



Câmara Municipal de São Paulo

SEÇÃO DO PROTOCOLO LEGISLATIVO - ATM

CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

ASSESSORIA TÉCNICA DA MESA - A.T.M.

SISTEMA DE APOIO AO PROCESSO LEGISLATIVO

PROJETO DE LEI

: 01-0406/2002 DE 2002

MATERIA LEGISLATIVA: PL

01-0406/2002 DE 06/08/02

PROMOVENTE: VEREADOR

MYRYAM ATHIE

E M E N T A:

"DISCIPLINA O USO DA PAISAGEM URBANA PARA FINS DE ORDENAÇÃO DE ANÚNCIOS, DANDO PROVIDÊNCIAS."

O B S E R V A C O E S:





Sumário

ASSUNTO

PÁGINA

Título I – Da Paisagem Urbana e dos Anúncios

Capítulo I – Das Disposições e Definições Preliminares	03
Seção I – Da Paisagem Urbana	03
Seção II – Das Diretrizes Relativas à Ordenação de Anúncios na Paisagem Urbana	04
Capítulo II – Dos Anúncios	06
Seção I – Da Definição e da Classificação Geral dos Anúncios	06
Seção II – Das Definições Quanto à Mensagem	10
Seção III – Das Definições Quanto aos Aspectos Técnicos	10
Capítulo III – Das Definições Quanto às Modalidades	12
Seção I – Do “Outdoor”	12
Seção II – Do Totem	14
Seção III – Dos Painéis “Front-Light” e “Back-Light”	15
Seção IV – Do Triedro	16
Seção V – Do Painele Eletrônico	17
Seção VI – Do Painele Metálico e Revestido	19
Seção VII – Dos Letreiros	20
Seção VIII – Do Mobiliário Urbano	21
Seção IX – Dos Anúncios Temporários	26

Título II – Da Instalação dos Anúncios na Paisagem Urbana

Capítulo I – Das Referências Iniciais e Critérios Gerais Para a Instalação	29
Seção I – Dos Elementos Componentes do Imóvel Edificado	31
Capítulo II – Da Instalação dos Anúncios	32
Seção I – Dos Referenciais para a Instalação	32
Seção II – Dos Lotes	33
Seção III – Do Reenquadramento de Lotes	35
Seção IV – Da Instalação de Anúncios em Fachada	36
Seção V – Da Instalação de Anúncios em Marquise	38
Seção VI – Da Instalação de Anúncio em Empena Cega	39
Seção VII – Da Instalação de Anúncio em Cobertura de Edificação	40
Seção VIII – Da Instalação de Anúncio em Área Livre de Imóvel Edificado	41
Seção IX – Da Instalação de Anúncio em Anteparo Vertical	42
Seção X – Da Instalação de Anúncio em Imóvel Não Edificado	43
Capítulo II – Da Instituição das Áreas Especiais	48

CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

SEGUI(M) FOLHA(S) nesta data documento(s) rubricado(s)
sob nº 2 a 95 e folha de informação sob nº

96 13/08/02 a (20)

Adelina Cicone
Assistente Parlamentar
Registro 100.406



CÂMARA MUNICIPAL

DE SÃO PAULO

Folha nº 02 do proc.

Nº 406 de 02

Adelina Cicero - Ass. Parlamentar
RF. 100.406

Seção I – Da Instituição de Áreas Especiais Para a Veiculação de Anúncios	48
Seção II – Da Instituição de Áreas de Proteção Quanto à Veiculação de Anúncios.....	54

Título III – Da Regularização dos Anúncios na Paisagem Urbana

Capítulo I – Dos Órgãos Públicos Envolvidos	56
Capítulo II – Dos Procedimentos Quanto à Regularização dos Anúncios	58
Seção I – Da Licença do Anúncio	58
Seção II – Da Renovação da Licença do Anúncio	62
Capítulo III – Da Participação da Sociedade Civil.....	63
Capítulo IV – Das Infrações e Penalidades	63
Capítulo V – Do Fundo de Recuperação e Manutenção da Paisagem Urbana	66

Título IV – Das Disposições Gerais e Transitórias

Seção I – Das Disposições Gerais.....	67
Anúncios em Veículos (art.164 ao art.166)	68
Termos de Cooperação (art.168 e art.169)	70
Seção II – Das Disposições Transitórias	72

[Assinatura]



Seção de Publicação e
Edição de Anais - DT-10

06 AGO 2002

CÂMARA MUNICIPAL

Folha nº 03 do proc.
Nº 406 da 02

Adelina Cicone - Ass. Parlamentar
DE SÃO PAULO

LIDO HOJE

AS COMISSÕES DE:

Constituição e Justiça
Política, Urbanismo e Meio Ambiente
Administração e Serviços Públicos
Indústria, Comércio e Turismo
Finanças e Orçamento

Projeto de Lei nº , de 2001.

01 - PL

01 - 0406/2002

Disciplina o uso da paisagem urbana para
fins de ordenação de anúncios, dando
providências.

APROVADO EM 1ª. DISCUSSÃO
VOLTA À 2ª DISCUSSÃO



07 NOV 2002



PRESIDENTE

A Câmara Municipal de São Paulo decreta:

Título I DA PAISAGEM URBANA E DOS ANÚNCIOS

Capítulo I DAS DISPOSIÇÕES E DEFINIÇÕES PRELIMINARES

Artigo 1º - Esta lei disciplina o uso da paisagem urbana para fins de veiculação de anúncios, instalados nos espaços externos ou internos, desde que visíveis do logradouro, no âmbito do Município de São Paulo.

Artigo 2º - Para a instalação do anúncio, os critérios e posturas técnicas definidas como referenciais, deverão ser observadas em seu conjunto para cada modalidade de anúncio ou para a combinação de modalidades, prevalecendo o entendimento restritivo que limita a propagação de peças, objetivando resguardar as diretrizes e posturas relativas à preservação da paisagem urbana, da memória cultural, histórica e popular, a segurança do trânsito e pedestres bem como de combate à poluição visual e sonora da cidade, para os quais todos os referenciais e posturas disciplinando a veiculação de anúncios, foram criados por esta lei.

Artigo 3º - A ordenação de anúncios observará o sistema viário estrutural, a infraestrutura de transporte público, em harmonia com o sistema de uso e ocupação do solo, podendo ser instituídas zonas especiais de interesse para a veiculação de anúncios.

MS P - A T M

-03-JUL-2002-17:16-003651



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

Seção I
DA PAISAGEM URBANA

Artigo 4º - Sem prejuízo das demais normas relativas ao uso da paisagem urbana, a ordenação de anúncios far-se-á nos termos desta lei e compreenderá a fixação de diretrizes para a sua veiculação, preservando concomitantemente a paisagem urbana e, quanto à sua gestão, estabelecerá um padrão de visibilidade que garanta a segurança de pedestres e de veículos e também a preservação dos padrões estéticos, paisagísticos, culturais, históricos e geográficos da cidade.

Artigo 5º - Para fins de aplicação desta lei, define-se a paisagem urbana como bem de uso comum de todos, de valor econômico e integrante do domínio público municipal, cuja preservação tem em vista a sua fruição e gozo pelas gerações presentes e futuras sendo seus elementos definidos em lei específica.

Parágrafo único - Considera-se, igualmente, paisagem urbana, para fins de aplicação desta lei, o espaço aéreo e a superfície externa de qualquer elemento natural ou construído, tais como água, fauna, flora, construção, edifício, anteparo, superfície aparente de equipamento de infra-estrutura, de segurança e de veículo automotor, logradouro público ou similar, visível por qualquer observador situado em áreas de uso comum do povo, integrando-a:

- I-) os anúncios de qualquer natureza;
- II-) os elementos que compõem o mobiliário urbano;
- III-) os elementos de sinalização urbana;
- IV-) os equipamentos de informação e comodidade pública.

Seção II
DAS DIRETRIZES RELATIVAS À ORDENAÇÃO
DE ANÚNCIOS NA PAISAGEM URBANA

Artigo 6º - A utilização da paisagem urbana visando a veiculação de anúncios de qualquer natureza por pessoa física ou jurídica, pública ou privada e o imóvel, público ou privado ou bem público no qual tenham sido instalados, os meios e instrumentos utilizados para a sua veiculação e os usos e finalidades visadas, depende de prévia autorização onerosa concedida pelo Poder Público.

Artigo 7º - Constituem diretrizes a serem observadas para a ordenação de anúncios na paisagem urbana:



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

I-) livre acesso à infra-estrutura urbana;

II-) priorização de sinalizações públicas com vistas a não confundir motoristas na condução de veículos e garantir a livre e segura locomoção de pedestres;

III-) participação da população e de entidades no acompanhamento da adequada aplicação desta lei, colaborando para corrigir distorções causadas pela poluição visual, sonora e seus respectivos efeitos;

IV-) ordenação e controle do uso do mobiliário urbano para fins de veiculação de anúncios;

V-) combater a poluição visual e sonora bem como a degradação ambiental;

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

VII-) realização de estudos de impacto sobre a paisagem urbana e sobre vizinhança, quando requerido, visando a preservação da qualidade de vida da população;

VIII-) compatibilização técnica entre as modalidades de anúncios com os locais onde possam ser veiculados, nos termos desta lei;

IX-) tramitação dos documentos e papéis relativos à regularização, renovação, reenquadramentos e outros tipos de procedimentos visando a legalização da veiculação de anúncios dentro dos rigores da imparcialidade, legalidade, interesse público, moralidade, agilidade, transparência, com a responsabilização do Poder Público por omissões e ações abusivas praticadas por seus agentes;

X-) responsabilização solidária do proprietário do anúncio, do imóvel e seu possuidor, do anunciante, pelas ações lesivas que praticarem;

XI-) implementação do caráter técnico da fiscalização quanto à veiculação de anúncios;

XII-) criação do Fundo de Recuperação e Manutenção da Paisagem Urbana.

Artigo 8º - É vedada a veiculação de anúncios que contenham mensagens depreciativas da pessoa humana, de violência ou crime, contrárias ao pluralismo filosófico, ideológico, religioso ou político e a construção de uma sociedade livre, justa e solidária ou que proponha a exclusão social ou discriminação de qualquer tipo.



Folha nº	06	do proc.
Nº	406	de 02

Adelina Cicone - Ass. Parlamentar

CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

Artigo 9º – É igualmente vedada a instalação de anúncios:

- I-) nos rios, lagos e represas;*
 - II-) em postes de iluminação pública ou rede de telefonia; exceção feita ao mobiliário urbano e aos denominados anúncios temporários, devidamente licenciados;*
 - III-) em torres ou postes de transmissão de energia elétrica;*
 - IV-) nos dutos de abastecimento de água, hidrantes e torres d'água;*
 - V-) em placas acopladas à sinalização de trânsito;*
 - VI-) em obras públicas de arte;*
 - VII-) em pontes, passarelas, viadutos, túneis, ainda que de domínio estadual e federal;*
 - VIII-) nas vias e passeios públicos, inclusive na pavimentação asfáltica do leito carroçável, exceto as previsões quanto ao mobiliário urbano e os denominados anúncios temporários, devidamente licenciados;*
 - IX-) de propaganda política, independente do material utilizado, em veículos de transporte coletivo;*
 - X-) nas partes internas e externas de cemitérios;*
 - XI-) nas partes internas e externas de hospitais e prontos-socorros e postos de atendimento médico, exceto os que digam respeito à denominação e eventos relacionados com a área da saúde.*
 - XII-) em bens públicos municipais dominiais e de uso especial, salvo nos autódromos, estádios, escolas municipais, centros desportivos e locais de prática do desporto em geral, e nas situações previstas em lei;*
- Parágrafo único – É vedada a instalação de anúncios a uma distância inferior a 10,00m (dez metros) de pontes, elevados ou viadutos, bem como de seus respectivos acessos.*
- XIII-) Quando colado ou pintado nas colunas, paredes, muros e demais partes externas da edificação, salvo quando pintado em chaminés de indústria, nos termos da Lei 10.897 de 05 de dezembro de 1990.*
 - XIV-) Através de envelopamento de fachadas de edificação.*

Capítulo II



Dos Anúncios

Seção I

Da Definição e da Classificação Geral dos Anúncios

Artigo 10º - Define-se como anúncio, todo e qualquer veículo de comunicação visual presente na paisagem urbana cuja instalação assegure a segurança de seus elementos, das pessoas, da paisagem que o cerca, respeitadas as metragens, alturas, distâncias de outros anúncios, recuos e demais determinações contidas nesta lei, sendo assim classificados:

I-) quanto à mensagem:

- a-) indicativo;*
- b-) cooperativo;*
- c-) publicitário;*
- d-) de finalidade cultural.*

II-) quanto aos aspectos técnicos:

- a-) simples;*
- b-) complexo;*
- c-) especial.*

III-) quanto à modalidade:

- a-) "outdoor";*
- b-) totem;*
- c-) painel "front-light";*
- d-) painel "back-light";*
- e-) triedro;*
- f-) painel eletrônico;*
- g-) painel metálico e revestido;*
- h-) letreiro luminoso, iluminado ou não;*



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

i-) mobiliário urbano com publicidade;

j-) adesivos;

l-) anúncios transitórios;

m-) anúncios em veículos;

n-) anúncios temporários.

