Lei Nº 75/2001 ([ver documento](#))  
Autor(es): Lucila Pizani Gonçalves  
Revogação: Revoga a Lei nº 10.750/1989. ([ver documento](#))

[ [Back](#) ]

LEI Nº 1.410 DE FEVEREIRO DE 2002

Projeto de Lei nº 075-01, da Vereadora Lucila Pinheiro Marques (PT)

*Institui o Conselho Municipal de Políticas Públicas de Drogas e Álcool.*

MARTA SUPLICY, Prefeita do Município de São Paulo, no uso das atribuições que lhe são conferidas por lei, faz saber que a Câmara Municipal, em sessão de 28 de dezembro de 2001, decretou e eu promulgo a seguinte lei:

Art. 1º - Fica instituído o Conselho Municipal de Políticas Públicas de Drogas e Álcool, vinculado administrativamente à Secretaria do Governo Municipal.

Parágrafo único - O Conselho Municipal de Políticas Públicas de Drogas e Álcool integra o Sistema Nacional de Prevenção, Fiscalização e Repressão ao tráfico ilícito e uso indevido de substâncias entorpecentes ou que determinem dependência física ou psíquica, conforme o disposto na Lei Federal nº 6368 de 21 de outubro de 1976.

Art. 2º - São objetivos do Conselho Municipal de Políticas Públicas de Drogas e Álcool:

I - propor e acompanhar a execução da política municipal de prevenção ao uso indevido de drogas e substâncias que causem dependência física ou psíquica;

II - coordenar, desenvolver e estimular programas:

a) de prevenção ao uso indevido e à disseminação do tráfico ilícito de drogas e substâncias que causem dependência;

b) de tratamento, recuperação e reinserção social de dependentes;

c) de otimização e capacitação de recursos humanos para o trabalho de prevenção, tratamento, recuperação e reinserção social de dependentes;

III - estimular estudos e pesquisas visando ao aperfeiçoamento dos conhecimentos técnico-científicos referentes ao uso, produção não autorizada e tráfico ilícito de drogas e substâncias que causem dependência;

IV - identificar e levar ao conhecimento do Poder Executivo as possibilidades de acordos e convênios de interesse para a implementação da política municipal;

V - propor à Prefeita e às demais autoridades competentes medidas para alcançar seus objetivos legais.

Art. 3º - O Conselho Municipal de Políticas Públicas de Drogas e Álcool será integrado pelos seguintes membros:

I - designados pela Prefeita Municipal:

a) um representante da Secretaria Municipal de Educação;

b) um representante da Secretaria Municipal de Saúde;

c) um representante da Secretaria Municipal de Assistência Social;

d) um representante da Secretaria Municipal de Esportes, Lazer e Recreação;

e) um representante da Secretaria Municipal de Cultura;

f) um representante da Secretaria dos Negócios Jurídicos;

g) um representante da Guarda Civil Metropolitana.

II - designados pelo Presidente da Câmara Municipal:

a) um representante da Comissão Permanente de Saúde, Promoção Social e Trabalho;

b) um representante da Comissão Extraordinária Permanente de Defesa dos Direitos Humanos e Cidadania;

c) um representante da Comissão Extraordinária Permanente da Juventude;

d) um representante da Comissão Extraordinária Permanente da Criança e do Adolescente.

III - a convite da Prefeita:

a) quatro representantes indicados pelas organizações não-governamentais destinadas à prevenção do uso indevido de drogas, álcool e substâncias que causem dependência física ou psíquica, tratamento, recuperação e reinserção social de dependentes;

b) um representante dos veículos de comunicação com sede no Município, indicado pelas entidades de classe;

c) um representante dos empresários do Município, indicado pelas entidades de classe;

d) dois representantes da comunidade acadêmico-científica, de notório saber nas áreas de atribuições do Conselho;

e) um representante do Conselho Regional de Medicina;

f) um representante do Conselho Regional de Psicologia;

g) um representante do Conselho Regional de Farmácia;

h) um representante da Ordem dos Advogados do Brasil - Seção São Paulo;

i) três representantes do Governo Estadual, indicados, preferencialmente, pelas Secretarias Estaduais de Educação, Saúde e Segurança Pública.

§ 1º - As entidades mencionadas nas alíneas "a", "b" e "c", do inciso III, indicarão seus representantes por meio de listas, das quais constarão os nomes dos respectivos suplentes.

§ 2º - Os membros do Conselho terão mandato de dois anos, permitida a recondução.

§ 3º - A função de membro do Conselho não será remunerada, sendo, porém, considerada de relevante serviço público.

Art. 4º - O Conselho Municipal de Políticas Públicas de Drogas e Álcool será presidido por um de seus membros, eleito por seus pares, nos termos do regimento interno.

Parágrafo único - O Presidente do Conselho terá mandato de dois anos, permitida uma única recondução.

Art. 5º - As atividades do Conselho Municipal de Políticas Públicas de Drogas e Álcool serão disciplinadas por regimento interno aprovado por maioria absoluta dos Conselheiros.

Art. 6º - A Prefeita instalará o Conselho Municipal de Políticas Públicas de Drogas e Álcool no prazo de até sessenta dias, a contar da data da promulgação desta lei.

Art. 7º - As despesas decorrentes da execução desta lei correrão por conta de dotações orçamentárias próprias, suplementadas se necessário.

Art. 8º - Esta lei entra em vigor na data de sua publicação, revogadas as disposições em contrário, em especial a Lei nº 10.750, de 26 de setembro de 1989.

PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE SÃO PAULO, aos 6 de fevereiro de 2002, 449º da fundação de São Paulo.

MARTA SUPLICY, PREFEITA

ANNA EMILIA CORDELLI ALVES, Secretária dos Negócios Jurídicos

JOÃO SAYAD, Secretário de Finanças e Desenvolvimento Econômico

FERNANDO JOSÉ DE ALMEIDA, Secretário Municipal de Educação

EVILÁSIO CAVALCANTE DE FARIAS, Secretário Municipal de Assistência Social

EDUARDO JORGE MARTINS ALVES SOBRINHO, Secretário Municipal da Saúde  
Publicada na Secretaria do Governo Municipal, em 6 de fevereiro de 2002.

RUI GOETHE DA COSTA FALCÃO, Secretário do Governo Municipal

81-0189/13  
15.22  
Al

## Câmara Municipal de São Paulo

Base de dados : legis

Pesquisa : ANÚNCIO

Total de referências : 1

1/1

Título: LEI Nº 14.223 26/09/2006 ([ver documento](#))

Sem revogação expressa

Ementa: Dispõe sobre a ordenação dos elementos que compõem a paisagem urbana do Município de São Paulo.

Projeto: Projeto de Lei Nº 379/2006 ([ver documento](#))

Autor(es): EXECUTIVO; Gilberto Kassab

Regulamentação: Decreto nº 47.950/2006 - Regulamenta esta Lei.; ([ver documento](#))Decreto nº 49.245/2008 - Regulamenta o art. 50 desta Lei.; ([ver documento](#))Decreto nº 50.077/2008 - Regulamenta o art. 50 desta Lei, revogando a regulamentação anterior.; ([ver documento](#))Decreto nº 52.062/2010 - Regulamenta o art. 50 desta Lei, revogando a regulamentação anterior. ([ver documento](#))

PARA VERIFICAR SE HÁ ALTERAÇÕES PARA OS ATOS E DECRETOS DE REGULAMENTAÇÃO DESTA NORMA, FAÇA NOVA PESQUISA PELO NÚMERO DE CADA ATO OU DECRETO DE REGULAMENTAÇÃO.

Notas: - Os anúncios irregulares deverão ser retirados até 31/12/2006.

Notas complem.: - Suplemento com Comunicado da Secretaria de Coordenação das Subprefeituras, para atender o disposto no art. 52 desta Lei: Tabela I - Relação das Licenças de Anúncios Indicativos da Lei nº 13.525/2003 cadastrados nas Subprefeituras; Tabela II - Relação das Licenças de Anúncios Indicativos da Lei nº 13.525/2003 pela Internet; Tabela III - Relação das Licenças de Anúncios Indicativos da Lei nº 12.115/1996 cadastrados na SEHAB. DOC 27/10/2006 em 5 Partes.

- Decreto nº 48.368/2007 - Regulamenta disposições relativas às competências da Comissão de Proteção à Paisagem Urbana, em consonância com esta Lei.

- Lei nº 14.517/2007 - art.24 - A celebração dos termos de cooperação de que trata o art. 50 desta Lei, sujeitar-se-á a prévia autorização do prefeito.

- Ação Direta de Inconstitucionalidade nº 146.794-0 - Por meio do Acórdão publicado em 11/09/2008, o Órgão Especial do E. Tribunal de Justiça do Estado de São Paulo, por unanimidade, analisou o mérito e julgou improcedente a ação movida pela Central de Outdoor com o objetivo de declarar a inconstitucionalidade dos arts. 6º, VIII, 18 e 44 desta Lei. Tal decisão ainda não transitou em julgado. DOC 10/08/2010 p. 87 c. 2.

[ [Back](#) ]

**Lei nº 14.223, DE 26 DE SETEMBRO DE 2006**

(Projeto de Lei nº 379/06, do Executivo, aprovado na forma de Substitutivo do Legislativo)

**Dispõe sobre a ordenação dos elementos que compõem a paisagem urbana do Município de São Paulo.**

GILBERTO KASSAB, Prefeito do Município de São Paulo, no uso das atribuições que lhe são conferidas por lei, faz saber que a Câmara Municipal, em sessão de 26 de setembro de 2006, decretou e eu promulgo a seguinte lei:

**CAPÍTULO I**

**DOS OBJETIVOS, DIRETRIZES, ESTRATÉGIAS E DEFINIÇÕES**

Art. 1º. Esta lei dispõe sobre a ordenação dos elementos que compõem a paisagem urbana, visíveis a partir de logradouro público no território do Município de São Paulo.

Art. 2º. Para fins de aplicação desta lei, considera-se paisagem urbana o espaço aéreo e a 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.