Artigo 11 – Para efeitos da presente lei, não são considerados anúncios:

I-) 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-) logotipos ou logomarcas de postos de abastecimento e serviços, quando veiculados nos equipamentos próprios do mobiliário obrigatório, como bombas, densímetros e similares;

III-) 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 referência que indiquem uso ou qualquer outra circunstância elucidativa a oferta de emprego ou finalidade do móvel ou imóvel, limitadas a uma por acesso em cada logradouro, desde que:

a-) apresentem área de exposição igual ou inferior a 1,00m² (um metro quadrado);

b-) não disponham de dispositivos mecânico.

VI-) os que contenham comunicações institucionais veiculadas por meios próprios, tais como sinalização de trânsito, sinalização de orientação de pedestres e sinalização de denominação de logradouros;

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

VIII-) os que apresentem área de exposição igual ou inferior a 0,50m² (meio metro quadrado), e ainda observem as seguintes condições:



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

Folha nº 09 do proc.
Nº 406 de 02

Adelina Cicone - Ass. Parlamentar

RF. 100.406

a-) não disponham de dispositivo mecânico;

b-) sejam instalados paralelamente à fachada ou alinhamento do imóvel e apresentem altura máxima de instalação (Hmax) igual ou inferior a 3,00m (três metros);

c-) seja único deste tipo no imóvel.

Artigo 12 – *Para fins de enquadramento nas diversas modalidades, observar-se-á, em relação ao anúncio, a sua mobilidade, animação, iluminação e veiculação.*

§ 1º - *Quanto à mobilidade, a mesma faz referência à necessidade ou não de deslocamento do anúncio para cumprir a sua finalidade de veiculação, podendo ser:*

a-) fixa, quando, de acordo com a sua estrutura e função, dependa de localização pré-definida que lhe assegure o bom desempenho;

b-) flexível, quando, de acordo com a sua estrutura e função, dependa de deslocamento para o seu melhor desempenho comunicativo.

§ 2º - *A animação dirá respeito à movimentação da mensagem, podendo ser:*

a-) estática, quando a mensagem não for dotada de qualquer movimento;

b-) dinâmica, quando a mensagem depender, para a sua veiculação, de movimento mecânico, eletrônico ou similar.

§ 3º - *A iluminação, quando utilizada, servirá para reforçar a visibilidade do anúncio e poderá ser própria ou independente deste:*

a-) será própria a iluminação interna, ininterrupta, com movimentos repetidos ou alternados que caracterizará o anúncio como luminoso.

b-) será independente, a iluminação oriunda de dispositivo luminoso externo, independente do anúncio, que o caracterizará como iluminado.

c-) o anúncio que não for dotado dos sistemas definidos nas alíneas "a" e "b" ficará caracterizado como anúncio não iluminado.

§ 4º - *De acordo com a rotatividade, a veiculação será definida como de alta rotatividade quando o período de exposição da mensagem não ultrapassar 60 (sessenta) dias e, de baixa rotatividade, quando o período de exposição ultrapassar esse número de dias.*



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

Folha nº 10 do proc.
Nº 40.6 de 02
Adelina Cicone - Ass. Parlamentar
OF. 100

§ 5º - Quando permanecer exposto por um período não superior a 30 (trinta) dias, o anúncio indicativo será considerado transitório e deverá observar:

- a-) área total do anúncio igual ou inferior a 2,00m² (dois metros quadrados);
- b-) altura máxima (Hmax) igual ou inferior a 3,00m (três metros);
- c-) não possua qualquer dispositivo luminoso; ,
- d-) veicule mensagem esporádica atinente a promoções, ofertas especiais e similares;
- e-) seja único desse tipo no imóvel;
- f-) não avance sobre o passeio público.

§ 6º - O balão inflável também será considerado um anúncio transitório, devendo observar:

- a-) ser inflado por ar ou gás não inflamável;
- b-) apresentar largura ou diâmetro máximo de 3,00m (três metros);
- c-) possuir ou não dispositivo luminoso;
- d-) ser único desse tipo no imóvel;
- e-) ter sua projeção, em qualquer situação, contida dentro dos limites do imóvel, não podendo avançar sobre os imóveis vizinhos nem sobre o logradouro.

§ 7º
Parágrafo único - o balão inflável é anúncio que poderá sofrer regulamentação complementar, observados os termos da presente lei, inclusive no que diz respeito aos trâmites que autorizem a sua veiculação. X

Seção II
Das Definições quanto à Mensagem

Artigo 13 - O anúncio indicativo se constitui no veículo de comunicação visual cuja mensagem identifica o nome do estabelecimento e a atividade principal exercida no local de atividade de seu proprietário.



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

Artigo 14 – O anúncio cooperativo se constitui no veículo de comunicação visual cuja mensagem seja de caráter indicativo associada à mensagem de propaganda, pressupondo a existência de, pelo menos, dois anunciantes, um dos quais estabelecidos no local.

Artigo 15 – O anúncio publicitário constitui-se em meio de comunicação ou veiculação visual, cuja mensagem seja publicitária, sem possuir caráter indicativo e instalado fora do local de atividade de seu proprietário.

Parágrafo único – Durante a validade do alvará, bem como da licença de anúncio, relativas ao anúncio publicitário, o seu proprietário poderá substituir livremente as mensagens, desde que não haja qualquer alteração nas características do anúncio quanto à largura, altura, área quadrada e localização de instalação, de acordo com os dados constantes dos referidos documentos, exceto quanto aos anúncios temporários, que obedecerão os critérios específicos definidos no artigo 44 e seguintes desta Lei.

anl.

Artigo 16 – O anúncio de finalidade cultural, quando for integrante de programa cultural, de plano de embelezamento da cidade ou alusivo a data de valor histórico.

Seção III

Das Definições quanto aos Aspectos Técnicos

Artigo 17 – São considerados aspectos técnicos relacionados aos anúncios classificados em simples, complexo e especial:

I-) forma de sustentação, podendo ser:

a-) através de suporte próprio ou

b-) no elemento externo da edificação.

II-) área, expressa em metros quadrados;

III-) altura do anúncio(H);

IV-) altura mínima de instalação (Hmin);

V-) altura máxima de instalação (Hmax); e

VI-) espessura do anúncio (E).



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

Folha nº 12 do proc.
Nº 406 de 02

Adelina Cicone - Ass. Parlamentar

§ 1º - Quanto à forma de sustentação, o anúncio poderá possuir suporte próprio, constituindo-se em estrutura autônoma, confeccionada em material metálico ou similar destinada à sua sustentação. X

§ 2º - O elemento externo da edificação é seu componente exterior e, de acordo com suas características, apresenta condições estéticas e estruturais de suportar a instalação do anúncio.

§ 3º - A área será considerada em relação à totalidade do anúncio, independentemente do espaço ocupado para a veiculação da mensagem, sendo obtida através do cálculo entre as áreas das superfícies de exposição do anúncio, exceto quando se tratar de peça que veicule mensagem de utilidade pública, devendo esta apresentar área não superior a 50% da área total do anúncio. X

§ 4º - Define-se mensagem, a inserção no anúncio de conteúdo expresso em nomes, símbolos, imagens, entalhes, relevos, logotipos ou textos de qualquer natureza que tenham por objetivo transmitir a indicação de atividade, produtos ou serviços.

§ 5º - A altura do anúncio (H) constitui-se no produto obtido da diferença entre altura máxima (Hmax) e a altura mínima (Hmin) de instalação do anúncio.

§ 6º - A altura máxima de instalação (Hmax), é a distância vertical obtida entre o ponto mais alto do anúncio e o ponto mais alto do passeio público imediatamente abaixo deste.

§ 7º - A altura mínima de instalação (Hmin) é a distância vertical obtida entre o ponto mais baixo do anúncio e o ponto mais alto do passeio imediatamente abaixo deste.

§ 8º - Quanto a espessura (E) do anúncio, será geometria plana quando, peça única, face simples ou dupla face, apresentar espessura (E) de no máximo 0,30m (trinta centímetros), sendo esta determinada pela maior largura da profundidade do anúncio.

§ 9º - O anúncio será de geometria espacial quando apresentar espessura (E) superior a 0,30 m (trinta centímetros), sendo esta determinada pela maior largura da profundidade do anúncio. Quando apresentar duas ou mais faces independentes entre si, deverão ser consideradas isoladamente.

§ 10º - O anúncio será de geometria espacial quando apresentar espessura (E) superior a 0,30 m (trinta centímetros), sendo esta determinada pela maior largura da profundidade do anúncio. Quando apresentar duas ou mais faces interligadas entre si através de revestimento, deverão estas faces ser consideradas como um todo.

Artigo 18 - Será simples, o anúncio que apresentar simultaneamente as seguintes características:

I-) área total, até 3,00m² (três metros quadrados);



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

Folha nº 13 do proc.
Nº 406 de 02

Adelina Cicone - Ass. Parlamentar

RF 100.406

II-) altura máxima (Hmax), até 5,00m (cinco metros);

III-) não esteja fixado através de suporte próprio.

Artigo 19 – Será complexo, o anúncio que apresentar qualquer uma das seguintes características:

I-) área total superior a 3,00m² (três metros quadrados) até 36,00m² (trinta e seis metros quadrados);

II-) altura máxima (Hmax) superior a 5,00m (cinco metros) até 6,00m (seis metros);

III-) poderá ser instalado no elemento da edificação ou através de suporte próprio.

Artigo 20 – Será especial o anúncio que apresente qualquer das seguintes características:

I-) área superior a 36,00m² (trinta e seis metros quadrados);

II-) altura superior a 6,00m (seis metros);

III-) possua dispositivo mecânico ou eletrônico;

IV-) quando instalado em cobertura de edificação, independentemente de outras especificações;

V-) quando instalado em empena cega, independentemente de suas demais características.

VI-) quando a manutenção de seus aspectos técnicos impliquem na segurança de seus elementos, da população e do trânsito.

Parágrafo único – O anúncio especial poderá ser instalado no elemento da edificação ou através de suporte próprio.

Capítulo III
Das Definições quanto às Modalidades

Seção I
DO "OUTDOOR"



Artigo 21 – O “outdoor”, anúncio exclusivamente publicitário, é composto por um quadro próprio confeccionado em material metálico ou similar, destinado a receber mensagens impressas, vedadas as de caráter indicativo ou cooperativo, possuindo as seguintes características:

- I-) quanto à mobilidade, anúncio fixo;*
- II-) quanto à animação, mensagens estáticas ou dinâmicas;*
- III-) quanto à iluminação, iluminado ou não;*
- IV-) quanto à classificação, anúncio complexo ou especial;*
- V-) quanto à forma de sustentação, suporte próprio, ou no elemento da edificação ;*
- VI-) quanto à veiculação, alta rotatividade de mensagens de caráter publicitário;*
- VII-) quanto à espessura, anúncio plano ou espacial*
- VIII-) poderá ser instalado na empena cega e em cobertura.*

Artigo 22 - Fica vedada a fixação de “outdoor”:

- I-) em fachada de edificação;*
- II-) em marquise;*
- III-) em complementar constante do projeto aprovado;*
- IV-) em altura máxima de instalação superior a 9,00m (nove metros);*
- V-) com mais de uma modalidade de anúncio, em suporte próprio ou no elemento da edificação, compondo um único anúncio.*

§ 1º - O “outdoor” deverá apresentar área máxima de 27,00m² (trinta e seis metros quadrados) por face de exposição, exceto quando receber a inserção da área do aplique previsto no parágrafo 5º, observada a quota do imóvel.

§ 2º - O “outdoor” quando fixado em suporte próprio, e instalado paralelamente à testada do imóvel, deverá manter a distância mínima de 1,00m (um metro), entre anúncios da mesma modalidade dentro do mesmo lote, exceto quando houver a inserção do aplique.

§ 3º - O suporte do “outdoor” será confeccionado em estrutura metálica ou similar.

§ 4º - Durante a validade do alvará, bem como da licença de anúncio, relativas ao “outdoor”, o seu proprietário poderá substituir livremente as mensagens publicitárias, desde que



CÂMARA MUNICIPAL

Folha nº <u>15</u> do proc.
Nº <u>406</u> de <u>02</u>

Adelina Cicone - Ass. Parlamentar

DE SÃO PAULO

não haja qualquer alteração nas características do anúncio quanto à largura, altura, área quadrada e localização de instalação, de acordo com os dados constantes dos referidos documentos.

§ 5º - Fica facultada a inserção de aplique no "outdoor", definindo-o como elemento de comunicação visual que complementa a área de exposição do anúncio. O aplique poderá apresentar forma irregular e suas dimensões não estarão inseridas na área total de regularização do anúncio, desde que a metragem total não ultrapasse os 9,00m² (nove metros quadrados).

§ 6º - Na veiculação de campanhas publicitárias, será permitida a inserção do aplique, instalado no sentido vertical ou horizontal da peça, observando: X

a-) estar no mesmo contexto quanto a mensagem do produto, serviço ou anunciante do outdoor que receberá esse aplique;

b-) possuir apenas um aplique por outdoor, e

c-) prazo máximo de exposição, de 30 (trinta) dias, podendo ser renovado por iguais períodos, cumprindo as disposições do parágrafo 7º. X

§ 7º - A inserção do aplique de que trata o parágrafo anterior será informado por escrito à autoridade competente, responsável pela regularização da peça e do expediente deverá constar necessariamente o local da instalação, com suas especificações e o número do alvará ou da licença do anúncio ao qual se integrará.

§ 8º - A partir da protocolização do documento, o interessado na inserção do aplique poderá proceder à sua instalação.

§ 9º - Em caso de fiscalização, o proprietário do anúncio com aplique terá o prazo de 5 (cinco) dias para apresentar ao agente do Poder Público, mediante intimação deste, o documento devidamente protocolizado relativo a inserção feita, ficando vedada à lavratura de multa neste momento.

Artigo 23 – Quando a afixação do "outdoor" se der em empena cega, deverão ser observados, além de outros constantes desta lei, os seguintes aspectos:

I-) espessura máxima de 0,30m (trinta centímetros);

II-) altura mínima de instalação (Hmin) igual ou superior a 2,80m (dois metros e oitenta centímetros);

III-) altura máxima de instalação (Hmax) igual ou inferior a 9,00m (nove metros);



IV-) não apresentar aplique.

Parágrafo único – Em empena cega, fica vetado o agrupamento de peças da modalidade “outdoor”.

Seção II Do Totem

Artigo 24 – O Totem é modalidade de anúncio exclusivamente indicativa, de forma monolítica, com função estrutural, destinado à veiculação de mensagens, podendo ou não estar acoplado a um quadro ou caixa metálica integrante do anúncio, também como veículo de mensagem e possuindo as seguintes características:

- I-) quanto à mobilidade, anúncio fixo;
- II-) quanto à animação, veiculação de mensagens estáticas;
- III-) quanto à iluminação, iluminado ou não;
- IV-) quanto à classificação, anúncio simples, complexo ou especial;
- V-) quanto à forma de sustentação, estrutura monolítica;
- VI-) quanto à veiculação, baixa rotatividade de mensagens;
- VII-) quanto à espessura, anúncio plano ou espacial;

§ 1º - A estrutura monolítica do Totem deve garantir as condições de estabilidade do anúncio, sem que haja necessidade de estrutura complementar.

§ 2º - Sem prejuízo dos demais dispositivos constantes desta lei, o Totem será instalado unicamente em área livre de imóvel edificado e sua altura máxima de instalação não ultrapassará 15,00 m (quinze metros).

Seção III DOS PAINÉIS “FRONT-LIGHT” E “BACK-LIGHT”

Artigo 25 – O painel “Front-Light” é modalidade de anúncio composto por quadro metálico e o painel “Back-Light” é composto por caixa metálica, ambos, revestidos em material translúcido ou não, onde é veiculada a mensagem, possuindo ainda as seguintes características:

- I-) quanto à mobilidade, anúncio fixo;



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

II-) quanto à animação, veiculação de mensagens estáticas ou dinâmicas;

III-) quanto à iluminação, iluminado ou não;

IV-) quanto à classificação, anúncio simples, complexo ou especial;

V-) quanto à forma de sustentação, através de suporte próprio ou no elemento da edificação;

VI-) quanto à veiculação, baixa rotatividade de mensagens, sendo estas de caráter indicativo, cooperativo ou publicitário;

VII-) quanto à espessura (E), plana ou espacial;

VIII-) poderá ser instalado com mais de uma modalidade de anúncio, em suporte próprio ou no elemento da edificação, compondo um único anúncio.

§ 1º - Os painéis "Front-Light" e "Back-Light" deverão apresentar área máxima de 72,00m² (setenta e dois metros quadrados) por face de exposição, quando instalados através de suporte próprio, observadas a quota do imóvel, ou ainda, poderá atingir 81,00m² (oitenta e um metros quadrados) de área, quando instalado com suporte próprio, paralelo à testada do imóvel, desde que seja único no imóvel, contendo, neste caso, 9,00m (nove metros) de altura máxima de instalação (Hmax).

§ 2º - Quando instalados, cada um, num único suporte próprio, será admitida a sobreposição de, no máximo, três anúncios, de mesma modalidade ou não, observados os demais dispositivos constantes desta lei.

§ 3º - Deverá manter recuos de, no mínimo 0,50 m (meio metro), em relação às divisas laterais do imóvel onde estiver instalado.

§ 4º - O "Back-Light" ou o "Front-Light", quando fixado em suporte próprio, deverá manter entre anúncios da mesma modalidade, a distância mínima de 30,00m (trinta metros), observado o limite de 30,00m (trinta metros) do lote, exceto para os anúncios indicativos e cooperativos instalados em diferentes lotes;

§ 5º - Para fins de regularização do disposto no parágrafo anterior, as áreas das peças sobrepostas deverão constituir um único anúncio, não podendo ser regularizadas separadamente.

§ 6º - Para fins de distanciamento entre anúncios, previsto no artigo 62 desta Lei, o "Back-light" e o "Front-light" serão considerados anúncios de mesma modalidade.

Seção IV



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

Folha nº 18 do proc.
Nº 406 1322

Adelina Cicone - Ass. Parlamentar
R\$ 100.400

DO TRIEDRO

Artigo 26 – O Triedro é o anúncio composto por um quadro e prismas metálicos, que recebem material impresso e que, acionado através de movimento mecânico, possibilita a veiculação de múltiplas mensagens publicitárias, continuamente e em intervalos de tempo pré-definidos, possuindo ainda as seguintes características:

- I-) quanto à mobilidade, anúncio fixo;*
- II-) quanto à animação, veiculação de mensagens dinâmicas;*
- III-) quanto à iluminação, iluminado ou não;*
- IV-) quanto à classificação, anúncio complexo ou especial;*
- V-) quanto à forma de sustentação, através de suporte próprio ou no elemento da edificação;*
- VI-) quanto à veiculação, alta rotatividade de mensagens, de caráter exclusivamente publicitário;*
- VII-) quanto à espessura (E), plano ou espacial;*
- VIII-) poderá ser instalado com mais de uma modalidade de anúncio, em suporte próprio ou no elemento da edificação, compondo um único anúncio.*

§ 1º - O Triedro deverá apresentar área máxima de 72,00m² (setenta e dois metros quadrados) por face de exposição, quando instalado através de suporte próprio, observadas as disposições desta lei relativas a quota do imóvel.

§ 2º - Deverá manter recuos de, no mínimo 0,50 m (meio metro) em relação às divisas laterais do imóvel onde estiver instalado.

§ 3º - Quando instalado através de suporte próprio, será admitida a sobreposição de três anúncios no máximo, observados os demais dispositivos constantes na presente lei.

§ 4º - O Triedro quando fixado em suporte próprio, deverá manter entre anúncios da mesma modalidade, a distância mínima de 30,00m (trinta metros) observado o limite de 30,00m (trinta metros) do lote.

§ 5º - Para fins de regularização do disposto no parágrafo anterior, as áreas das peças sobrepostas deverão constituir um único anúncio, não podendo ser regularizadas separadamente.

§ 4º



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

§ 6º - O Triedro instalado na empena cega, na cobertura, na fachada da edificação entre o último pavimento e na laje de cobertura, deverá observar, para cada caso, as determinações específicas desta lei. X

§ 7º - Durante a validade do alvará, bem como da licença de anúncio, relativas ao triedro, o seu proprietário poderá substituir livremente as mensagens publicitárias, desde que não haja qualquer alteração nas características do anúncio quanto à largura, altura, área quadrada e localização de instalação, de acordo com os dados constantes dos referidos documentos. X

Seção V Do Painel Eletrônico

Artigo 27 – Define-se painel eletrônico como anúncio constituído de lâmpadas ou “leds” destinado à veiculação de mensagens de caráter indicativo, informativo, de utilidade pública ou publicitário, através de textos ou imagens, possuindo as seguintes características:

I-) quanto à mobilidade, anúncio fixo;

II-) quanto à animação, veiculação de mensagens dinâmicas;

III-) quanto à iluminação, iluminado;

IV-) quanto à classificação, anúncio complexo ou especial;

V-) quanto à forma de sustentação, no elemento da edificação ou suporte próprio;

VI-) quanto à veiculação, alta rotatividade de mensagens;

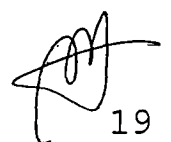
VII-) quanto à espessura (E), anúncio plano ou espacial;

VIII-) poderá ser instalado com mais de uma modalidade de anúncio, em suporte próprio ou no elemento da edificação, compondo um único anúncio.

IX-) poderá ser instalado em lote situado no meio de quadra, com visibilidade para o sentido oposto ou não do fluxo do trânsito, em vias de trânsito rápido, arteriais e coletoras, estas de uso predominantemente comercial, observados os demais critérios relativos ao reenquadramento do lote, quando necessário.

X-) deverá manter recuos de, no mínimo 0,50 m (meio metro) em relação às divisas laterais do imóvel onde estiver instalado.

§ 1º - Quando instalado através de suporte próprio, será admitida a sobreposição de, no máximo, três anúncios, da mesma modalidade ou não, observados os demais dispositivos constantes da presente lei.


19



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

Folha nº 20 do proc.
Nº 406 de 02

Adelina Ciccone - Ass. Parlamentar

RF 100.406

§ 2º - Para fins de regularização do disposto no parágrafo anterior, as áreas das peças sobrepostas deverão constituir um único anúncio, não podendo ser regularizadas separadamente. X

§ 3º - Durante a validade do alvará, bem como da licença de anúncio, relativas ao painel eletrônico, o seu proprietário poderá substituir livremente as mensagens publicitárias, desde que não haja qualquer alteração nas características do anúncio quanto à largura, altura, área quadrada e localização de instalação, de acordo com os dados constantes dos referidos documentos. X

Artigo 28 – A instalação de painel eletrônico poderá ocorrer em vias de trânsito rápido, vias arteriais e coletoras de uso predominantemente comercial, em cruzamentos semaforizados, voltados para ambos os fluxos de trânsito da via, em lotes de esquina, neste caso, em plano visual posterior aos focos semaforicos e com visibilidade oposta, mas no mesmo sentido do fluxo. X

Parágrafo único – Em se tratando de bifurcações é permitida a instalação do painel eletrônico no lote com face de visibilidade oposta, após a intersecção, voltada para o fluxo do trânsito.

Artigo 29 – Em se tratando de instalação em empena cega, o painel eletrônico deverá ser caracterizado como único na empena, não obstante admitir a sua instalação junto com outra modalidade de anúncio publicitário, com a finalidade exclusiva de formar uma única peça, observados os parâmetros relativos à instalação de anúncio naquele elemento da edificação.

Parágrafo único – Para fins de regularização desse anúncio enquadrado na situação descrita no “caput”, as peças deverão ser caracterizadas como um único anúncio, observando para o painel eletrônico, a área máxima de 72,00m² (setenta e dois metros quadrados) determinada no artigo 32, inciso I, da presente Lei. X

Artigo 30 – O painel eletrônico instalado em cobertura de edificação, deverá observar os parâmetros estabelecidos pela presente lei para anúncios instalados sob esse critério.