Art. 3º. Constituem objetivos da ordenação da paisagem do Município de São Paulo o atendimento ao interesse público em consonância com os direitos fundamentais da pessoa humana e as necessidades de conforto ambiental, com a melhoria da qualidade de vida urbana, assegurando, dentre outros, os seguintes:

I - o bem-estar estético, cultural e ambiental da população;

II - a segurança das edificações e da população;

III - a valorização do ambiente natural e construído;

IV - a segurança, a fluidez e o conforto nos deslocamentos de veículos e pedestres;

V - a percepção e a compreensão dos elementos referenciais da paisagem;

VI - a preservação da memória cultural;

VII - a preservação e a visualização das características peculiares dos logradouros e das fachadas;

VIII - a preservação e a visualização dos elementos naturais tomados em seu conjunto e em suas peculiaridades ambientais nativas;

IX - o fácil acesso e utilização das funções e serviços de interesse coletivo nas vias e logradouros;

X - o fácil e rápido acesso aos serviços de emergência, tais como bombeiros, ambulâncias e polícia;

XI - o equilíbrio de interesses dos diversos agentes atuantes na cidade para a promoção da melhoria da paisagem do Município.

Art. 4º. Constituem diretrizes a serem observadas na colocação dos elementos que compõem a paisagem urbana:

I - o livre acesso de pessoas e bens à infra-estrutura urbana;

II - a priorização da sinalização de interesse público com vistas a não confundir motoristas na condução de veículos e garantir a livre e segura locomoção de pedestres;

III - o combate à poluição visual, bem como à degradação ambiental;

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

V - a compatibilização das modalidades de anúncios com os locais onde possam ser veiculados, nos termos desta lei;

VI - a implantação de sistema de fiscalização efetivo, ágil, moderno, planejado e permanente.

Art. 5º. As estratégias para a implantação da política da paisagem urbana são as seguintes:

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

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

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

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

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

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

Art. 6º. Para os efeitos de aplicação desta lei, ficam estabelecidas as seguintes definições:

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

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

b) anúncio publicitário: aquele destinado à veiculação de publicidade, instalado fora do local onde se exerce a atividade;

c) anúncio especial: aquele que possui características específicas, com finalidade cultural, eleitoral, educativa ou imobiliária, nos termos do disposto no art. 19 desta lei;

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

III - área livre de imóvel edificado: a área descoberta existente entre a edificação e qualquer divisa do imóvel que a contém;

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

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

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

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

VIII - mobiliário urbano é o conjunto de elementos que podem ocupar o espaço público, implantados, direta ou indiretamente, pela Administração Municipal, com as seguintes funções urbanísticas:

a) circulação e transportes;

b) ornamentação da paisagem e ambientação urbana;

c) descanso e lazer;

d) serviços de utilidade pública;

e) comunicação e publicidade;

f) atividade comercial;

g) acessórios à infra-estrutura;

IX - fachada: qualquer das faces externas de uma edificação principal ou complementar, tais como torres, caixas d'água, chaminés ou similares;  
 X - imóvel: o lote, público ou privado, edificado ou não, assim definido:  
 a) imóvel edificado: aquele ocupado total ou parcialmente com edificação permanente;  
 b) imóvel não-edificado: aquele não ocupado ou ocupado com edificação transitória, em que não se exerçam atividades nos termos da legislação de uso e ocupação do solo;  
 XI - lote: a parcela de terreno resultante de loteamento, desmembramento ou desdobro, contida em uma quadra com, pelo menos, uma divisa lindeira a via de circulação oficial;  
 XII - testada ou alinhamento: a linha divisória entre o imóvel de propriedade particular ou pública e o logradouro ou via pública.  
 Art. 7º. Para os fins desta lei, não são considerados anúncios:  
 I - os nomes, símbolos, entalhes, relevos ou logotipos, incorporados à fachada por meio de aberturas ou gravados nas paredes, sem aplicação ou afixação, integrantes de projeto aprovado das edificações;  
 II - os logotipos ou logomarcas de postos de abastecimento e serviços, quando veiculados nos equipamentos próprios do mobiliário obrigatório, como bombas, densímetros e similares;  
 III - as denominações de prédios e condomínios;  
 IV - os que contenham referências que indiquem lotação, capacidade e os que recomendem cautela ou indiquem perigo, desde que sem qualquer legenda, dístico ou desenho de valor publicitário;  
 V - os que contenham mensagens obrigatórias por legislação federal, estadual ou municipal;  
 VI - os que contenham 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 0,04m² (quatro decímetros quadrados);  
 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 0,09m² (nove decímetros quadrados);  
 XI - os "banners" ou pôsteres indicativos dos eventos culturais que serão exibidos na própria edificação, para museu ou teatro, desde que não ultrapassem 10% (dez por cento) da área total de todas as fachadas;  
 XII - a denominação de hotéis ou a sua logomarca, quando inseridas ao longo da fachada das edificações onde é exercida a atividade, devendo o projeto ser aprovado pela Comissão de Proteção à Paisagem Urbana - CPPU;  
 XIII - a identificação das empresas nos veículos automotores utilizados para a realização de seus serviços.

## CAPÍTULO II DAS NORMAS GERAIS

Art. 8º. Todo anúncio deverá observar, dentre outras, as seguintes normas:

- I - oferecer condições de segurança ao público;
- II - ser mantido em bom estado de conservação, no que tange a estabilidade, resistência dos materiais e aspecto visual;
- III - receber tratamento final adequado em todas as suas superfícies, inclusive na sua estrutura;

- IV - atender as normas técnicas pertinentes à segurança e estabilidade de seus elementos;
  - V - atender as normas técnicas emitidas pela Associação Brasileira de Normas Técnicas - ABNT, pertinentes às distâncias das redes de distribuição de energia elétrica, ou a parecer técnico emitido pelo órgão público estadual ou empresa responsável pela distribuição de energia elétrica;
  - VI - respeitar a vegetação arbórea significativa definida por normas específicas constantes do Plano Diretor Estratégico;
  - VII - não prejudicar a visibilidade de sinalização de trânsito ou outro sinal de comunicação institucional, destinado à orientação do público, bem como a numeração imobiliária e a denominação dos logradouros;
  - VIII - não provocar reflexo, brilho ou intensidade de luz que possa ocasionar ofuscamento, prejudicar a visão dos motoristas, interferir na operação ou sinalização de trânsito ou, ainda, causar insegurança ao trânsito de veículos e pedestres, quando com dispositivo elétrico ou com película de alta reflexividade;
  - IX - não prejudicar a visualização de bens de valor cultural.
- Art. 9º. É proibida a instalação de anúncios em:
- I - leitos dos rios e cursos d'água, reservatórios, lagos e represas, conforme legislação específica;
  - II - vias, parques, praças e outros logradouros públicos, salvo os anúncios de cooperação entre o Poder Público e a iniciativa privada, a serem definidos por legislação específica, bem como as placas e unidades identificadoras definidas no § 6º do art. 22 desta lei;
  - III - imóveis situados nas zonas de uso estritamente residenciais, salvo os anúncios indicativos nos imóveis regulares e que já possuam a devida licença de funcionamento anteriormente à Lei nº 13.430, de 13 de setembro de 2002;
  - IV - postes de iluminação pública ou de rede de telefonia, inclusive cabines e telefones públicos, conforme autorização específica, exceção feita ao mobiliário urbano nos pontos permitidos pela Prefeitura;
  - V - torres ou postes de transmissão de energia elétrica;
  - VI - nos dutos de gás e de abastecimento de água, hidrantes, torres d'água e outros similares;
  - VII - faixas ou placas acopladas à sinalização de trânsito;
  - VIII - obras públicas de arte, tais como pontes, passarelas, viadutos e túneis, ainda que de domínio estadual e federal;
  - IX - bens de uso comum do povo a uma distância inferior a 30,00m (trinta metros) de obras públicas de arte, tais como túneis, passarelas, pontes e viadutos, bem como de seus respectivos acessos;
  - X - nos muros, paredes e empenas cegas de lotes públicos ou privados, edificados ou não;
  - XI - nas árvores de qualquer porte;
  - XII - nos veículos automotores, motocicletas, bicicletas e similares e nos "trailers" ou carretas engatados ou desengatados de veículos automotores, excetuados aqueles utilizados para transporte de carga.
- Art. 10. É proibido colocar anúncio na paisagem que:
- I - oblitere, mesmo que parcialmente, a visibilidade de bens tombados;
  - II - prejudique a edificação em que estiver instalado ou as edificações vizinhas;
  - III - prejudique, por qualquer forma, a insolação ou a aeração da edificação em que estiver instalado ou a dos imóveis vizinhos;
  - IV - apresente conjunto de formas e cores que se confundam com as convencionadas internacionalmente para as diferentes categorias de sinalização de trânsito;
  - V - apresente conjunto de formas e cores que se confundam com as consagradas pelas normas de segurança para a prevenção e o combate a incêndios.



Parágrafo único. Caso seja exercida atividade na área não-edificada, que possua a devida licença de funcionamento, poderá ser instalado anúncio indicativo, observado o disposto no art. 13 desta lei.

#### Do Anúncio Publicitário em Imóvel Público ou Privado

Art. 18. Fica proibida, no âmbito do Município de São Paulo, a colocação de anúncio publicitário nos imóveis públicos e privados, edificados ou não.

#### Dos Anúncios Especiais

Art. 19. Para os efeitos desta lei, os anúncios especiais são classificados em:

- I - de finalidade cultural: quando for integrante de programa cultural, de plano de embelezamento da cidade ou alusivo a data de valor histórico, não podendo sua veiculação ser superior a 30 (trinta) dias, conforme decreto específico do Executivo, que definirá o projeto urbanístico próprio;
- II - de finalidade educativa, informativa ou de orientação social, religiosa, de programas políticos ou ideológicos, em caso de plebiscitos ou referendos populares;
- III - de finalidade eleitoral: quando destinado à propaganda de partidos políticos ou de seus candidatos, na forma prevista na legislação federal eleitoral;
- IV - de finalidade imobiliária, quando for destinado à informação do público para aluguel ou venda de imóvel, não podendo sua área ultrapassar 1,00m<sup>2</sup> (um metro quadrado) e devendo estar contido dentro do lote.

§ 1º. Nos anúncios de finalidade cultural e educativa, o espaço reservado para o patrocinador será determinado pelos órgãos municipais competentes.

§ 2º. Os anúncios referentes à propaganda eleitoral deverão ser retirados no prazo máximo de 15 (quinze) dias, a contar da data da realização das eleições ou plebiscitos.