Artigo 31 – É vedado ao painel eletrônico: X

I-) a sua instalação em fachada de edificação e em marquise, exceto os exclusivamente indicativos;

II-) ser instalado em altura mínima de instalação (Hmin) igual ou superior a 9,00 m (nove metros), exceto o exclusivamente indicativo; X

III-) ser instalado nas vias locais e nas arteriais de pista única;



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

Folha nº 21 do proc.
Nº 406 de 02

Adelina Ciccone - Ass. Parlamentar
000.400

IV-) avançar sobre o passeio público, devendo manter sua área de projeção e exposição totalmente dentro dos limites do imóvel;

V-) ser instalado ao longo de curvas acentuadas, quer à direita, quer à esquerda, após 100m (cem metros) de seu término;

Artigo 32 - O painel eletrônico deverá ainda observar:

I-) a área máxima de exposição de 72,00m² (setenta e dois metros quadrados), quando instalado através de suporte próprio, observadas as disposições desta lei relativas à quota do imóvel;

II-) horário de funcionamento das 6h00 à 2h00 da manhã, ficando sujeito, quando instalado com face de visibilidade para área residencial, a restrição do período que será das 7h00 às 23h00, nos dias úteis, sábados, domingos e feriados;

III-) distanciamento de 350,00m (trezentos e cinquenta metros) entre anúncios da mesma modalidade, instalados no mesmo sentido do fluxo, independentemente do critério de instalação adotado, exceto a instalação de painel em cobertura;

IV-) manter plantão de atendimento para eventuais acionamentos por parte de particulares e dos órgãos do Poder Público, bem como para a produção e veiculação de informações emergenciais de utilidade pública.

Artigo 33 – O painel eletrônico poderá ser instalado em vias de trânsito rápido, vias arteriais e coletoras, observadas as respectivas definições constantes desta lei.

Seção VI
Do Painel Metálico ou Revestido

Artigo 34 – O painel metálico ou revestido é anúncio composto por um quadro metálico ou revestido em chapa metálica ou não, onde é veiculada a mensagem, utilizado em imóveis não edificadas, com características próprias para imóvel em obra de construção civil e ainda:

I-) quanto à mobilidade, anúncio fixo;

II-) quanto à animação, veiculação de mensagens estáticas;

III-) quanto à iluminação, iluminado ou não;

IV-) quanto à classificação, anúncio simples, complexo ou especial;

V-) quanto à forma de sustentação, através de suporte próprio ou no anteparo vertical;



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

Folha nº 22 do proc.
Nº 406 de 62

Adelina Cicone - Ass. Parlamentar

RF. 100.406

VI-) quanto à veiculação, baixa rotatividade de mensagens, podendo ser de caráter indicativo ou cooperativo;

VII-) quanto à espessura (E), de geometria plana.

Artigo 35 – O painel metálico ou revestido deverá ainda observar:

I-) a área máxima de 72,00m² (setenta e dois metros quadrados) por face de exposição, quando instalado através de suporte próprio ou no anteparo vertical, observadas as disposições desta lei relativas à quota do imóvel.

II-) altura máxima de instalação (Hmax) de 9,00 m (nove metros).

§ 1º - Quando instalado através de suporte próprio ou no anteparo vertical, será admitida a sobreposição de três anúncios no máximo, observados os demais dispositivos constantes da presente lei.

§ 2º - Para fins de regularização do disposto no ^{§ 1º} parágrafo anterior, as áreas das peças sobrepostas não necessariamente deverão se constituir em um único anúncio, não podendo ser regularizadas separadamente, exceto se houver distância vertical entre elas.

Seção VII
Dos Letreiros

Artigo 36 – O letreiro é modalidade de anúncio do tipo indicativo ou publicitário, composto por um conjunto de letras e logotipos utilizando ou não uma estrutura de fixação e possuindo as seguintes características:

I-) quanto à mobilidade, anúncio fixo; em

II-) quanto à animação, veiculação de mensagens estáticas ou dinâmicas;

III-) quanto à iluminação, iluminado ou não;

IV-) quanto à classificação, anúncio simples, complexo ou especial;

V-) quanto à forma de sustentação, no elemento da edificação; — ?

VI-) quanto à veiculação, baixa rotatividade de mensagens;

VII-) quanto à espessura (E), anúncio plano;



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

Folha nº 23 do proc.
Nº 406 de 02

Adelina Cicone - Ass. Parlamentar
RF. 100.406

Parágrafo único
VIII-) poderá ser instalado com mais de uma modalidade de anúncio, em suporte próprio ou no elemento da edificação, compondo um único anúncio.

Artigo 37 – O letreiro poderá ser fixado nos elementos externos da edificação e no anteparo vertical, desde que atendidos os requisitos legais constantes de artigos subsequentes desta lei, relativos à instalação de anúncio em cada um desses elementos.

§ 1º - Quando instalado na cobertura de imóvel edificado, este, com altura inferior a 9,00m (nove metros), conforme previsto nos parâmetros para instalação de anúncios em cobertura, o letreiro só poderá ser exclusivamente de caráter indicativo, devendo ser único na face de visibilidade onde estiver instalado, vedada a instalação de outro anúncio de qualquer modalidade, nessa mesma face do imóvel.

§ 2º - A altura máxima de instalação (Hmax) a que se refere o parágrafo anterior, em qualquer caso, incluindo a estrutura de fixação do letreiro, deverá ser de, no máximo, 1/3 (um terço) da altura da edificação.

§ 3º - Se o anúncio de cobertura for instalado em edificação com altura superior a 9,00m (nove metros), o anúncio será caracterizado como publicitário, e se submeterá as regras aplicáveis às peças, quando instaladas naquele elemento da edificação, conforme previsto na presente legislação.

Seção VIII DO MOBILIÁRIO URBANO

Artigo 38 - A veiculação de anúncios nos mobiliários urbanos será feita mediante procedimento licitatório, modalidade concorrência pública, por empresas que possuam, comprovadamente, capacidade para conceber, desenvolver, fornecer, instalar e manter os equipamentos.

§ 1º - Os tipos de mobiliário urbano, as quantidades e respectivas localizações serão definidas no edital do certame licitatório, pelo Poder Público Municipal.

§ 2º - O prazo das concessões, bem como eventuais prorrogações, serão definidos nas respectivas licitações, dadas as características de cada tipo de mobiliário urbano, e em função da determinação e garantia da equação econômico-financeira atinente à própria concessão.

§ 3º - Aquele mobiliário urbano que já tenha sido regulamentado por legislação municipal específica, continuará sujeito às disposições da mesma, durante a vigência do contrato, e, no que couber, às desta lei.

§ 4º - As cabines e pontos telefônicos públicos serão instalados pelas respectivas concessionárias federais em vias públicas, segundo o que tenha sido estabelecido nos respectivos



CÂMARA MUNICIPAL

Folha nº	24	do proc.
Nº	406	da 02

Adelina Cicone - Ass. Parlamentar

RA 100.406 DE SÃO PAULO

contratos de concessão, respeitados na sua localização, instalação, manutenção e publicidade os preceitos gerais estabelecidos por esta lei, no que couber.

Artigo 39 – Define-se mobiliário urbano o equipamento de uso e utilidade pública, localizado em logradouro e áreas públicas em geral, destinado a funções diversas, de interesse da coletividade, proporcionando maior funcionalidade e qualificação dos espaços e do ambiente urbano.

Parágrafo único – Os equipamentos definidos como mobiliário urbano deverão estar em conformidade com as definições e especificações estabelecidas pela Norma Brasileira Registrada, NBR nº 9283, da ABNT – Associação Brasileira de Normas Técnicas.

Artigo 40 - São considerados mobiliários urbanos de uso e utilidade pública:

I-) abrigo de parada de transporte público de passageiros;

II-) totem indicativo de parada de ônibus;

III-) sanitário público Standard;

IV-) sanitário público com acesso universal;

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

VI-) painel publicitário/informativo (MUPI);

VII-) painel eletrônico para texto informativo;

VIII-) placa e unidade direcional para pedestres;

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;

XV-) grade de proteção de terra ao pé de árvores;

XVI-) protetores de árvores;



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

Folha nº 25 do proc.
Nº 406 de 02
Adelina Cicone - Ass. Parlamentar
PP 100.408

XVII-) quiosque para venda de lanches e produtos em parques;

XVIII-) lixeiras;

XIX-) relógio (tempo e temperatura);

XX-) estrutura de suporte para terminal da Rede Pública de Informação e Comunicação;

XXI-) suportes cilíndricos para afixação gratuita de pôster para eventos;

XXII-) painéis de mensagens variáveis para uso exclusivo de informações de trânsito;

XXIII-) colunas multiuso;

XXIV-) cabines e pontos telefônicos públicos.

§ 1º - Os abrigos são instalações de proteção aos usuários do sistema de transporte público, contra as intempéries, 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 - O totem indicativo de parada de ônibus, é elemento de comunicação visual, destinado a identificação da parada de ônibus, quando houver impedimento para instalação dos abrigos;

§ 3º - Os 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 - Painel Publicitário Informativo (MUPI), é um painel luminoso para informação à 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, artísticos, localizados no entorno e ainda com a mesma função relativamente a casas de espetáculos, teatros e auditórios;

§ 6º - As placas e unidades direcionais para pedestres, são aquelas que identificam as vias e logradouros públicos, instaladas nas respectivas confluências;



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

§ 7º - Totens de Identificação de Espaços e Edifícios Públicos, são elementos de comunicação visual, destinado exclusivamente à identificação dos espaços e edifícios públicos;

§ 8º - Cabine de Segurança, é um equipamento destinado a abrigar policiais durante 24 horas/dia, com acesso externo tipo balcão para atendimento aos transeuntes, com capacidade para atendimento de primeiros socorros, contendo pequeno sanitário, prevendo espaço para detenção provisória de pelo menos uma pessoa;

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

§ 10º - As bancas para a comercialização de impressos ou bancas de jornais, 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;

§ 11º - Bicicletário, é um equipamento destinado a abrigar no mínimo 10 (dez) bicicletas, adaptável à estações de metrô, ônibus e trêns, escolas e instituições, destinado a atender o público em geral; ✓

§ 12º - Grade de Proteção de Terra ao Pé de Árvores, é elaborada em forma de gradil, destinada à proteção das bases de árvores em calçadas, permitindo servir de piso no mesmo nível do pavimento das referidas calçadas;

§ 13º - Os protetores de árvore, são 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 ou pelo concessionário, em material de qualidade não agressiva ao meio ambiente;

§ 14º - 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 portadores de deficiência;

§ 15º - Os relógios/termômetros, são equipamentos com iluminação interna, destinados a orientação do público em geral quanto ao horário e temperatura do local, podendo ser instalados nas vias públicas e nos canteiros centrais e ilhas de travessia de avenidas;

§ 16º - 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, estarão localizadas em locais públicos abrigados, de intenso trânsito de pedestres;

§ 17º - Suportes Cilíndricos para Afixação Gratuita de Posters, são elementos estruturados para receber a aplicação de pequenos posters do tipo "lambe-lambe", sem espaço à publicidade;



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

§ 18º - Painéis de Mensagens Variáveis para uso Exclusivo de Informações de Trânsito, são equipamentos eletrônicos destinados a veicular mensagens exclusivamente de caráter informativo e de utilidade no que se refere ao sistema viário e de trânsito da Cidade;

§ 19º - As colunas multiuso se destinam 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, venda de ingressos, etc;

§ 20º - As cabines e pontos telefônicos públicos são equipamentos de telefonia destinados ao uso do público em geral, instalados pelas respectivas concessionárias, segundo as normas fixadas pela legislação federal e ANATEL.

Artigo 41 - Poderão veicular anúncios nos mobiliários urbanos, empresas nacionais ou estrangeiras, legalmente constituídas, isoladamente ou em consórcio, participantes do certame licitatório que lhes conferirá a concessão.

§ 1º - As empresas estrangeiras deverão ter representantes legais no Brasil, com poderes para representa-los jurídica e administrativamente, com presença no país há, pelo menos, 3 (três) anos, anteriores à realização do certame licitatório.

§ 2º - Não poderão veicular anúncios em mobiliários urbanos, as empresas consideradas inidôneas, concordatárias ou com falência requerida ou decretada ou ainda, que não tenham cumprido, anteriormente, contratos firmados ou que se encontrem, de qualquer maneira, inadimplentes frente a obrigações assumidas com o Poder Público municipal.

§ 3º - O enquadramento estético de anúncio em mobiliário urbano não poderá descaracterizar as definições técnicas constantes desta lei, incidentes sobre os anúncios de maneira geral, independentemente de sua modalidade ou qualquer outra caracterização.

§ 4º - Fica vedada a veiculação de anúncios nos mobiliários urbanos por empresas que possuam como dirigentes, gerentes ou sócios detentores de capital social ou componentes de seu quadro técnico, servidores do Município ou de qualquer de suas entidades paraestatais.

§ 5º - As empresas consorciadas não poderão veicular anúncios nos mobiliários isoladamente ou através de mais de um consórcio e responderão solidariamente pelos atos praticados pelo consórcio.

Qto ao equipamento urbano, é vedado;

Artigo 42 - É vedado a qualquer equipamento urbano:

I-) estar fixado sobre o leito carroçável das vias, exceção feita aos postes, luminárias, conjuntos semafóricos e placas de sinalização, no que diz respeito à sua projeção horizontal;



Folha nº 28 do proc.