Art. 20. A veiculação de anúncios especiais relacionados a eventos culturais ou empreendimentos imobiliários sediados nos limites do Centro Histórico do Município de São Paulo dependerá de análise prévia e autorização dos órgãos competentes.

#### Seção II

##### Do Anúncio Publicitário no Mobiliário Urbano

Art. 21. A veiculação de anúncios publicitários no mobiliário urbano será feita nos termos estabelecidos em lei específica, de iniciativa do Executivo.

Art. 22. São considerados como mobiliário urbano de uso e utilidade pública os seguintes elementos, dentre outros:

- 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 publicitário/informativo;
- VII - painel eletrônico para texto informativo;
- VIII - placas e unidades identificadoras de vias e logradouros públicos;
- IX - totem de identificação de espaços e edifícios públicos;
- X - cabine de segurança;
- XI - quiosque para informações culturais;
- XII - bancas de jornais e revistas;
- XIII - bicicletário;
- XIV - estrutura para disposição de sacos plásticos de lixo e destinada à reciclagem;
- XV - grade de proteção de terra ao pé de árvores;

- XVI - protetores de árvores;
- XVII - quiosques para venda de lanches e produtos em parques;
- XVIII - lixeiras;
- XIX - relógio (tempo, temperatura e poluição);
- XX - estrutura de suporte para terminal de Rede Pública de Informação e Comunicação;
- XXI - suportes para afixação gratuita de pôster para eventos culturais;
- XXII - painéis de mensagens variáveis para uso exclusivo de informações de trânsito;
- XXIII - colunas multiuso;
- XXIV - estações de transferência;
- XXV - abrigos para pontos de táxi.

§ 1º. Abrigos de parada de transporte público de passageiros são instalações de proteção contra as intempéries, destinados aos usuários do sistema de transporte público, instalados nos pontos de parada e terminais, devendo, em sua concepção, ter definidos os locais para veiculação de publicidade e os painéis informativos referentes ao sistema de transporte e sua integração com o metropolitano.

§ 2º. Totem indicativo de parada de ônibus é o elemento de comunicação visual destinado à identificação da parada de ônibus, quando houver impedimento para instalação de abrigos.

§ 3º. Sanitários "standard" e com acesso universal são instalações higiênicas destinadas ao uso comum, sendo implantados em praças e nos terminais de transporte de uso coletivo, e os chamados sanitários públicos móveis instalados em feiras livres e eventos.

§ 4º. Paineis publicitários informativos são o 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.

§ 5º. Painel eletrônico para texto informativo consiste em 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.

§ 6º. Placas e unidades identificadoras de vias e logradouros públicos são aquelas que identificam as vias e logradouros públicos, instaladas nas respectivas confluências.

§ 7º. Totens de identificação de espaços e edifícios públicos são elementos de comunicação visual destinados à identificação dos espaços e edifícios públicos.

§ 8º. Cabine de segurança é o equipamento destinado a abrigar policiais durante 24 horas por dia, com acesso externo tipo balcão para atendimento dos transeuntes, com capacidade para prestação de primeiros socorros, contendo pequeno sanitário, além de espaço para detenção provisória de, pelo menos, 1 (uma) pessoa.

§ 9º. Quiosques são equipamentos destinados à comercialização e prestação de serviços diversos, implantados em praças e logradouros públicos, em locais e quantidades a serem estipuladas pelo Poder Público Municipal, sem prejuízo do comércio local regularmente estabelecido e do trânsito de pedestres.

§ 10. As bancas para a comercialização de jornais e revistas, instaladas em espaços públicos, obedecerão a um cronograma de instalação, decorrente da aprovação do desenho do mobiliário em relação ao desenho urbano e da aprovação de sua instalação naquele espaço específico.

§ 11. Bicicletário é o equipamento destinado a abrigar bicicletas do público em geral, adaptável a estações de metrô, ônibus e trens, escolas e instituições.

§ 12. Grade de proteção de terra ao pé de árvores é aquela elaborada em forma de gradil, destinada à proteção das bases de árvores em calçadas, podendo servir de piso no mesmo nível do pavimento das referidas calçadas.

§ 13. Protetores de árvore são aqueles elaborados em forma de gradil protetor da muda ou arbusto, instalados em vias, logradouros ou outros espaços públicos, tais como praças, jardins e parques, de acordo com projetos paisagísticos elaborados pelo Poder Público Municipal ou pelo concessionário, em material de qualidade não agressivo ao meio ambiente.

§ 14. As lixeiras, destinadas ao descarte de material inservível de pouco volume, serão instaladas nas calçadas, em pontos e intervalos estratégicos, sem prejuízo do tráfego de pedestres ou de pessoas com deficiência ou mobilidade reduzida.

§ 15. Relógios/termômetros são 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.

§ 16. Estrutura de suporte para terminal da Rede Pública de Informação e Comunicação são estruturas destinadas a conter equipamentos de informática, compondo terminais integrados ao "hardware" da Rede Pública Interativa de Informação e Comunicação, a serem instalados em locais públicos abrigados, de intenso trânsito de pedestres.

§ 17. Suportes para afixação gratuita de pôsteres são elementos estruturados para receber a aplicação de pequenos pôsteres do tipo "lambe-lambe", que promovem eventos culturais, sem espaço para publicidade.

§ 18. Painéis de mensagens variáveis para uso exclusivo de informações de trânsito são equipamentos eletrônicos destinados a veicular mensagens de caráter exclusivamente informativo e de utilidade no que se refere ao sistema viário e de trânsito da cidade.

§ 19. Colunas multiuso são aquelas destinadas à fixação de publicidade, cujo desenho deve ser compatível com o seu entorno, podendo abrigar funções para suporte de equipamentos de serviços, tais como quiosques de informação e venda de ingressos.

§ 20. Estações de transferência são locais protegidos para passageiros de ônibus em operações de transbordo.

§ 21. Abrigos para pontos de táxi são instalações de proteção contra as intempéries, destinadas à proteção dos usuários do sistema regular de táxis, devendo, em sua concepção, definir os locais para veiculação de publicidade e painéis informativos referentes ao sistema de transporte e sua integração com o metropolitano.

Art. 23. 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;

V - estar localizado em esquinas, viadutos, pontes e belvederes, salvo os equipamentos de informação básica ao pedestre ou de denominação de logradouro público.

Parágrafo único. A instalação do mobiliário urbano nos passeios públicos deverá necessariamente observar uma faixa de circulação de, no mínimo, metade de sua largura, nunca inferior a 1,50m (um metro e cinquenta centímetros); nos calçadões, a faixa de circulação terá 4,50m (quatro metros e cinquenta centímetros) de largura.

#### CAPÍTULO IV

#### DO PROCEDIMENTO ADMINISTRATIVO

#### Seção I

##### Do Licenciamento e do Cadastro de Anúncios - CADAN

Art. 24. Os anúncios indicativos somente poderão ser instalados após a devida emissão da licença que implicará seu registro imediato no Cadastro de Anúncios - CADAN.

Art. 25. O licenciamento do anúncio indicativo será promovido por meio eletrônico, conforme regulamentação específica, não sendo necessária a sua renovação, desde que não haja alteração em suas características.

Parágrafo único. Qualquer alteração na característica, dimensão ou estrutura de sustentação do anúncio implica a exigência de imediata solicitação de nova licença.

Art. 26. A colocação de anúncio de finalidade cultural ficará sujeita à autorização da Secretaria Municipal de Cultura - SMC, dispensando-se seu licenciamento.

Art. 27. Ficam dispensados de licenciamento os anúncios instalados em mobiliários e equipamentos urbanos, inclusive quanto ao seu cadastramento no órgão competente estabelecido no respectivo contrato.

Art. 28. O despacho de indeferimento de pedido da licença de anúncio indicativo será devidamente fundamentado.

Parágrafo único. O indeferimento do pedido não dá ao requerente o direito à devolução de eventuais taxas ou emolumentos pagos.

Art. 29. O prazo para pedido de reconsideração de despacho ou de recurso é de 30 (trinta) dias corridos, contados a partir da data da publicação do despacho no Diário Oficial da Cidade.

Parágrafo único. Os pedidos de reconsideração de despacho ou de recurso não terão efeito suspensivo.

#### Seção II

##### Do cancelamento da licença do anúncio

Art. 30. 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 - quando ocorrer alteração no Cadastro de Contribuintes Mobiliários - CCM;

VI - por infringência a qualquer das disposições desta lei ou de seu decreto regulamentar, caso não sejam sanadas as irregularidades dentro dos prazos previstos;

VII - pelo não-atendimento a eventuais exigências dos órgãos competentes;

VIII - pela ocorrência da hipótese prevista no parágrafo único no art. 25 desta lei.

Art. 31. Os responsáveis pelo anúncio, nos termos do art. 32 desta lei, deverão manter o número da licença de anúncio indicativo ou CADAN de forma visível e legível do logradouro público, sob pena de aplicação das sanções estabelecidas nos arts. 40 e seguintes.

Parágrafo único. Os responsáveis pelo anúncio deverão manter, no imóvel onde está instalado, à disposição da fiscalização, toda a documentação comprobatória da regularidade junto ao Cadastro de Anúncio - CADAN, da inscrição no Cadastro de Contribuintes Mobiliários - CCM e dos pagamentos da Taxa de Fiscalização de Anúncio - T.F.A.

#### Seção III

##### Dos responsáveis pelo anúncio

Art. 32. Para efeitos desta lei, 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, também 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.  
 § 4º. Os responsáveis pelo anúncio responderão administrativa, civil e criminalmente pela veracidade das informações prestadas.

#### Seção IV

##### Das Instâncias Administrativas e Competências

Art. 33. Para a apreciação e decisão da matéria tratada nesta lei, serão observadas as seguintes instâncias administrativas, no âmbito da competência das Subprefeituras:

I - Supervisor de Uso e Ocupação do Solo;

II - Chefe de Gabinete;

III - Subprefeito;

IV - Prefeito.

Art. 34. Compete à Secretaria Municipal de Coordenação das Subprefeituras - SMSP:

I - supervisionar e articular a atuação das Subprefeituras em matéria de paisagem urbana;

II - expedir atos normativos e definir procedimentos administrativos para fiel execução desta lei e de seu regulamento;

III - gerenciar o cadastro único dos anúncios da cidade - CADAN, bem como a veiculação eletrônica no "site" da Prefeitura para o conhecimento e acompanhamento de todos os cidadãos.