Nº 406 de 02

Adelina Ciconé - Ass. Parlamentar

CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

II-) obstruir a circulação de pedestres ou configurar perigo ou impedimento de locomoção de deficientes físicos ou visuais;

III-) causar obstrução ao acesso de faixas de travessias de pedestres, escadas-rolantes ou entradas e saídas de público, sobretudo as de emergência ou para portadores de deficiência;

IV-) estar localizado em ilhas de travessia, exceto pontos de ônibus e relógios/termômetros digitais;

V-) estar localizado em esquinas, viadutos, pontos e belvederes, salvo os equipamentos de informação básica ao pedestre;

Parágrafo único – A instalação do mobiliário urbano nas calçadas deverá necessariamente observar uma faixa de circulação de, no mínimo, metade de sua largura, nunca inferior a 1,50m (hum metro e meio), nos calçadões, a faixa de circulação terá 4,50 m (quatro metros e meio) de largura.

Seção IX DOS ANÚNCIOS TEMPORÁRIOS

Artigo 43 – Os anúncios temporários destinam-se a veicular mensagens esporádicas, relativas a promoção de vendas de lançamentos imobiliários, ofertas específicas, eventos culturais e artísticos, bem como mensagens de cunho educacional ou de elucidação pública.

Artigo 44 – Nos termos desta lei, referidos anúncios publicitários, conforme previsto no artigo 15, compreendem a exposição de cavaletes, bandeiras, estandartes, plaquetas ou “banners”, e a distribuição de folhetos ou assemelhados, que por se constituírem em peças móveis e de caráter transitório, ficam sujeitas ao pagamento da T.F.A. Taxa de Fiscalização de Anúncios, e também ao recolhimento dos preços públicos aqui fixados, para utilização do espaço municipal.

Artigo 45 - A instalação dos cavaletes e plaquetas, e, a exposição de bandeiras, estandartes e “banners” ou assemelhados, somente poderá ocorrer aos sábados, domingos e feriados, entre 0h (zero hora) e 24h (vinte e quatro horas). A distribuição dos materiais promocionais (folhetos e assemelhados) somente poderá ocorrer aos sábados, domingos e feriados, entre 9h30min e 17h30min.



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

§ 1º - Define-se como cavalete ou plaqueta o anúncio estruturado, revestido em material translúcido ou não, onde são veiculadas as mensagens, com uma ou duas faces de exposição, respeitadas as dimensões nesta Lei estabelecidas e demais procedimentos pertinentes.

§ 2º - Define-se como bandeira e estandarte o anúncio estruturado, confeccionado em tecido, lona plástica ou similares, onde são veiculadas as mensagens, com uma ou duas faces de exposição, não compreendendo para estes tipos de anúncios quaisquer sistema de fixação, respeitadas as dimensões e demais parâmetros nesta Lei estabelecidos.

§ 3º - Define-se como folheto ou panfleto o anúncio impresso em material de qualquer natureza, de dimensão variada, nunca superior a área determinada para plaquetas e "banners", onde são veiculadas as mensagens publicitárias, distribuído manualmente em espaços pré-determinados.

Artigo 46 - Os cavaletes, as bandeiras e os estandartes deverão medir até 1,00 m (um metro) de largura e 1,50m (um metro e cinquenta centímetros) de altura; as plaquetas e os "banners" deverão medir até 0,60 m (sessenta centímetros) de largura por 0,40m (quarenta centímetros) de altura, ser mantidos em perfeitas condições de fixação, devendo ainda observar as seguintes características:

- I-) quanto à mobilidade, anúncio flexível;
- II-) quanto à animação, veiculação de mensagens estáticas;
- III-) quanto à iluminação, não iluminado;
- IV-) quanto à classificação, anúncio simples;
- V-) quanto à forma de sustentação, através de suporte próprio ou não;
- VI-) quanto à veiculação, alta rotatividade de mensagens, sendo essas de caráter publicitário;
- VII-) quanto à espessura (E), de geometria plana.

Artigo 47 - Os folhetos, cavaletes, bandeiras, estandartes, plaquetas e "banners" ou assemelhados, deverão atender, ainda aos seguintes requisitos:

I-) Inserção do zoneamento do local de situação do imóvel, quando se tratar de empreendimento imobiliário, de conformidade com o estabelecido na Lei Municipal 11820/95.

II-) Reserva de, no mínimo, 1/10 (um décimo) das suas áreas para informação da Razão Social, número de inscrição de Cadastro de Contribuinte Mobiliário - CCM e endereço sede das empresas patrocinadora e divulgadora;



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

Folha nº 30 do proc.
Nº 466 de 02

Adelina Cicone - Ass. Parlamentar
RF 100.406

III-) Para os folhetos, inclusão obrigatória da frase: "não jogue este impresso na via pública", observando o preceituado pela Lei Municipal 11.837/95;

IV) A responsabilidade pela promoção da limpeza completa da área compreendida no raio de 200,00(duzentos) metros do local em que a distribuição for autorizada é da empresa promotora do evento e deverá ser realizada até duas horas depois do término diário da autorização concedida.

Artigo 48 - A responsabilidade pela utilização do espaço público será exclusivamente das Empresas de Promoção e Divulgação, que deverão estar inscritas no Cadastro de Contribuintes Mobiliários.

Artigo 49 - A autorização para utilização do espaço público deverá ser requerida junto as Administrações Regionais, respeitando-se sua área de competência, pela Empresa de Promoção e Divulgação no prazo mínimo de 3 (três) dias de antecedência da data do evento, mediante a apresentação de:

I-) Requerimento assinado pela Empresa de Promoção ou Divulgação ou seu representante legal, do qual conste o nome da empresa patrocinadora, acompanhado de:

a-) Relação dos pontos de afixação de cavaletes e plaquetas, e da exposição das bandeiras, standartes, plaquetas e "banners" ou assemelhados, com identificação exata do local, permitindo-se como margem de tolerância, o espaço equidistante de até 100 m (cem metros) do local indicado;

b-) Relação dos pontos de distribuição do material promocional (folheto ou assemelhado), constando obrigatoriamente a precisa indicação do cruzamento das vias públicas ou praças onde serão desenvolvidas as atividades.

II-) Comprovante do recolhimento dos tributos municipais pertinentes, mediante apresentação de Certidão Negativa de Débito, expedida pela Secretaria das Finanças, com prazo de validade em vigor;

III-) Prova de inscrição da Promotora do Evento no Cadastro dos Contribuintes Mobiliários - CCM;

IV-) Certidões Negativas de débitos da Receita Federal, INSS e Sindicato Representativo da classe;

V-) Não serão protocolizados requerimentos incompletos, com erros ou desacompanhados dos elementos previstos neste artigo;

30



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

Folha nº 31 do proc.
Nº 406 de 02

Adelina Cicone - Ass. Parlamentar
RF. 100.406

VI-) Esses procedimentos efetivam a regularização do anúncio temporário junto ao Poder Público, ficando isento das demais disposições constantes na presente Lei, quanto ao licenciamento.

Parágrafo único – O Poder Público poderá firmar convênio com a entidade de classe para a implantação de cadastros profissionais de empresas promotoras de eventos, ligadas ao setor, ou outros que promovam a agilização da observância desta Lei.

Artigo 50 – Na guia de arrecadação paga no banco, deverá constar às razões sociais, tanto da empresa promotora quanto da empresa patrocinadora, para que a guia tenha valor fiscal, e os recolhimentos somente serão feitos após a autorização de que trata o artigo anterior. X

Artigo 51 - Deferido o pedido, no prazo máximo de 03 (três) dias, contados da data de protocolo da solicitação junto a Administração Regional competente, serão entregues, aos interessados, as respectivas autorizações, contra a apresentação do comprovante do recolhimento do preço público, devidamente autenticado por instituição financeira autorizada. ?

Parágrafo único - A autorização será fornecida à requerente através de cópia chancelada pela Prefeitura, com validade para 30 dias, contados da data do deferimento do pedido, abrangendo os feriados e finais de semana correspondentes, ou apenas para um final de semana. Em ambos os casos, as autorizações deverão ser publicadas no Diário Oficial do Município. X

Artigo 52 - Os preços públicos a serem recolhidos pela utilização do espaço público, nos termos desta Lei, serão regulamentados por decreto específico, cobrados por pacotes, na seguinte proporção:

I - Trintídio:

Pacote 01:

(04 folhetos; 20 cavaletes e 10 plaquetas/"banners"/estandartes ou bandeiras)

Pacote 02:

(08 folhetos; 40 cavaletes e 20 plaquetas/"banners"/estandartes ou bandeiras)

Pacote 03:

(12 folhetos; 60 cavaletes e 30 plaquetas/"banners"/estandartes ou bandeiras)

Pacote 04:

(05 folhetos)



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

Folha nº 31 do proc.
Nº 406 de 01

Adelina Cicone - Ass. Parlamentar

100.406

Pacote 05:
(20 cavaletes)

II – Final de semana:

Pacote 01:
(04 folhetos; 20 cavaletes e 10 plaquetas/"banners"/estandartes ou bandeiras)

Pacote 02:
(08 folhetos; 40 cavaletes e 20 plaquetas/"banners"/estandartes ou bandeiras)

Pacote 03:
(12 folhetos; 60 cavaletes e 30 plaquetas/"banners"/estandartes ou bandeiras)

Pacote 04:
(05 folhetos)

e) Pacote 05:
(20 cavaletes)

§ 1º - Para o cálculo dos preços públicos a serem recolhidos, será considerado o valor da UFIR ou índice equivalente correspondente ao mês do dia do protocolo do requerimento que solicita a autorização.

§ 2º - Para um mesmo ponto de distribuição de folhetos ou assemelhados, poderão ser concedidas, no máximo, 05 (cinco) autorizações distintas, para os dias permitidos (sábados, domingos e feriados), evitando-se aglomeração de pessoas e transtorno no fluxo de veículos. Ao Poder Público caberá a responsabilidade desse controle e fiscalização. X

§ 3º - Será permitida a utilização de bicicletas ou similares para veiculação de publicidade, respeitando-se para esta modalidade os preceitos que definem a TFA – Taxa de Fiscalização de Anúncios, obedecendo o estabelecido no art. 46 desta lei, com referência a metragem do anúncio. X

Artigo 53 - A receita auferida com o exercício das atividades previstas nesta seção terá 60% (sessenta por cento) destinada ao **FUNDO DE RECUPERAÇÃO E MANUTENÇÃO DA PAISAGEM URBANA**, criado por esta lei e que será regulamentado por decreto, sendo que os 40% restante será destinado ao desenvolvimento de programas sociais da Prefeitura.

Título II

Da Instalação de Anúncios na Paisagem Urbana

Capítulo I

Das Referências Iniciais e Critérios Gerais para a Instalação



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

Folha nº 33 do proc.
Nº 406 de 02
Adelina Cicone - Ass. Parlamentar
RF. 100.406

Artigo 54 – O anúncio, para fins de aplicação desta lei, deverá estar instalado em bem imóvel particular ou em bem público.

I-) O imóvel particular será considerado:

- a-) edificado;
- b-) não edificado;
- c-) em obra de construção civil.

II-) O bem público será considerado:

- a-) edificado;
- b-) não edificado;
- c-) em obra pública de construção civil;
- d-) em faixa de domínio

Artigo 55 – O anúncio poderá estar instalado no espaço interno ou externo da edificação, devendo o mesmo ser visível do logradouro público.

Parágrafo único – O anúncio instalado no espaço interno da edificação, não será considerado visível do logradouro público, se instalado a mais de 0,50 m (meio metro) de qualquer abertura ou vedo transparente que se comunique com o exterior.

Artigo 56 – Os anúncios deverão observar as seguintes normas gerais para a sua instalação:

- I-) oferecer condições de segurança ao público;**
- II-) ser mantido em bom estado de conservação no que diz respeito à estabilidade, resistência dos materiais e aspecto visual;**
- III-) atender às normas técnicas relativas à segurança e estabilidade de seus elementos;**
- IV-) atender às normas emitidas pela Associação Brasileira de Normas Técnicas – ABNT, pertinentes às distâncias das redes públicas de distribuição, de energia elétrica, ou a parecer técnico emitido pelo órgão público estadual ou empresa responsável pela distribuição de energia elétrica;**



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

V-) receber tratamento adequado em todas as suas superfícies;

VI-) não prejudicar a visibilidade da sinalização ou comunicação institucional de orientação ao público, bem como a numeração imobiliária e a denominação de logradouros;

VII-) não prejudicar a visualização de imóveis e bens significativos;

VIII-) quando com dispositivo luminoso:

a-) não produzir ofuscamento ou causar insegurança aos pedestres, veículos e edificações vizinhas;

b-) quando tratar-se de pisca-pisca, luz intermitente ou jogo de luzes, em período noturno, não prejudicar a edificação em que estiver instalado ou as edificações vizinhas;

IX-) não prejudicar, por qualquer forma, a insolação ou a aeração da edificação em que estiver instalado ou dos imóveis vizinhos.