Art. 35. Compete à Comissão de Proteção à Paisagem Urbana - CPPU:

I - apreciar e emitir parecer sobre casos de aplicação da legislação de anúncios, mobiliário urbano e inserção de elementos na paisagem urbana;

II - dirimir dúvidas na interpretação de dispositivos desta lei ou em face de casos omissos;

III - elaborar e apreciar projetos de normas modificativas ou inovadoras da legislação vigente, referentes a anúncios, mobiliário urbano e paisagem urbana, com as justificativas necessárias visando sua constante atualização, diante de novas exigências técnicas e peculiares locais;

IV - propor à Comissão Municipal de Política Urbana diretrizes relativas à política municipal de proteção e promoção da boa qualidade da paisagem urbana;

V - propor e expedir atos normativos administrativos sobre a ordenação dos anúncios, paisagem e meio ambiente;

VI - expedir atos normativos para fiel execução desta lei e de seu regulamento, apreciando e decidindo a matéria pertinente.

Art. 36. Compete às Subprefeituras:

I - licenciar e cadastrar os anúncios indicativos, inclusive os que já foram protocolados anteriormente à data da publicação desta lei;

II - fiscalizar o cumprimento desta lei e punir os infratores e responsáveis, aplicando as penalidades cabíveis.

Art. 37. Compete à Secretaria Municipal de Cultura - SMC:

I - expedir atos normativos quanto à classificação dos anúncios de finalidade cultural e quanto às características e parâmetros para anúncios em bens de valor cultural, conforme definido no inciso VI do art. 6º desta lei;

II - emitir parecer, no âmbito de suas atribuições, quanto ao enquadramento das situações não previstas ou passíveis de dúvidas;

III - autorizar e fixar condições para a instalação dos anúncios indicativos nos bens de valor cultural, conjuntamente com a Secretaria Municipal de Planejamento - SEMPLA, conforme o art. 125 da Lei nº 13.885, de 25 de agosto de 2004.

Art. 38. Compete à Empresa Municipal de Urbanização - EMURB, quanto aos elementos da paisagem urbana:

I - propor normas e programas específicos para os distintos setores da cidade;

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

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

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

V - propor normas e diretrizes para implantação dos elementos componentes da paisagem urbana para a veiculação da publicidade;

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

#### CAPÍTULO V

##### DAS INFRAÇÕES E PENALIDADES

Art. 39. Para os fins desta lei, consideram-se infrações:

I - exibir anúncio:

a) sem a necessária licença de anúncio indicativo ou a autorização do anúncio especial, quando for o caso;

b) com dimensões diferentes das aprovadas;

c) fora do prazo constante da licença de anúncio indicativo ou da autorização do anúncio especial;

d) sem constar de forma legível e visível do logradouro público, o número da licença de anúncio indicativo ou CADAN;

II - manter o anúncio em mau estado de conservação;

III - não atender a intimação do órgão competente para a regularização ou a remoção do anúncio;

IV - veicular qualquer tipo de anúncio em desacordo com o disposto nesta lei e nas demais leis municipais, estaduais e federais pertinentes;

V - praticar qualquer outra violação às normas previstas nesta lei ou em seu decreto regulamentar.

Parágrafo único. Para todos os efeitos desta lei, respondem solidariamente pela infração praticada os responsáveis pelo anúncio nos termos do art. 32.

Art. 40. A inobservância das disposições desta lei sujeitará os infratores, nos termos de seu art. 32, às seguintes penalidades:

I - multa;

II - cancelamento imediato da licença do anúncio indicativo ou da autorização do anúncio especial;

III - remoção do anúncio.

Art. 41. Na aplicação da primeira multa, sem prejuízo das demais penalidades cabíveis, os responsáveis serão intimados a regularizar o anúncio ou a removê-lo, quando for o caso, observados os seguintes prazos:

I - 5 (cinco) dias, no caso de anúncio indicativo ou especial;

II - 24 (vinte e quatro) horas, no caso de anúncio que apresente risco iminente.

Art. 42. Na hipótese do infrator não proceder à regularização ou remoção do anúncio instalado irregularmente, a Municipalidade adotará as medidas para sua retirada, ainda

que esteja instalado em imóvel privado, cobrando os respectivos custos de seus responsáveis, independentemente da aplicação das multas e demais sanções cabíveis. Parágrafo único. O Poder Público Municipal poderá ainda interditar e providenciar a remoção imediata do anúncio, ainda que esteja instalado em imóvel privado, em caso de risco iminente de segurança ou da reincidência na prática de infração, cobrando os custos de seus responsáveis, não respondendo por quaisquer danos causados ao anúncio quando de sua remoção.

Art. 43. As multas serão aplicadas da seguinte forma:

- I - primeira multa no valor de R\$ 10.000,00 (dez mil reais) por anúncio irregular;
- II - acréscimo de R\$ 1.000,00 (mil reais) para cada metro quadrado que exceder os 4,00m<sup>2</sup> (quatro metros quadrados);
- III - persistindo a infração após a aplicação da primeira multa e a intimação referidas no art. 41 e nos incisos I e II deste artigo, sem que sejam respeitados os prazos ora estabelecidos, será aplicada multa correspondente ao dobro da primeira, reaplicada a cada 15 (quinze) dias a partir da lavratura da anterior, até a efetiva regularização ou a remoção do anúncio, sem prejuízo do ressarcimento, pelos responsáveis, dos custos relativos à retirada do anúncio irregular pela Prefeitura.

§ 1º. No caso do anúncio apresentar risco iminente, a segunda multa, bem como as reaplicações subsequentes, ocorrerão a cada 24 (vinte e quatro) horas a partir da lavratura da multa anterior até a efetiva remoção do anúncio.

§ 2º. Nos casos previstos nos arts. 9º e 10 desta lei, em que não é permitida a veiculação de anúncios publicitários por meio de "banners", "lambe-lambe", faixas, pinturas e outros elementos que promovam profissionais, serviços ou qualquer outra atividade nas vias e equipamentos públicos, as sanções estipuladas neste artigo serão também aplicadas aos respectivos responsáveis, que passarão a integrar cadastro municipal próprio, que será veiculado pela Internet no "site" da Prefeitura, na condição de "cidadão não responsável pela cidade".

## CAPÍTULO VI

### DAS DISPOSIÇÕES FINAIS E TRANSITÓRIAS

Art. 44. Todos os anúncios publicitários, inclusive 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 até 31 de dezembro de 2006.

Parágrafo único. Em caso de descumprimento do disposto no "caput" deste artigo, serão impostas as penalidades previstas nos arts. 40 a 43 desta lei:

- I - à empresa registrada no Cadastro de Empresas de Publicidade Exterior - CADEPEX que tenha requerido a licença do anúncio;
- II - ao proprietário ou possuidor do imóvel onde o anúncio estiver instalado;
- III - ao anunciante;
- IV - à empresa instaladora;
- V - aos profissionais responsáveis técnicos;
- VI - à empresa de manutenção.

Art. 45. Todos os anúncios especiais autorizados e indicativos já licenciados deverão ser adequar ao disposto nesta lei até 31 de dezembro de 2006.

§ 1º. O prazo previsto no "caput" deste artigo poderá ser prorrogado por mais 90 (noventa) dias, caso os responsáveis pelo anúncio justifiquem a impossibilidade de seu atendimento, mediante requerimento ao órgão competente do Executivo.

§ 2º. Em caso de não-atendimento aos prazos previstos neste artigo, serão impostas as penalidades previstas nos arts. 40 a 43 desta lei.

Art. 46. A critério do Executivo, o Cadastro de Empresas de Publicidade Exterior - CADEPEX poderá ser extinto.

Art. 47. Novas tecnologias e meios de veiculação de anúncios, bem como projetos diferenciados não previstos nesta lei, serão enquadrados e terão seus parâmetros estabelecidos pela Comissão de Proteção da Paisagem Urbana - CPPU.

Art. 48. O Poder Executivo promoverá as medidas necessárias para viabilizar a aplicação das normas previstas nesta lei, em sistema computadorizado, estabelecendo, mediante portaria, a padronização de requerimentos e demais documentos necessários ao seu cumprimento.

Art. 49. Os pedidos de licença de anúncios indicativos e de autorização de anúncios especiais pendentes de apreciação na data da entrada em vigor desta lei deverão adequar-se às exigências e condições por ela instituídas.

Art. 50. O Poder Executivo poderá celebrar termo de cooperação com a iniciativa privada visando à execução e manutenção de melhorias urbanas, ambientais e paisagísticas, bem como à conservação de áreas municipais, atendido o interesse público.

§ 1º. O Poder Executivo estabelecerá critérios para determinar a proporção entre o valor financeiro dos serviços e obras contratadas e as dimensões da placa indicativa do termo de cooperação, bem como a forma de inserção dessas placas na paisagem.

§ 2º. Os termos de cooperação terão prazo de validade de, no máximo, 3 (três) anos e deverão ser publicados na íntegra no Diário Oficial da Cidade, no prazo máximo de 30 (trinta) dias contados da data de sua assinatura, observadas as normas constantes desta lei e as disposições estabelecidas em decreto.

Art. 51. A Secretaria Municipal de Coordenação das Subprefeituras e as Subprefeituras poderão celebrar contratos com empresas privadas, visando à prestação de serviços de apoio operacional para a fiscalização, bem como de remoção de anúncios.

Art. 52. A Secretaria Municipal de Coordenação das Subprefeituras publicará, no Diário Oficial da Cidade, no prazo de 30 (trinta) dias a partir da publicação desta lei, todas as licenças dos anúncios indicativos, com a respectiva data de emissão, número do Cadastro de Anúncios - CADAN, nome da empresa responsável e data de validade de cada anúncio.

Parágrafo único. Caberá à Secretaria Municipal de Coordenação das Subprefeituras a veiculação, pela Internet, das publicações relativas às licenças emitidas por cada Subprefeitura.

Art. 53. A Secretaria Municipal de Habitação - SEHAB publicará, no Diário Oficial da Cidade, no prazo de 30 (trinta) dias a partir da publicação desta lei, todas as licenças dos anúncios publicitários, com a respectiva data de emissão, número do Cadastro de Anúncios - CADAN, nome da empresa responsável e data de validade de cada anúncio.

Art. 54. O Poder Executivo regulamentará a presente lei no prazo de 60 (sessenta) dias, contados da data de sua publicação.