Seção I

Dos Elementos Componentes do Imóvel Edificado

Artigo 57 – São elementos componentes do imóvel edificado:

I-) fachada;

II-) marquise integrante do projeto aprovado;

III-) empena cega;

IV-) cobertura;

V-) área livre do imóvel edificado;

VI-) anteparo vertical;

VII-) complementar constante do projeto aprovado.

§ 1º - Fachada é qualquer das faces externas da edificação que apresenta aberturas destinadas à circulação, aeração, insolação e iluminação.

§ 2º - Marquise é a estrutura da edificação construída em balanço, em relação à fachada, integrante de projeto aprovado, destinada à cobertura e proteção dos transeuntes.



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

Folha nº 35 do proc.
Nº 406 de 02

Adelina Cicone - Ass. Parlamentar
RE 100.406

§ 3º - Empena cega é qualquer das faces externas da edificação que não apresentam qualquer abertura.

§ 4º - Cobertura é o elemento destinado tanto ao recobrimento do último pavimento ou andar da edificação, na forma de última laje do teto, como também poderá ser assim classificado, para fins de aplicação desta lei, todo e qualquer elemento estrutural aparente, em concreto, localizado acima da referida laje.

§ 5º - Área livre do imóvel edificado é aquela pertencente ao imóvel, circunscrita totalmente dentro de suas divisas, compreendendo:

a-) área livre de frente, aquela delimitada pela edificação e pelo logradouro público, que possui acesso ao imóvel, independentemente de sua extensão estar ou não computada no Imposto Predial e Territorial Urbano - IPTU;

b-) área livre lateral, aquela delimitada pela edificação e os imóveis vizinhos, sejam estes de propriedade pública ou privada;

c-) área livre de fundo, divisa oposta à frente, consiste na área delimitada pela edificação e o imóvel vizinho de fundo, ou logradouro sem acesso ao imóvel, ou ainda com áreas públicas oriundas ou remanescentes de desapropriação ou desdobramento.

§ 6º - Entende-se por acesso, qualquer interligação entre área pública e privada, destinada à passagem de veículos e pedestres, indicada em projeto aprovado.

§ 7º - Anteparo vertical é o elemento constituinte da divisa do imóvel com outro lindeiro ou com a via ou espaço público, podendo ser muro, gradil, alambrado, tapumes e similares, de acordo com o Código de Obras e Edificações.

§ 8º - O anteparo vertical integra também o imóvel não edificado.

§ 9º - Complementar, é o elemento da edificação, constante do projeto aprovado, compreendendo torres, caixas d'água, chaminés, casa de máquinas e similares.

Capítulo II
Da Instalação dos Anúncios

Seção I
Dos Referenciais para a Instalação



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

Artigo 58 – Para a instalação do anúncio na paisagem urbana serão observados os seguintes referenciais:

- I-) lote;*
- II-) reenquadramento do lote;*
- III-) quota;*
- IV-) índice;*
- V-) testada;*
- VI-) vias de circulação;*
- VII-) elementos componentes do imóvel edificado;*
- VIII-) bem público e imóvel particular não edificado ou em obras;*
- IX-) áreas especiais de veiculação.*

Artigo 59 – À observância das normas contidas nesta lei, desde a instalação do anúncio, estão obrigados o seu proprietário, o anunciante, o proprietário ou o possuidor do imóvel, o Poder Público, através de seus órgãos e agentes fiscalizadores, por ser a paisagem urbana um bem de uso comum de todos.

Artigo 60 – Quanto à instalação e manutenção dos anúncios definidos como complexos ou especiais, deverá ser observada a manutenção de corpo técnico, visando a durabilidade e condições de segurança de todos os elementos estruturais e visuais de acordo com os termos das normas expedidas pela Associação Brasileira de Normas Técnicas, ABNT, de maneira:

§ 1º - O contrato de manutenção do anúncio será o instrumento capaz de garantir o cumprimento dos serviços necessários, visando a segurança dos elementos e a conservação de cada um deles, a ser efetivado de maneira constante e contínua, portanto, conter, de maneira discriminada os serviços a serem executados, a serem apontando, inclusive, o responsável técnico supervisor, que responderá, solidariamente, com os demais responsáveis pelo anúncio perante o Poder Público, pela execução e prestação dos serviços realizados.

§ 2º - Fica dispensada a contratação de empresa especializada para a manutenção das proprietárias de anúncios com registro no Cadastro de Empresas Exterior, Cadeplex.



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

Folha nº 37 do proc.
Nº 406 da 02
Adelina Cicone - Ass. Parlamentar
RF 100.406

§ 3º - Para a obtenção do registro no Cadeplex, quanto à manutenção da peça indicativa, cooperativa e publicitária, deverá a empresa interessada, no ato do requerimento de seu registro, ou quando de sua renovação anual, fazer prova de que, em seus quadros, possui prestador de serviços ou empregado responsável, com habilitação compatível para a execução dos trabalhos contratados, em número suficiente para o adequado atendimento dos anúncios instalados, arrolando em documento próprio as datas de visitas às peças instaladas.

§ 4º - Os registros de empresas de manutenção no Cadastro de Publicidade Exterior, Cadeplex, e os serviços por elas prestados serão objeto de fiscalização do Poder Público diretamente, ficando responsabilizado nos termos da lei a empresa de manutenção, seus prepostos e empregados que se utilizarem de documentos ou declarações falsas acerca dos trabalhos prestados.

§ 5º - No que diz respeito à instalação do anúncio, para a empresa instaladora aplicar-se-á, no que couber, as normas constantes dos parágrafos anteriores.

Seção II DOS LOTES

Artigo 61 – Define-se como lote a parcela de terreno contida numa quadra, resultante de loteamento, desmembramento ou desdobro, com, pelo menos, uma divisa lindeira, à via de circulação.

Parágrafo único – A via de circulação, espaço destinado à circulação de veículos e pedestres, classifica-se:

I-) via de circulação oficial, o espaço destinado à circulação de pedestres e veículos, oficializada pelo Poder Público;

II-) via de circulação não oficial, o espaço destinado à circulação de pedestres e veículos não oficializada pelo Poder Público.

Artigo 62 – Todo anúncio publicitário, nos termos desta lei, independente de sua classificação quanto à modalidade, para fins de instalação, deverá observar um distanciamento mínimo de 30 (trinta) metros entre si próprio e outro anúncio da mesma modalidade, computados a partir da divisa do lote onde estiver instalado, definido o distanciamento, pela metragem linear do lote, lindeira ao logradouro, exceto quando a instalação ocorrer na empena cega ou cobertura de edificação, que ficam isentos do distanciamento.

§ 1º - Os anúncios em cobertura de edificação deverão observar parâmetros específicos de instalação, nos termos desta lei, não se lhe aplicando o disposto no “caput”.

§ 2º - Independentemente da metragem da testada, poderão ser instaladas diferentes modalidades de anúncios de caráter publicitário, dentro de um mesmo lote, simultaneamente, em



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

Folha nº 38 do proc.
Nº 406 de 02
Adelina Ciconie - Ass. Parlamentar
RF. 100.406

elemento da edificação e suporte próprio, desde que atendidas todas as disposições constantes na presente Lei.

§ 3º – Poderão ser instalados diferentes modalidades de anúncios de caráter publicitário em suportes próprios, distintos uns dos outros, dentro de um mesmo lote, desde que observada, para esse fim, a quota do imóvel e a testada superior a 30,00m (trinta metros) e ainda os distanciamentos entre as peças.

~~61~~
Parágrafo Único: – O distanciamento previsto neste artigo é aplicado para anúncios publicitários instalados em lotes distintos, sendo que dentro do mesmo lote deverão ser observadas as disposições quanto ao distanciamento para cada uma das modalidades.

~~62~~
Artigo 63 – O distanciamento previsto no artigo anterior, entre anúncios de mesma modalidade, instalados em lotes distintos, observará, para fins de cálculo, as seguintes condições:

I-) quanto aos lotes vizinhos e subseqüentes, fica considerada a metragem linear de suas testadas, constantes do respectivo Imposto Predial e Territorial Urbano- IPTU, quando for necessário um ou mais lotes para se obter a metragem definida no artigo 62, tomando-se a sua numeração imediata e subseqüente;

II-) será considerada a testada de lotes em quadras distintas mas subseqüentes, para a obtenção da metragem de 30 (trinta) metros, desde que as quadras pertençam ao mesmo logradouro público.

Parágrafo único: – Testada ou alinhamento consiste na linha divisória entre o imóvel de propriedade particular ou pública e o logradouro ou via pública.

Artigo 64 – Para fins de aplicação desta lei, quota é a obtenção da metragem total em anúncios permitida para o lote, definida mediante a aplicação de um índice multiplicador sobre a testada do imóvel, da seguinte maneira:

TESTADA DO IMÓVEL	ÍNDICE MULTIPLICADOR
I) até 20 metros	5,0;
II) superior a 20 metros até 50 metros	4,0;
III) superior a 50 metros até 100 metros	2,5;
IV) acima de 100 metros	2,0.

Seção III DO REENQUADRAMENTO DE LOTES



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

Folha nº 39 do proc.
Nº 406 de 02

Adelina Cicone - Ass. Parlamentar

RF. 100.406

Artigo 65 – Admitir-se-á o reenquadramento de lotes para fins de instalação de anúncio de caráter publicitário, verificadas as seguintes situações:

I-) quando a somatória da metragem linear das testadas desses lotes ultrapassar 30 (trinta) metros, e houver excedente de metragem quanto ao lote onde será instalado o anúncio e que atenda as disposições presentes nesta Lei;

II-) quando, na somatória da metragem dos lotes, houver um lote de esquina, será considerada, para fins de cálculo, a testada do lote integrante da quadra face para a via objeto do reenquadramento, constante ou não do Imposto Predial e Territorial Urbano – IPTU, daquele imóvel;

III-) na obtenção dos 30 (trinta) metros, não serão computadas, para fins de cálculo, as testadas de praças, parques, jardins, áreas remanescentes, cemitérios e a largura do logradouro público, salvo quando se tratar de vias arteriais, onde a largura dessas vias será aceita, para todos os fins, como o distanciamento;

IV-) na obtenção dos 30 (trinta) metros, para fins de reenquadramento, aplica-se o disposto no inciso II do artigo anterior, nas mesmas condições.

Artigo 66 – Na obtenção do distanciamento legal, para fins de reenquadramento do lote, não serão considerados os lotes imediatamente subseqüentes se pertencerem ao mesmo proprietário do imóvel e quando indicados no processo de regularização do anúncio.

Artigo 67 – Para proceder ao reenquadramento do lote, deverá o proprietário do anúncio:

I-) apresentar o croquis dos lotes que, subseqüentemente, represente mais do que os 30 (trinta) metros legais, fazendo a indicação do seu proprietário, do logradouro, os lotes que integrarão o reenquadramento e o número da quadra ou quadras a que pertençam;

II-) indicar, no mesmo croqui, o tipo de anúncio se plano ou espacial, a localização pretendida dentro do lote objeto do reenquadramento, e se será utilizado suporte próprio ou se a instalação se utilizará de elemento da própria edificação, salvo os casos de empena cega ou cobertura, observado o disposto no artigo 62;

III-) juntar fotos que permitam visualizar a área em questão, incluindo-se os lotes apontados para cálculo do distanciamento, no reenquadramento;

IV-) juntar cópia do Imposto Predial e Territorial Urbano – IPTU do lote objeto do reenquadramento onde se pretende instalar o anúncio.

§ 1º - Cabe exclusivamente ao proprietário do anúncio, possuidor do Registro junto ao Conselho Regional de Engenharia, Arquitetura e Agronomia - CREA e Cadastro das Empresas de Publicidade Exterior - Cadeplex, solicitar, perante o Poder Público, o reenquadramento de lote,



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

Folha nº 40 do proc.
Nº 406 de 202
Adelina Cicone - Ass. Parlamentar
RF. 100.406

e a ele será concedido o direito de instalação do anúncio, sem prejuízo das demais providências que deverá tomar relativas à sua regularização -

§ 2º - A aprovação do reenquadramento do lote não implica em qualquer garantia de concessão do alvará de instalação e, posteriormente, no de licença do anúncio se não observados os demais termos desta lei.

§ 3º - No procedimento relativo à regularização de anúncio, não se admitirá, em hipótese alguma, a alteração de sua localização e de suas características já aprovadas em processo de reenquadramento de lote, sendo que este processo, obrigatoriamente, acompanhará o da regularização do anúncio.