Art. 55. As despesas com a execução desta lei correrão por conta das dotações orçamentárias próprias, suplementadas se necessário.

Art. 56. Ficam revogadas as Leis nº 10.571, de 8 de julho de 1988, nº 11.613, de 13 de julho de 1994, nº 12.849, de 20 de maio de 1999, nº 13.517, de 29 de janeiro de 2003, nº 13.525, de 28 de fevereiro de 2003, alterada pela Lei nº 13.687, de 19 de dezembro de 2003, e as Leis nº 14.017, de 28 de junho de 2005, e nº 14.066, de 17 de outubro de 2005.

Art. 57. Esta lei entrará em vigor na data de sua publicação, aplicando-se também a todos os pedidos de licenciamento de anúncios pendentes de apreciação.

PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE SÃO PAULO, aos 26 de setembro de 2006, 453º da fundação de São Paulo.

GILBERTO KASSAB, PREFEITO

Publicada na Secretaria do Governo Municipal, em 26 de setembro de 2006.

ALOYSIO NUNES FERREIRA FILHO, Secretário do Governo Municipal

Page 1 of 1  
01-0189/16330  
Al

Câmara Municipal de São Paulo

Base de dados : legis

Pesquisa : 14998

Total de referências : 1

1/1

Título: LEI Nº 14.998 20/10/2009 ([ver documento](#))

Sem revogação expressa

Ementa: Dispõe sobre a divulgação da frase "SE BEBER, NÃO DIRIJA" em cardápios de bares, restaurantes e casas de eventos na Cidade de São Paulo, e dá outras providências.

Projeto: Projeto de Lei Nº 613/2005 ([ver documento](#))

Autor(es): Adilson Amadeu

[ [Back](#) ]

**LEI Nº 14.998 DE 20 DE OUTUBRO DE 2009**

(PROJETO DE LEI Nº 613/05)

(VEREADOR ADILSON AMADEU - PTB)

Dispõe sobre a divulgação da frase "SE BEBER, NÃO DIRIJA" em cardápios de bares, restaurantes e casas de eventos na Cidade de São Paulo e dá outras providências.

Antonio Carlos Rodrigues, Presidente da Câmara Municipal de São Paulo, faz saber que a Câmara Municipal de São Paulo, de acordo com o § 7º do artigo 42 da Lei Orgânica do Município de São Paulo, promulga a seguinte lei:

Art. 1º Fica obrigatória a divulgação da frase "SE BEBER, NÃO DIRIJA" em todos os cardápios de bares, restaurantes e casas de eventos na Cidade de São Paulo.

Art. 2º Deve a frase ser impressa ou aplicada por meio de autocolantes e adesivos em local visível e de destaque.

Art. 3º As letras da frase deverão ter cores diferenciadas dentro do texto para maior destaque.

Art. 4º O não-cumprimento das exigências desta lei implicará ao infrator a imposição de multa no valor de R\$ 1.500,00 (mil e quinhentos reais), cobrada em dobro em caso de reincidência.

Parágrafo único. A multa de que trata o "caput" deste artigo será atualizada anualmente pela variação do Índice de Preços ao Consumidor Amplo - IPCA, apurado pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE, acumulada no exercício anterior, sendo que, no caso de extinção deste índice, será adotado outro índice criado pela legislação federal e que reflita a perda do poder aquisitivo da moeda.

Art. 5º O Executivo regulamentará a presente lei no prazo de 90 (noventa) dias, em especial no tocante aos aspectos procedimentais e de fiscalização.

Art. 6º As despesas decorrentes da implantação desta lei correrão por conta das dotações orçamentárias próprias, suplementas se necessário.

Art. 7º Esta lei entra em vigor na data de sua publicação, revogadas as disposições em contrário.

Câmara Municipal de São Paulo, 20 de outubro de 2009.

O Presidente, Antonio Carlos Rodrigues

Publicada na Secretaria Geral Parlamentar da Câmara Municipal de São Paulo, em 20 de outubro de 2009.

O Secretário Geral Parlamentar, Breno Gandelman

PROJETO DE LEI 01-0709/2001, do Vereador Carlos Apolinario.

"Dispõe sobre as restrições ao uso e à propaganda de produtos fumíferos e bebidas alcoólicas no município de São Paulo.

A CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO decreta:

Art. 1º - As empresas responsáveis pela colocação e afixação de outdoors no município de São Paulo deverão:

I - Cadastrar todos os locais em que serão exibidas propagandas dos produtos de que trata o presente projeto de lei;

II - Para cada outdoor colocado, exibindo propaganda dos produtos citados nesta lei, a empresa responsável pela fixação das propagandas deverá pagar aos cofres do município o valor de R\$ 500,00 (Quinhentos Reais) dia;

III - O pagamento a que se refere o item anterior deverá ser recolhido aos cofres públicos até o dia anterior ao primeiro dia de exibição da propaganda;

IV - Caso a empresa responsável pelo outdoor não efetue o pagamento, será cobrado da mesma, multa diária no valor de R\$ 2.000,00 (Dois mil Reais);

Art. 2º - O Poder Executivo regulamentará a presente lei no prazo de 15 dias, a contar de sua publicação.

Art. 3º - Esta lei entrará em vigor na data de sua publicação.

Art. 4º - Revogam-se as disposições em contrário.

Sala das sessões, Às Comissões competentes."

**PROJETO DE LEI 01-0771/2003, das Vereadoras Lucila Pizani Gonçalves (PT) Flávia Pereira (PT) e dos Vereadores Nabil Bonduki (PT) e Toninho Campanha (PDT)**

"Regula a venda e o anúncio de bebidas alcoólicas no Município de São Paulo.

Art. 1º- Os estabelecimentos que comercializam alimentos no Município de São Paulo, sujeitos ao Cadastro Municipal de Vigilância Sanitária - CMVS, ficam obrigados a declarar a venda ou consumo de bebidas alcoólicas.

§ 1º- Estão obrigados todos os estabelecimentos que tenham por atividade principal ou complementar a venda de bebidas alcoólicas, bem com aqueles que oferecem a possibilidade de consumo de bebidas alcoólicas no local da venda;

§ 2º- Para os fins desta lei, será considerada bebida alcoólica toda substância que contenha qualquer grau de teor alcoólico.

Art. 2º- As taxas previstas para o cadastramento dos estabelecimentos que comercializam bebidas alcoólicas terão os seguintes acréscimos:

I- 25% (vinte e cinco por cento) para os estabelecimentos comerciais com atividade exclusiva de venda;

II- 50% (cinquenta por cento) para estabelecimentos comerciais que pratiquem a venda e o consumo no local;

III- 100% (cem por cento) para os estabelecimentos noturnos ou que funcionem 24 horas.

Art. 3º- Não receberão o Cadastro Municipal de Vigilância Sanitária- CMVS os estabelecimentos que ofereçam venda com o consumo de bebida alcoólica localizados num raio de até 500(quinhetos) metros de estabelecimentos de ensino médio e fundamental.

§ 1º- Os estabelecimentos que possuem o cadastro terão prazo a ser regulamentado pelo Executivo para readequarem as suas atividades;

§ 2º- Os estabelecimentos que possuem o cadastro e não providenciaram a readequação das atividades em conformidade com esta lei terão o cadastramento revogado.

Art. 4º - Será aplicada multa de R\$500,00 (Quinhentos reais) para os estabelecimentos que vendam bebida alcoólica sem o devido cadastro.

§ 1º- Em caso de reincidência a multa será o dobro da quantia estipulada no "caput" deste artigo;

§ 2º- Será cancelado o Alvará de Localização, Instalação e Funcionamento, na hipótese de reincidência por mais de duas vezes;

§ 3º- A multa de que trata o "caput" deste artigo será atualizada anualmente pela variação do Índice de Preços ao Consumidor Amplo-IPCA, apurado pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística- IBGE acumulada no exercício anterior, sendo que, no caso de extinção deste índice, será adotado outro índice criado pela legislação federal e que reflita a perda do poder aquisitivo da moeda.

5º- A arrecadação proveniente das taxas de cadastramento e das multas aplicadas será revertida para o Fundo Municipal de Saúde e será utilizada especificamente para custear estratégias de prevenção e tratamento das consequências do uso indevido de bebidas alcoólicas.

Art. 6º - Será revogada a licença de localização e funcionamento dos estabelecimentos que venderem bebida alcoólica para menores de 18(dezoito) anos ou para pessoas visivelmente alteradas pela ingestão da bebida.

Art. 7º - Na concessão da licença para anúncios de propagandas de bebidas alcoólicas a Prefeitura deverá fixar critérios que levem em consideração:

I- a saúde pública;

II- a necessidade de prevenção ao uso excessivo de bebidas alcoólicas;

III- os índices de violência relacionados ao abuso de ingestão de bebidas alcoólicas no Município, com limitação ou interrupção da propaganda nos bairros mais afetados.

Art. 8º - É obrigatória a colocação de advertência sobre a idade mínima e consumo excessivo de bebida alcoólica em todo o anúncio de propaganda de bebida alcoólica no Município de São Paulo.

Parágrafo único- A advertência deverá ser na mesma proporção do impacto causado pela propaganda de incentivo ao consumo da bebida alcoólica.

Art. 9º - Fica proibido o patrocínio de eventos promovidos pela Prefeitura por qualquer marca de bebida alcoólica.

Art. 10 - O Executivo providenciará para o conhecimento da população, quando da realização de eventos populares em vias públicas ou em próprios municipais:

I- esclarecimentos sobre como beber com responsabilidade;

II- advertência sobre os perigos do excesso do consumo de bebidas alcoólicas;

III - telefone ou endereço de entidades da região onde o evento se realiza que trabalhem com a recuperação de alcoolistas;

IV - telefone de órgão público para recebimento de denúncia de venda de bebida alcoólicas a menores.

Art. 11 - O Executivo providenciará um sistema de banco de dados eletrônico com informações sobre os estabelecimentos cadastrados e licenciados.

§ 1º - As informações serão compartilhadas entre as Secretarias da Saúde, da Segurança Urbana, o Conselho Municipal de Políticas Públicas de Drogas e Alcool-COMUDA e o Conselho Municipal dos Direitos da Criança e do Adolescente-CMDCA;

§ 2º - O banco de dados de que trata o "caput" deste artigo tem como objetivo obter informações necessárias que orientem a política municipal de prevenção ao consumo de bebidas alcoólicas, para minimizar as causas e as consequências da violência relacionadas ao consumo do álcool no Município de São Paulo.

Art. 12 - Será garantida orientação aos estabelecimentos cadastrados e licenciados sobre a responsabilidade da oferta para venda ou consumo de bebidas alcoólicas.

§ 1º - Nos casos de estabelecimentos com atividade de venda e consumo no local de bebidas alcoólicas será garantida a conscientização e o treinamento dos empregados envolvidos no contato com a clientela para a adoção de atitudes que visem à proteção do usuário de bebidas alcoólicas;

§ 2º - O Executivo fica autorizado a estabelecer convênios com entidades privadas devidamente avaliadas pelo Conselho Municipal de Políticas Públicas de Drogas e Alcool - COMUDA para atingir os objetivos previstos no "caput" deste artigo.

Art. 13 - As despesas decorrentes da execução desta lei correrão à conta das dotações orçamentárias próprias consignadas no orçamento vigente, suplementadas se necessário.

Art. 14 - O Executivo regulamentará esta lei no prazo de 60 dias a contar da data de sua publicação.

Art. 15 - Esta lei entrará em vigor na data de sua publicação, revogadas as disposições em contrário.

Sala das Sessões em 25 de Setembro de 2003.

93-059/13-34

Al

**PROJETO DE LEI 01-0385/2005 do Vereador Jooji Hato (PMDB)**

"Proíbe atos de venda e compra de bebidas alcoólicas nos locais que especifica, e dá outras providências.

A CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO decreta:

Art. 1º - É proibida, em locais públicos, a prática de atos de venda e compra de bebidas alcoólicas no âmbito do município.

Art. 2º - Para os fins do disposto nesta lei considerar-se-á locais públicos, todas as áreas públicas exteriores às edificações.

Art. 3º - Os atos de venda e compra de bebidas alcoólicas em locais públicos na forma como especifica esta lei, ficam vedados mesmo àqueles que mantenham qualquer tipo de atividade comercial, ainda que regulamentada pelos órgãos competentes. Art. 4º - Excetua-se a presente lei as festas religiosas e quermesses juninas tradicionalmente realizadas no Município.

Art. 5º - O descumprimento ao disposto no presente lei ensejará as penalidades contidas nos parágrafos I e II do presente caput.

§ 1º - Imediata apreensão das mercadorias.

§ 2º - Multa de 150 (cento e cinquenta) UFIR a cada ocorrência para o consumidor e 300 (trezentas) UFIR para o comerciante, estando este regularizado ou não, aplicando-se a penalidade em dobro, no caso de reincidência para atos de venda.

Art. 6º - O Poder Executivo regulamentará a presente lei, no prazo de 60 (sessenta) dias, a contar da data de sua publicação.

Art. 7º - As despesas decorrentes da execução desta lei correrão por conta de dotações orçamentárias próprias, suplementadas se necessário.

Art. 8º - Esta lei entrará em vigor na data de sua publicação revogadas as disposições em contrário.

Sala das Sessões, Às Comissões competentes."

34  
01-0189/13  
35  
1

PROJETO DE LEI 01-0513/2007 do Vereador Ricardo Teixeira (PSDB)

PROÍBE TODO E QUALQUER TIPO DE PROPAGANDA DE BEBIDA ALCOÓLICA NO MUNICÍPIO DE SÃO PAULO E DÁ OUTRAS PROVIDÊNCIAS.

Art. 1º Fica proibido no Município de São Paulo todo e qualquer tipo de publicidade ou propaganda de bebida que contenha qualquer teor alcoólico.

§ 1º Excetua-se da proibição do "caput" deste artigo a publicidade ou propaganda que contenha caráter informativo acerca dos malefícios do álcool.

Art. 2º O descumprimento ao disposto no art. 1º desta lei sujeitará o infrator às seguintes penalidades:

I - multa no valor de R\$ 3.000,00 (três mil reais) para estabelecimentos comerciais, dobrada na reincidência;

II - cassação da licença de funcionamento de estabelecimentos comerciais na ocorrência da terceira infração.

III - multa no valor de 20.000,00 (vinte mil reais) para emissoras de rádio, dobrada na reincidência;

IV - multa no valor de 40.000,00 (quarenta mil reais) para emissoras de televisão, dobrada na reincidência.

Parágrafo Único - Constatada a irregularidade, além das sanções previstas no "caput" deste artigo, a Administração Municipal deverá comunicar o fato ao Conselho Municipal de Políticas Públicas de Drogas e Álcool - COMUDA, para a adoção das demais providências pertinentes.

Art. 3º - O Executivo regulamentará esta lei, no que couber, no prazo de 90 (noventa) dias contados da data de sua publicação.

Art. 4º - As despesas decorrentes da execução desta lei correrão por conta das dotações orçamentárias próprias, suplementadas se necessário.

Art. 5º - Esta lei entrará em vigor na data de sua publicação, revogadas as disposições em contrário.

Sala das Sessões, Às Comissões competentes

PUBLICADO DOC 04/04/2012, PÁG 129

**PROJETO DE LEI 01-00134/2012 do Vereador Adilson Amadeu (PTB)**

"Dispõe sobre a exposição, nos locais que especifica, de bebidas alcoólicas, no Município de São Paulo e dá outras providências.

A Câmara Municipal de São Paulo DECRETA:

Art. 1º Fica proibida a exposição, de qualquer forma, inclusive promocional, de bebidas alcoólicas, e sua consequente comercialização e consumo, em todo e qualquer recinto público, de uso coletivo, independente de sua natureza, no qual o Poder Público Municipal detenha sua titularidade patrimonial, seja responsável por sua administração, ou, de toda forma, tenha patrocínio dos órgãos governamentais em evento que se realize nestes locais, bem como nas vias e logradouros públicos, postos de combustíveis, e similares.

§ 1º Aplica-se a proibição a que se refere o "caput" deste artigo, à pessoa que portar, carregar ou transportar bebida alcoólica, de forma ostensiva, mesmo que não a comercialize ou consuma.

§ 2º Excetuam-se do disposto neste artigo os recintos onde se realizarem eventos fechados.

Art. 2º Para os efeitos desta lei entende-se por recinto público, os logradouros públicos como, ruas, avenidas, e toda passagem de pessoas bem como, os parques, exposições, festas, feiras, congressos, e outros em que tenha a participação dos órgãos oficiais, quaisquer que sejam os Poderes e seus Entes Governamentais.

Art. 3º A não observância a esta lei, acarretará multa ao comerciante no valor de R\$ 5.000,00 (Cinco mil reais).

Parágrafo único - A multa que trata o "caput" deste artigo será atualizada anualmente pela variação do Índice de Preços ao Consumidor Amplo - IPCA, apurado pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE acumulada no exercício anterior, sendo que, no caso de extinção deste índice, será adotado outro índice criado pela legislação federal e que reflita a perda do poder aquisitivo da moeda.

Art. 4º - No descumprimento ao que estabelece o § 1º do artigo 1º desta lei, ficarão os responsáveis sujeitos às sanções de natureza civil e criminal, aplicáveis à espécie.

Art. 5º - Em cumprimento ao princípio da publicidade que norteiam todas as normas no território nacional, o Poder Executivo promoverá ampla divulgação das regras contidas nesta lei, através de campanhas educativas, nos meios de comunicação, assim como de avisos ostensivos, em todos os locais definidos nesta lei, das regras aqui contidas e de sua regulamentação.

Art. 6º- O poder Executivo Municipal regulamentara a presente Lei no prazo de 90(noventa) dias.

Art. 7º - As despesas decorrentes da aplicação desta lei correrão à conta das dotações próprias consignadas no orçamento, suplementadas se necessário.

Art. 8 - Esta lei entra em vigor na data de sua publicação.

Sala das Sessões, Às Comissões Competentes, 28 de março de 2012."

36  
01-0189/13 fls. 37  
Al

PUBLICADO DOC 23/08/2012, PÁG 106

**PROJETO DE LEI 01-00358/2012 do Vereador Fernando Estima (PSD)**

"Dispõe sobre a proibição de propaganda de bebidas alcoólicas, no âmbito do Município de São Paulo, e dá outras providências.

A Câmara Municipal de São Paulo D E C R E T A:

Art. 1º Fica proibida a propaganda de bebidas alcoólicas no âmbito do Município de São Paulo.

Parágrafo único. A proibição de que trata o "caput" deste artigo abrangerá toda e qualquer mídia e veículo de informação.

Art. 2º O descumprimento do disposto nesta Lei acarretará na imposição de multa no valor de R\$ 3.000,00 (três mil reais) por anúncio veiculado, dobrada em sua reincidência.

Parágrafo único. A multa prevista no "caput" deste artigo será atualizada anualmente pela variação do Índice de Preços ao Consumidor Amplo - IPCA, apurado pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE, acumulada no exercício anterior, sendo que, no caso de extinção deste índice, será adotado outro índice criado pela legislação federal e que reflita a perda do poder aquisitivo da moeda.

Art. 3º O Poder Executivo regulamentará a presente Lei, no que couber, no prazo máximo de 90 (noventa) dias, contados da data de sua publicação.

Art. 4º As despesas com a execução da presente Lei correrão por conta das dotações orçamentárias próprias, suplementadas se necessário.

Art. 5º Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação, revogadas as disposições em contrário.

Sala das Sessões, Às Comissões competentes."

RECEBIDO

Comissão de Constituição, Justiça  
e Legislação Participativa

Em 20/04/11 às 18h20  
RF

João Carlos Dias  
Técnico Administrativo  
RR 11235

Ao Nobre Vereador / A Nobre Vereadora

Laércio Benko  
Nobre Vereador / Nobre Vereadora  
Comissão de Constituição, Justiça e  
Legislação Participativa  
Em 06/05/2013

Obs. O prazo para manifestação é de 8 dias,  
nos termos do § 3º do artigo 63 do R.I.

06/05/13  
Ins

13:30

m s  
37 e 38

17 05 13

*[Handwritten signature]*



**CÂMARA MUNICIPAL DE  
SÃO PAULO**

16 - PAR  
16- 00753/2013

pl0189-13

PARECER Nº ... COMISSÃO DE CONSTITUIÇÃO, JUSTIÇA E  
LEGISLAÇÃO PARTICIPATIVA SOBRE O PROJETO DE LEI Nº 0189/13.