Artigo 68 - Os reenquadramentos serão examinados levando-se em consideração a precedência dos pedidos e o seu deferimento será comunicado ao proprietário do anúncio, mediante publicação no Diário Oficial do Município de São Paulo, devendo, dessa publicação, constar o número do contribuinte junto ao Imposto Predial e Territorial Urbano- IPTU, o local do imóvel, o número do processo de reenquadramento e a data em que foi dado o protocolo junto ao órgão competente do Poder Público.

Seção IV Da Instalação de Anúncios em Fachada

Artigo 69 - Os anúncios definidos nesta lei poderão ser instalados na fachada de edificação desde que de geometria plana e observadas as seguintes posições em relação ao plano de fachada:

I-) paralela, quando sua superfície de exposição estiver instalada no mesmo plano da fachada, observando uma altura mínima de instalação (H_{min}) igual ou superior a 2,50 m (dois metros e cinquenta centímetros), não podendo ultrapassar a altura máxima de 9,00 m (nove metros);

II-) perpendicular, quando sua superfície de exposição formar um ângulo reto em relação ao plano da fachada e observando:

a-) quando instalado em fachada junto ao alinhamento do passeio público, poderá avançar até 1,50m (hum metro e meio) sobre o passeio público, desde que esse avanço não exceda 2/3 da largura do passeio;

b-) estar instalado a uma altura mínima de instalação (H_{min}) de 2,50m (dois metros e cinquenta centímetros) e a uma altura máxima de instalação (H_{max}) de 6,00m (seis metros);



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

c-) apresentar área máxima de 2,50m² (dois metros e meio quadrados) por face de exposição.

III-) Ficam proibidos os anúncios do tipo oblíquo na fachada da edificação.

Artigo 70 – Sem prejuízo dos demais dispositivos relativos à instalação, o anúncio em fachada deverá atender às seguintes condições:

I-) apresentar área quadrada de, no máximo, 1/3 (um terço) da quota destinada ao imóvel;

II-) não poderá obstruir passagens, aberturas destinadas à ventilação, iluminação e insolação da edificação, mesmo que equidistantes delas;

III-) Não poderá estar fixado simultaneamente em mais de um dos elementos da edificação.

IV-) quando houver mais de um anúncio na mesma fachada do tipo paralelo, independentemente de ser indicativo ou cooperativo, deverá ser mantida uma distância horizontal de, no mínimo, 1,00m (hum metro) entre eles;

V-) poderá ocorrer a sobreposição de anúncios na mesma fachada, desde que mantida uma distância vertical mínima de 1,00m (hum metro) entre eles;

Parágrafo único – Fica dispensada da altura máxima de instalação (H_{max}), nos termos previstos na presente lei, o anúncio que for único na fachada em que estiver instalado.

Artigo 71 – Será admitida a instalação na fachada do anúncio cuja característica de mensagem seja do tipo publicitário apenas entre o último pavimento e a laje de cobertura da edificação.

Artigo 72 – Será ainda permitida na fachada da edificação a veiculação de anúncios em toldos e coberturas, fixos ou retráteis, observado o disposto na Lei nº 8.266, de 20 de junho de 1975, sendo permitida, unicamente, a veiculação de mensagem de caráter indicativo.

§ 1º - O anúncio não poderá ultrapassar a metragem expressa em metros quadrados superior a 25% (vinte e cinco por cento) da área total do toldo ou da cobertura fixa ou retrátil

§ 2º - Fica vedada a instalação de outros anúncios em fachada quando ali houver a veiculação em toldo ou cobertura, fixos ou retráteis, mencionados nesse artigo;

Artigo 73 – Havendo estabelecimentos diversos num mesmo imóvel, com atividades distintas, os anúncios fixados na fachada de edificação deverão guardar os mesmos parâmetros fixados nesta seção e ainda:



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

Folha nº 42 do proc.
Nº 406 de 02
Adelina Cicone - Ass. Parlamentar
RF. 100.406

I-) se instalados no pavimento térreo, deverão guardar a mesma relação de altura máxima e de projeção sobre o passeio público;

II-) se instalados acima do pavimento térreo, deverão manter a mesma altura máxima de instalação (Hmax), não podendo ultrapassar os 9,00m (nove metros) e 1,50m (um metro e meio) de projeção sobre o passeio público, considerado esse avanço apenas para anúncios perpendiculares.

Artigo 74 – Fica permitida aplicações em vedos transparentes desde que:

I-) apresentem área total inferior a 0,10m² (décima unidade de metro quadrado);

II-) apresente altura máxima (Hmax) de até 6,00m (seis metros);

III-) seja instalado em fachada de acesso à edificação;

IV-) sejam aplicados, no máximo, três unidades por fachada, com acesso à edificação.

Seção V
Da Instalação de Anúncios em Marquise

Artigo 75 – No elemento marquise da edificação, só será admitida a instalação de anúncio do tipo indicativo ou cooperativo, devendo-se observar:

I-) estar o anúncio instalado sobre ou sob a marquise, paralelamente às suas bordas;

II-) O avanço máximo do anúncio deverá acompanhar a projeção em que se encontrar a marquise sobre o passeio público;

III-) sua altura (H) poderá atingir o máximo de 1,20m (um metro e vinte centímetros), sem obstruir entradas destinadas à iluminação, passagem, insolação e aeração da edificação;

IV-) a altura mínima de instalação (Hmin) não poderá ser inferior a 2,20m (dois metros e vinte centímetros).

V) as áreas existentes sob marquise, desde que integrantes do lote, serão consideradas áreas livres.



Seção VI
Da Instalação de Anúncio em Empena Cega

Artigo 76 – Todo anúncio instalado em empena cega será considerado anúncio especial, sendo permitida apenas a veiculação de mensagem publicitária.

Parágrafo único – Não será admitida a pintura de mensagens publicitárias em empena cega.

Artigo 77 – Para que se verifique a instalação de anúncio em empena cega não poderá, na mesma edificação, ser instalado anúncio em cobertura, na mesma face de visibilidade.

Artigo 78 – O anúncio em empena cega deverá apresentar projeção totalmente contida nos limites do perímetro da empena, exceto o seu equipamento de iluminação, quando tratar-se do anúncio iluminado;

Artigo 79 – Admitir-se-á a instalação de mais de um anúncio em empena cega desde que:

I-) a altura máxima de instalação seja igual ou inferior a 9,00m (nove metros);

II-) mantenha distância horizontal mínima de 1,00m (um metro) entre os anúncios;

III-) a quota para os anúncios previstos nesta seção será obtida através do cálculo da largura da empena, multiplicado pelo índice 4 (quatro).

Artigo 80 – Ficará isento do atendimento da quota permitida para o imóvel, o anúncio que:

I-) for único por empena cega, por bloco de edificação;

II-) seja instalado em altura mínima de instalação igual ou superior a 15,00m (quinze metros).

III-) sua área quadrada não for superior a 70% (setenta por cento) da área total da empena.



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

§ 1º - Em qualquer hipótese prevista nesta seção, o proprietário do anúncio deverá manter a empena durante o período de veiculação do anúncio em bom estado de conservação, e, quando de sua retirada, a empena deverá ser totalmente recuperada.

§ 2º - O não cumprimento dessa disposição implicará no cancelamento do alvará de instalação ou da licença do anúncio.

Seção VII

Da Instalação de Anúncio em Cobertura de Edificação

Artigo 81 – Todo anúncio instalado em cobertura de edificação será considerado especial e veiculará mensagem de caráter unicamente publicitária, exceto o previsto no Artigo 37, inciso I. *art.*

Parágrafo único – A instalação de anúncio em cobertura impede a instalação em empena cega, de mesma visibilidade.

Artigo 82 – A estrutura de sustentação do anúncio instalado em cobertura deverá ser fixada sobre a laje e/ou elementos estruturais da edificação como vigas e pilares, sendo vedada a instalação sobre telhas ou similares.

Artigo 83 – O anúncio de cobertura poderá ainda:

I- ser instalado no imóvel de uso residencial, localizado em vias locais, coletoras, arteriais e de trânsito rápido, definidas na presente lei, observadas as seguintes condições:

a-) altura da edificação, igual ou superior a 25,00m (vinte e cinco metros);

b-) a altura máxima de instalação do anúncio, incluindo a sua estrutura de sustentação não poderá ser superior a $\frac{1}{4} + 1$ da altura da edificação.

II- ser instalado em imóvel destinado a uso misto e demais usos, exceto aquele de uso exclusivamente residencial, localizado em vias de trânsito rápido, arteriais, coletoras e locais definidas na presente lei, observando-se as seguintes condições: X

a-) altura da edificação igual ou superior a 15,00m (quinze metros);

b-) altura máxima de instalação do anúncio (H_{max}), incluindo sua estrutura de sustentação, que não poderá ser superior a $\frac{1}{4} + 1$ da altura da edificação.



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

Artigo 84 – Poderá ocorrer à instalação de anúncio em cobertura, quando o imóvel estiver localizado junto às vias de trânsito rápido, arteriais e coletoras, e observada a altura igual ou superior a 9,00m (nove metros) até 15,00m (quinze metros) da edificação desde que:

I-) o imóvel não seja de uso exclusivamente residencial;

II-) a altura de sua estrutura de sustentação aparente, e que esteja na mesma visibilidade da mensagem veiculada, represente no máximo de 1/5 da altura do anúncio;

III-) não poderá ocorrer, concomitantemente, a instalação de outro anúncio cuja mensagem seja de caráter indicativo, cooperativo ou publicitário, de qualquer modalidade, através de suporte próprio, no mesmo imóvel;

IV-) a altura máxima de instalação do anúncio, incluindo sua estrutura de sustentação, não poderá ser superior a 1/2 da altura da edificação;

V-) Em todas as situações previstas neste artigo, onde se refira ao cálculo para obtenção da altura máxima de instalação do anúncio (Hmax), que considera também sua estrutura de sustentação, o valor obtido, se fracionado, deverá ser arredondado para mais, observando todos os parâmetros fixados na presente lei.

VI-) A altura (H) do anúncio sobre cobertura será medida a partir da laje de cobertura ou dos seus elementos estruturais, ou a partir do ponto mais alto das partes sobre elevadas da edificação, onde for instalado;

VII-) todo anúncio instalado em cobertura, deverá também observar:

a-) estar totalmente contido dentro dos limites da planta de cobertura da edificação;

b-) não apresentar estrutura de fixação em madeira;

c-) observar o disposto na presente lei, quanto a não fixação da estrutura em elementos tipo telha e similares;

d-) ter apenas um anunciante visível, em cada momento de exposição;

e-) ser único na face de visibilidade onde for instalado;

f-) não interferir em heliportos, heliportos, lajes de segurança ou raio de ação de pára-raios;

g-) encontrar-se em edificação sem anúncio na empena cega, na mesma visibilidade;



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

h-) seus equipamentos de iluminação deverão estar totalmente contidos dentro dos limites do imóvel;

i-) nos imóveis com altura da edificação (Hed) igual ou superior a 9,00m (nove metros) e inferior a 15,00m (quinze metros), com anúncio na cobertura, não poderá haver projeção horizontal de outro anúncio, de qualquer modalidade sobre a cobertura da edificação.

Parágrafo único - A área do anúncio na cobertura da edificação não será considerada na área total máxima permitida no imóvel, obtida pela aplicação do índice sobre a testada, obtendo-se a quota.

Seção VIII

Da Instalação de Anúncio em Área Livre de Imóvel Edificado

Artigo 85 – O anúncio quando de sua instalação em área livre de imóvel edificado, através de suporte próprio, deverá observar:

I-) estar instalado a uma altura máxima não superior a 15,00m (quinze metros);

II-) anúncio e respectiva instalação devem estar contidos totalmente dentro dos limites do imóvel;

III-) não avançar sobre o passeio público;

IV-) poderá apresentar a projeção dos dispositivos de iluminação sobre o espaço público, desde que a medida dessa projeção não exceda 2/3 (dois terços) da largura do passeio público;

V-) anúncio e respectiva instalação deverão manter recuo lateral em relação às divisas laterais do imóvel de, no mínimo 0,50m (meio metro), salvo quando a modalidade especificar metragem diferente dessa fixada;

VI-) não poderá ocorrer sobreposição de anúncios, salvo se ambos estiverem dispostos num único suporte de fixação, nos termos da presente lei;

Artigo 86 – O anúncio instalado através de suporte próprio na área livre de imóvel edificado, poderá ter sua projeção horizontal sobre a edificação, exceto se houver no mesmo imóvel anúncio em cobertura.

Parágrafo único - Se houver mais de um anúncio publicitário instalado através de suporte próprio, em área livre de imóvel edificado, os mesmos deverão pertencer a um único proprietário de anúncio.