Trata-se de projeto de lei, de iniciativa da Nobre Vereadora Sandra Tadeu, que dispõe sobre a proibição de publicidade de cigarros e bebidas alcoólicas no mobiliário urbano da cidade de São Paulo.

Sob o aspecto jurídico, a propositura pode prosseguir em tramitação, eis que elaborada no regular exercício da competência legislativa desta Casa, consoante será demonstrado.

A matéria de fundo veiculada na propositura é a proteção da saúde pública, sobre a qual compete ao Município legislar de forma a suplementar a legislação federal e estadual, consoante previsão dos artigos 24, XII c/c 30, I e II, da Constituição Federal e dos artigos 13, I e II da Lei Orgânica do Município.

Os danos à saúde causados pelo consumo de cigarros e bebidas alcoólicas são notórios, bem como o consequente prejuízo à qualidade de vida dos cidadãos e oneração em demasia do serviço público de saúde.

Igualmente, é cediço o poder que a publicidade exerce em relação ao comportamento social, influenciando a adoção de condutas ao atrelar, por exemplo, o consumo de determinados produtos a características como alegria, extroversão, sucesso, virilidade, etc.

Note-se que a Constituição Federal já reflete a preocupação com a publicidade de produtos cujo consumo pode ocasionar dano à saúde ao estatuir que:

Art. 220. ...

§ 3º Compete à lei federal:

*II – estabelecer os meios legais que garantam à pessoa e à família a possibilidade de se defenderem de programas ou programações de rádio e televisão que contrariem o disposto no art. 221, bem como da propaganda de produtos, práticas e serviços que possam ser nocivos à saúde e ao meio ambiente.*

*§ 4º A propaganda comercial de tabaco, bebidas alcoólicas, agrotóxicos, medicamentos e terapias estará sujeita a restrições legais, nos termos do inciso II do parágrafo anterior, e conterá, sempre que necessário, advertência sobre os malefícios decorrentes de seu uso.*

Importante observar que a propositura não objetiva vedar cabalmente a realização da publicidade de cigarros e bebidas alcoólicas no território municipal – o que, registre-se, não lhe seria lícito fazer já que tal pretensão estaria relacionada à competência privativa da União, nos termos do art. 22, XXIX da Constituição Federal – mas, tão somente, pretende que o mobiliário urbano não seja utilizado para a publicidade deste tipo de produto em razão dos danos potenciais à saúde que representam.



# CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

pl0189-13

Por outras palavras, a propositura pretende que o Estado não atue como indutor de comportamentos que podem ser prejudiciais à saúde, como é o caso do consumo de cigarros e bebidas alcoólicas, intento este que pode ser atingido ao não permitir a realização de publicidade dos referidos produtos em equipamentos públicos tais como abrigo de parada de transporte público de passageiros e sanitários públicos.

Registre-se, por fim, que a pretensão veiculada pela propositura embasa-se no mesmo fundamento que autoriza o Poder Público a adotar a chamada "licitação sustentável". Com efeito, adotando a licitação sustentável o Poder Público atua como indutor de práticas ambientalmente adequadas, estabelecendo requisitos de preservação do meio ambiente a serem observados na prestação dos serviços/fornecimento de produtos nas contratações realizadas pela Administração Pública. Sobre o tema, oportunas são as ponderações de Vagner Bertoli:

"A Administração Pública, responsável por grande parte da contratação de produtos e serviços, deve adotar posturas em licitações, de modo a conscientizar a todos sobre a responsabilidade social com o meio ambiente. Objetiva ser indutora na produção de produtos e serviços alinhados com o desenvolvimento sustentável, pois, desta forma, o custo benefício será maior". (In: Licitação Sustentável, Revista Eletrônica Jus Vigilantibus, Disponível em: <<http://jusvi.com/artigos/42701>>. Acesso em: 01 agosto 2011, grifamos)

Resta demonstrada, portanto, a competência legislativa municipal para o regramento da matéria.

Por se tratar de matéria sujeita ao quórum de maioria simples para deliberação, é dispensada a votação em Plenário, cabendo tal prerrogativa às Comissões Permanentes, na forma do art. 46, X, do Regimento Interno desta Casa.

Pelo exposto, somos, pela **LEGALIDADE**.

Sala da Comissão de Constituição, Justiça e Legislação Participativa, em 15/05/13

ABOU ANNI

ALESSANDRO QUEDES

ARSELINO TATTO

CONTE LOPES

GOULART

EDUARDO TUMA

GEORGE HATO

LAÉRCIO BENKO

SANDRA TADEU

PUBLICADO NO DIÁRIO OFICIAL

DE 16 / 05 / 2013

Pág. 85 Col. 39

Conferido MTX

María Tereza Afonso da Silva

Técnico Administrativo

RF 10.851

A Comissão de Política Urbana,  
Metropolitana e Meio Ambiente.

Em 20 / 5 / 13

LAÍS DE OLIVEIRA SILVA

RF 11.114

Secretaria

Recebido na Comissão de Política Urbana,

Metropolitana e Meio Ambiente.

São Paulo, 20 / 05 / 2013 às 16h51

Ana Lúcia da Oliveira Souza

Ao Vereador / A Vereadora

TONINHO PRIVA

Para relatar.

Sala da Comissão de Política Urbana, Metropolitana  
e Meio Ambiente.

Em 22 / 05 / 2013

Obs. O prazo para manifestação é de 8 dias, nos  
termos do § 3º artigo 63 do RI.

38  
39  
23 / 05 / 2013  
SOP 17



# Câmara Municipal de São Paulo

do Processo 01-189-2011 em 23/05/2013.

Papel para informação, rubricado como folha nº39

Ana Lúcia de Oliveira Sousa  
RF.: 100823

AO  
SGP-21  
A Pedido.  
São Paulo, 23/05/2013

m      ^  
40.42      23 05 13  
LSL



**CÂMARA MUNICIPAL DE  
SÃO PAULO**

16 - PAR  
16- 00914/2013

01-189/13 fls. 44

222

**PARECER CONJUNTO Nº DAS COMISSÕES REUNIDAS DE  
POLÍTICA URBANA, METROPOLITANA E MEIO AMBIENTE; DE TRÂNSITO,  
TRANSPORTE, ATIVIDADE ECONÔMICA, TURISMO, LAZER E GASTRONOMIA; DE  
SAÚDE, PROMOÇÃO SOCIAL, TRABALHO E MULHER E DE FINANÇAS E  
ORÇAMENTO SOBRE O PROJETO DE LEI Nº 189/13.**

De autoria da nobre Vereadora Sandra Tadeu, o presente projeto de lei *dispõe sobre a proibição de publicidade de cigarros e bebidas alcoólicas no mobiliário urbano da Cidade de São Paulo, e dá outras providências.*

Segundo a autora, é inaceitável que espaços públicos da Cidade de São Paulo sejam destinados a divulgação de cigarros e bebidas alcoólicas, pois inclusive o congresso nacional acaba de endurecer as regras para quem dirigir embriagado. Argumenta, ainda, que o próprio governo federal tem limitado os espaços públicos para a propaganda destes produtos em razão de uma política de saúde pública que tem como diretriz a prevenção dos males que acometem a saúde das pessoas, como o câncer e as dependências decorrentes do uso de bebidas alcoólicas e do tabaco.

A Comissão de Constituição, Justiça e Legislação Participativa manifestou-se pela **legalidade** da propositura.

A Comissão de Política Urbana, Metropolitana e Meio Ambiente, considerando o elevado interesse público de que se reveste a iniciativa, consigna voto **favorável** ao projeto.

A Comissão de Trânsito, Transporte, Atividade Econômica, Turismo, Lazer e Gastronomia, no âmbito de sua competência, entende que a proposição merece prosperar, posicionando-se, portanto, **favoravelmente** a sua aprovação.

A Comissão de Saúde, Promoção Social, Trabalho, Idoso e Mulher, reconhecendo o caráter meritório da iniciativa, sob o ponto de vista da saúde pública, manifesta-se de modo **favorável** ao projeto em pauta.

Quanto ao aspecto financeiro, a Comissão de Finanças e Orçamento nada tem a opor, posicionando-se com parecer **favorável** à proposição.

Sala das Comissões Reunidas, em 30/01/2013

17 - RELCOM  
17- 00923/2013

1 de 3

01-189/13  
RSC



**CÂMARA MUNICIPAL DE  
SÃO PAULO**

**PARECER CONJUNTO Nº DAS COMISSÕES REUNIDAS DE  
POLÍTICA URBANA, METROPOLITANA E MEIO AMBIENTE; DE TRÂNSITO,  
TRANSPORTE, ATIVIDADE ECONÔMICA, TURISMO, LAZER E GASTRONOMIA; DE  
SAÚDE, PROMOÇÃO SOCIAL, TRABALHO E MULHER E DE FINANÇAS E  
ORÇAMENTO SOBRE O PROJETO DE LEI Nº 189/13.**

**COMISSÃO DE POLÍTICA URBANA, METROPOLITANA E MEIO AMBIENTE** *OK*

*[Signature]*  
DALTON SILVANO

ANDREA MATARAZZO

NELO RODOLFO

JOSÉ POLICE NETO

PAULO FRANGE

*[Signature]*  
NABIL BONDUKI

*[Signature]*  
TONINHO PAIVA

**COMISSÃO DE TRÂNSITO, TRANSPORTE, ATIVIDADE ECONÔMICA, TURISMO,  
LAZER E GASTRONOMIA**

SENIVAL MOURA

AURELIO MIGUEL

*[Signature]*  
RICARDO YONG

*[Signature]*  
CLAUDINHO DE SOUZA

SOUZA SANTOS

*[Signature]*  
CORONEL TELHADA

*[Signature]*  
VAVÁ



**CÂMARA MUNICIPAL DE  
SÃO PAULO**

PARECER CONJUNTO Nº DAS COMISSÕES REUNIDAS DE  
POLÍTICA URBANA, METROPOLITANA E MEIO AMBIENTE; DE TRÂNSITO,  
TRANSPORTE, ATIVIDADE ECONÔMICA, TURISMO, LAZER E GASTRONOMIA; DE  
SAÚDE, PROMOÇÃO SOCIAL, TRABALHO E MULHER E DE FINANÇAS E  
ORÇAMENTO SOBRE O PROJETO DE LEI Nº 189/13.

**COMISSÃO DE SAÚDE, PROMOÇÃO SOCIAL, TRABALHO E MULHER**

  
ARI FRIEDENBACH

CALVO

NATALINI

EDEMILSON CHAVES

NOEMI NONATO

JULIANA CARDOSO

PATRICIA BEZERRA

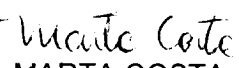
**COMISSÃO DE FINANÇAS E ORÇAMENTO OK**

ROBERTO TRIPOLI

  
ADILSON AMADEU

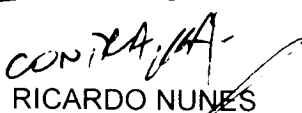
AURELIO NOMURA

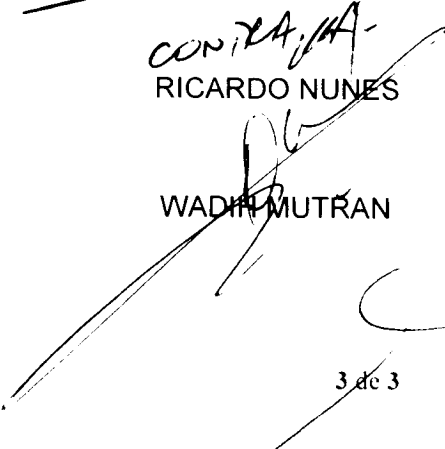
JAIR TATTO

  
MARTA COSTA

  
MILTON LEITE

PAULO FIORILO

  
RICARDO NUNES

  
WADIMIR MUTRAN

Seguem(m) juntado(s), nesta data, documentos  
tributados sob nº 43 - e folha de  
informação sob nº 13.106/13  
Rafael Nascimento Barreto  
RF 11.131

São Paulo 05/06/2013  
Marta Tereza Aguiar da Silva  
Téc. Adm. - 10.051

ASGP - 23

São Paulo 05/06/2013  
Marta Tereza Aguiar da Silva  
Téc. Adm. - 10.051

Abertura do prazo de 5 sessões ordinárias  
conforme § 1º, artigo 82 do Regimen  
interior, publicada no D.O. de

ASGP 21  
em devolução  
São Paulo 23/05/13  
23/5

RECEBIDO EM  
- SGP-23 -  
16/5  
HORAS

PUBLICADO NO DIÁRIO OFICIAL  
DE 23/05/2013  
Pag. 127 Col. 22  
Contendo  
Marta Tereza Aguiar da Silva

**ACOLHIDO O RECURSO  
AO PLENÁRIO**



PRESIDENTE



**CÂMARA MUNICIPAL DE  
SÃO PAULO**

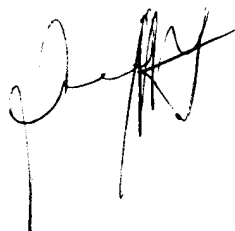
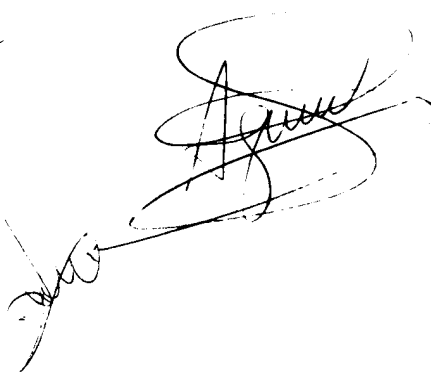
11-00046/2013  
01-189-00013  
[Handwritten initials]

**RECURSO**

11 - REC  
11- 00046/2013

Requeiro, na forma regimental, nos termos do artigo 82 do Regimento Interno, que o Projeto de Lei nº 189/13, que DISPOE SOBRE A PROIBICAO DE PUBLICIDADE DE CIGARROS E BEBIDAS ALCOOLICAS NO MOBILIARIO URBANO DA CIDADE DE SAO PAULO, DA OUTRAS PROVIDENCIAS, de autoria da Vereadora Sandra Tadeu, seja submetido á apreciação do Plenário.

Sala das sessões


CMC - 12/01/2013 - 11-00046/2013 - 01-189-00013

À SGP - 22  
19,06,13  
 Carlos Roberto da Silva  
 Supervisor de Equipe - SGP 22  
*[Assinatura]*

RECEBIDO EM  
 - SGP 13 -  
 13 JUN 2013  
18:00 Horas  
 Kethya Regina Moraes de Souza  
 Assistente Parlamentar

À

SGP-21 - Senhora Supervisora,

Para as devidas providências, tendo em vista o recebimento de recurso.

13/06/2013

*[Assinatura]*  
 JOSÉ CRISTINO SOUZA SANTOS  
 Supervisor de Finalização do Proc. Legislativo

RECEBIDO SGP. 21  
 EM 14/06/13  
 Roberto Caspary Gonçalves  
 Operador de Computador  
 RF. 701.262

À SGP-33, PARA ARQUIVAMENTO nos  
 termos do artigo 275 do Regimento Interno.  
23/01/2017

Marcio G. G. G.  
 Auxiliar Técnico Administrativo  
 RF 51.638

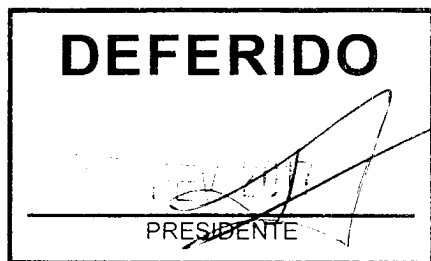
SECRETARIA DE DOCUMENTAÇÃO  
 SUBDIVISÃO DE ARQUIVO GERAL  
 Processo suscitado com 43 folhas.  
 Arquivado em 24/01/2017

*[Assinatura]*  
 André de Oliveira Leonardo  
 Técnico Administrativo  
 RF 11.226

MF N  
 445 = 38

Segue(m) juntado(s), nesta data,  
 documento(s) rubricado(s) sob  
 nº 44 e folha de informação  
 sob nº 45-0910212017

CIRO SOL PAVAN MONTAUT  
 Técnico Administrativo  
 RF: 11.329



CÂMARA MUNICIPAL DE  
**SÃO PAULO**

Folha nº 44 do Processo fls. 50  
nº 01-189 de 2013

**CIRO SOL PAVAN MONTAUT**  
Técnico Administrativo  
RF: 11.329

## REQUERIMENTO

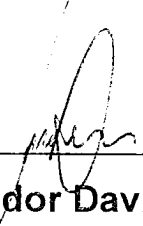
Senhor Presidente,

RDS

59/2017

**REQUEIRO**, nos termos do art. 275, § 2º, do Regimento Interno, o retorno à tramitação da(s) proposição(ões) elencada(s) a seguir: Projetos de Leis da Nobre **Vereadora Sandra Tadeu**. PL 568/2010 PL 207/2011 PL 407/2012 PL 189/2013 PL 411/2013 PL 430/2013 PL 636/2013 PL 698/2013 PL 742/2013 PL 07/2014 PL 145/2014 PL 180/2014 PL 378/2014 PL 77/2015 PL 406/2015 PL 574/2015 PL 85/2016 PL 314/2016 PL 315/2016 PL 533/2016 PL 539/2016 PL 565/2016. PDL 103/2016. PLO 02/2015 PLO 06/2015.

Sala das Sessões, 02 de fevereiro de 2017

  
\_\_\_\_\_  
**Vereador David Soares**  
**Líder do DEMOCRATAS**





**CÂMARA MUNICIPAL DE  
SÃO PAULO**

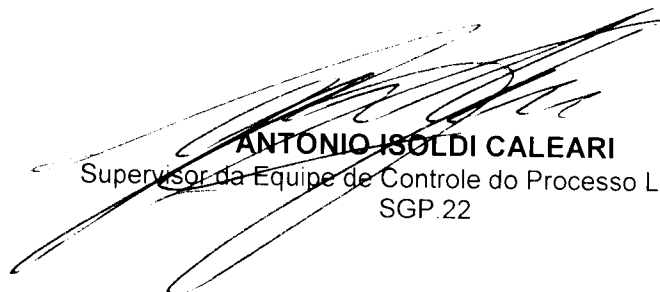
Papel para informação, rubricado como folha nº 45  
do processo nº 01-189 de 2013 09/02/2017 (a) **CIRO SOL PAVAN MONTAUT**  
**Técnico Administrativo**  
**RF: 11.329**

À SGP.33

Sr. Supervisor,

Encaminho o presente requerimento para as providências pertinentes.

08/02/2017

  
**ANTONIO ISOLDI CALEARI**  
Supervisor da Equipe de Controle do Processo Legislativo  
SGP.22

À SGP.-22

Sr. Supervisor,

Conforme solicitado pelo RDS nº 13-59/2017, segue o presente expediente para volta à tramitação.

09/02/2017  
  
**UBIRAJARA DE FARIAS PRESTES FILHO**  
Supervisor da Equipe de Arquivo Geral  
SGP.33

13, 02, 17

Antonio Isoldi Caleari  
Supervisor - SGP. 22  
RF 11.300

46  
14, 12, 17  
Marcia G. G. G.  
Auxiliar Técnico Administrativo  
RF 51.130

- “PL 189/2013, da Vereadora SANDRA TADEU (DEMOCRATAS). Dispõe sobre a proibição de publicidade de cigarros e bebidas alcoólicas no mobiliário urbano da Cidade de São Paulo, e dá outras providências. FASE DA DISCUSSÃO: 1ª. Aprovação mediante voto favorável da maioria simples.”

**O SR. PRESIDENTE (Eduardo Tuma - PSDB)** – Em discussão. Não há oradores inscritos; está encerrada a discussão. A votos o PL 189/13. Os Srs. Vereadores favoráveis permaneçam como estão; os contrários, ou aqueles que desejarem verificação nominal de votação, manifestem-se agora.

**O SR. CAIO MIRANDA (PSB)** - (Pela ordem) – Sr. Presidente, registre o meu voto contrário.

**A SRA. JANAÍNA LIMA (NOVO)** – (Pela ordem) – Sr. Presidente, voto contrário.

**O SR. PRESIDENTE (Eduardo Tuma - PSDB)** – Registrem-se os votos contrários dos nobres Vereadores Caio Miranda e Janaína Lima. Aprovado em primeira discussão, volta em segunda.