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

Artigo 87 – Ocorrendo à instalação de anúncio publicitário através de suporte próprio, em área livre de imóvel edificado, onde houver anúncio indicativo ou cooperativo instalado também em suporte próprio, observar-se-ão, as seguintes regras:

I-) a área do anúncio indicativo não poderá exceder 40% (quarenta por cento) da quota total destinada ao imóvel, incluída nesta área, a dos demais anúncios instalados no local;

II-) a altura máxima de instalação (Hmax) do anúncio indicativo ou cooperativo em suporte próprio não poderá ser superior a 10,00m (dez metros).

Seção IX

Da Instalação de Anúncio em Anteparo Vertical

Artigo 88 – A instalação de anúncio em anteparo vertical de imóvel edificado observará as seguintes regras:

I-) quando o anteparo tiver a função de divisa do lote com os imóveis vizinhos, o anúncio será instalado na face pertencente ao lote objeto de regularização do anúncio desde que:

a-) de caráter exclusivamente indicativo;

b-) altura máxima de instalação não superior a altura do anteparo;

c-) sua modalidade poderá ser painel “Front-Light” ou “Back-Light”, painel eletrônico, letreiro luminoso, iluminado ou não iluminado;

d-) seja rigorosamente atendida a quota estabelecida para o imóvel.

II-) quando o anteparo vertical se encontrar junto ao alinhamento do passeio público, o anúncio poderá:

a-) encontrar-se instalado sobre o anteparo, podendo utilizar suporte próprio, e ainda:

b-) não avançar sobre o passeio;

c-) ter sua projeção horizontal totalmente contida dentro dos limites do imóvel;



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

Folha nº 48 do proc.
Nº 406 de 02
Adelina Cicone - Ass. Parlamentar
RF. 100.406

d-) estar instalado a uma altura máxima não superior a 9,00m (nove metros);

e-) não estar instalado em sobreposição a outro anúncio;

f-) observar rigorosamente a quota estabelecida para o imóvel;

g-) poderá ser de caráter indicativo, cooperativo ou publicitário

Parágrafo único – ^Ffica proibida a instalação de anúncio de qualquer modalidade, sobre o anteparo vertical de divisa com o imóvel vizinho. X

Seção X

Da Instalação de Anúncio em Imóvel não Edificado

Artigo 89 – Para fins de instalação de anúncio, o imóvel não edificado será classificado de acordo com o seu uso:

I-) com atividades no local, de caráter comercial ou de serviços;

II-) com atividades referentes a lançamento de empreendimento imobiliário;

III-) com obras de construção civil em andamento;

IV-) sem qualquer atividade comercial ou de serviços, caracterizado, o imóvel, simplesmente, como terreno.

Parágrafo único - Os titulares das atividades arroladas no inciso acima deverão possuir a sua respectiva inscrição no Cadastro de Contribuintes da Prefeitura Municipal - CCM, fazendo prova, o proprietário do anúncio, de tal documento, no ato do pedido de instalação do anúncio ao órgão competente do Poder Público. ^{art. 89 neste artigo.}

Artigo 90 – Observada a classificação de uso do imóvel não edificado, fica permitida a instalação de qualquer uma das modalidades de anúncio previstas no Artigo 10 desta lei.

§ 1º - Quando se tratar de instalação em imóvel não edificado, com atividade comercial ou de serviços:

I-) fica prevista a instalação de anúncios em espaços livres, desde que observados todos os mesmos parâmetros técnicos constantes dos artigos respectivos, relativos à instalação em área livre de imóvel edificado;



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

Folha nº 49 do proc.
Nº 406 de 22
Adelina Ciccone - Ass. Parlamentar
RF. 100.406

II-) fica prevista a instalação em anteparo vertical, desde que observados todos os parâmetros técnicos descritos nos artigos relativos à instalação de anúncio em anteparo vertical.

§ 2º - Quando ~~no imóvel com atividade relacionada ao lançamento do empreendimento imobiliário, observar-se-ão todos os parâmetros técnicos relativos à instalação de anúncio em área livre de imóvel edificado, bem como os relativos à instalação em anteparo vertical, constantes desta lei.~~

§ 3º - Em se tratando de imóvel com atividade relacionada ao lançamento do empreendimento imobiliário, o anúncio poderá ser de caráter indicativo, cooperativo ou publicitário, e ainda o anúncio publicitário, poderá utilizar no máximo 1/3 (um terço) da quota total destinada ao imóvel.

§ 4º - Fica vedada a instalação de anúncios de qualquer modalidade nas edificações de caráter transitório como, por exemplo, estandes de venda, barracão de alojamento, depósitos de material de construção em canteiro de obras, etc.

§ 5º - Em se tratando de imóvel em construção, o anúncio poderá ser de caráter indicativo, cooperativo ou publicitário e ainda, o anúncio publicitário, em obra, poderá utilizar no máximo 1/3 (um terço) da quota total destinada ao imóvel.

§ 6º - Quando a fachada estiver em obras, será utilizada, para a sua proteção, cobertura em tela ou material similar, onde poderá ocorrer a veiculação de anúncio exclusivamente indicativo da construtora ou do empreendedor da obra, desde que:

a-) o anúncio seja único na fachada em que estiver instalada a tela;

b-) apresente área máxima de 20% (vinte por cento) da área total da tela de cobertura;

c-) quando aplicado na tela ou em material similar, deverá apresentar uma altura mínima de instalação ainda que considerada a altura da tela, de 9,00m (nove metros);

§ 7º - Quando se tratar de imóveis cuja obra tenha sido paralisada, até o seu reinício poderá receber o anúncio do tipo envelopamento, e que consiste na aplicação de material translúcido ou não na fachada da edificação, e que poderá ocorrer nessa como um todo, respeitando uma altura mínima de instalação (Hmin) de 6,00m (seis metros).

§ 8º - Será admitida, a título precário, a instalação de anúncio fixado na laje de cobertura da edificação de imóvel em construção, pelo prazo máximo de 120 (cento e vinte) dias, desde que:

I-) não estejam fixados sobre as partes complementares e sobrelevadas da edificação;



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

Folha nº 50 do proc.
Nº 406 2012

Adelina Cicone - Ass. Parlamentar
RF. 100.406

II-) apresente altura máxima de 5,00m (cinco metros) incluindo sua estrutura de fixação;

III-) quando em quadras residenciais, se apresentar sistema de iluminação, observe o horário fixado em período noturno das 24h00 às 6h00 da manhã, e seja de propriedade da construtora, empreendedora ou incorporadora;

IV-) não apresentar estrutura de fixação em madeira.

§ 9º - Poderá ser feita à instalação no espaço livre do imóvel com obra em andamento, observando:

a-) quando do tipo publicitário, estar instalado a uma altura máxima de instalação (Hmax) de 15,00m (quinze metros), exceto a modalidade para a qual haja altura máxima de instalação (Hmax) específica;

b-) estar totalmente contido dentro dos limites do imóvel;

c-) não avançar sobre o passeio público, exceto o equipamento de iluminação, que poderá se projetar no máximo 2/3 (dois terços) da largura deste;

d-) deverá manter recuos laterais em relação as divisas do imóvel de no mínimo 0,50m (meio metro);

e-) poderá estar instalado em sobreposição a outro anúncio, desde que observada uma distância vertical de 1,00m (hum metro), exceto o anúncio do tipo publicitário, que observará o previsto quanto a mais de um anúncio no mesmo suporte próprio, conforme parâmetros da presente lei;

f-) independentemente da modalidade, quando houver mais de um anúncio instalado através de suporte próprio, estes deverão manter entre si uma distância mínima de 1,00m (hum metro);

g-) não poderá haver mais de um proprietário de anúncio do tipo publicitário instalado em espaço livre, no mesmo imóvel.

§ 10º - Poderá ser feita a instalação do anúncio no anteparo vertical de divisa com o logradouro público de imóvel com obra em andamento, observando todos os termos do artigo anterior quanto ao espaço livre e ainda:

a-) o anúncio só poderá ser do tipo indicativo ou cooperativo;



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

Folha nº 51 do proc.
Nº 406 de 02
Adelina Cicone - Ass. Parlamentar
RF. 100.406

- b-) a altura máxima de instalação(Hmax) não seja superior a 9,00m(nove metros);
- c-) a sua modalidade seja do tipo painel metálico ou revestido;
- d-) poderá ser instalado sobre o próprio anteparo vertical.

Artigo 91 - quando aplicado no anteparo vertical do tipo tapume, o anúncio poderá ser pintado ou não, de propriedade exclusiva do empreendedor da obra, da construtora ou da incorporadora, observando um distanciamento de 3,00m (três metros) entre anúncios do mesmo tipo e modalidade e, igualmente, a quota do imóvel.

Artigo 92 - As licenças para os anúncios instalados em imóveis com obra de construção civil em andamento e em atividade referente a lançamento de empreendimento imobiliário, serão concedidas por um prazo de 120 (cento e vinte) dias, podendo ser renovada por igual período, desde que comprovada as mesmas características do anúncio indicativo ou cooperativo do mesmo proprietário, no mesmo local e forma de instalação.

Artigo 93 - No imóvel não edificado, sem qualquer atividade, será admitida a instalação de anúncio do tipo publicitário.

§ 1º - Será ainda admitida a instalação de painéis metálicos ou revestidos, com a finalidade de indicar o proprietário do imóvel, o seu administrador ou sua situação comercial de venda ou aluguel devendo observar:

- a-) apresentar área máxima de 2,00m² (dois metros quadrados);
- b-) estar instalado a uma altura máxima de instalação (Hmax) de 3,00m (três metros);
- c-) podem estar instalados sobre o anteparo vertical de divisa do imóvel com o logradouro público, desde que sua altura máxima de instalação(Hmax) não seja superior a 3,00m(três metros).

Parágrafo único - Para o disposto neste artigo, o anúncio fica isento de regularização.

Artigo 94 - Será ainda admitida a instalação do anúncio de caráter publicitário através de suporte próprio em terreno de imóvel não edificado, desde que:

- a-) observe a altura máxima de instalação (Hmax) de 15,00m (quinze metros);



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

b-) deverá manter recuos laterais em relação as divisas do imóvel de no mínimo 0,50m (meio metro);

c-) não poderá haver mais de um proprietário de anúncio do tipo publicitário instalado em espaço livre, no mesmo imóvel;

d-) estar totalmente contido dentro dos limites do imóvel;

e-) não avançar sobre o passeio público;

f-) independentemente da modalidade, quando houver mais de um anúncio instalado através de suporte próprio, estes deverão manter entre si uma distância mínima de 1,00m (um metro) para anúncios instalados com altura máxima de instalação (Hmax) de até 9,00m (nove metros), e de 30,00m (trinta e cinco metros) para anúncios instalados com altura máxima de instalação (Hmax) superior a 9,00m (nove metros) até 15,00m (quinze metros).

g-) não poderá estar instalado em sobreposição a outro anúncio;

h-) deverá observar todos os critérios estabelecidos pela presente lei no que refere-se a quota, distanciamento e parâmetros de cada uma das modalidades de anúncio descritas no Artigo 10.

art.

Capítulo II

Da Instituição das Áreas Especiais

Seção I

Da Instituição de Áreas Especiais para Veiculação de Anúncios

Artigo 95 – Ficam instituídas as áreas especiais para veiculação de anúncios, compostas por logradouros, vias e faixas de domínio que, tendo em vista as suas respectivas funções de escoamento do trânsito e características físicas, funcionais, operacionais e estéticas, deverão ter tratamento diferenciado para a veiculação de anúncios, adotados os demais critérios estabelecidos nesta lei, sendo que, no caso das vias, as mesmas se encontram documentadas na Rede Viária de Referência para São Paulo, da Companhia de Engenharia de Tráfego – CET, a saber:

I-) De acordo com a sua dimensão:

a-) avenida, o espaço destinado à circulação de veículos e pedestres, com largura igual ou superior a 20,00m (vinte metros) entre os alinhamentos;



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

b-) rua, o espaço destinado à circulação de veículos e pedestres, com largura de 7,20m (sete metros e vinte centímetros) até 19,90m (dezenove metros e noventa centímetros) entre os alinhamentos.

II-) quanto às vias públicas, de acordo com a sua utilização:

a-) via de trânsito rápido, caracterizada por bloqueio que permita trânsito livre, sem intersecções e com acessos especiais e que estabelece ligação entre o sistema rodoviário interurbano e o sistema viário urbano;

b-) via arterial, aquela pela qual os veículos devam ter prioridade de trânsito, desde que devidamente sinalizada, permitindo ligações interurbanas;

c-) via secundária, aquela destinada a interceptar, coletar e distribuir o tráfego que tenha necessidade de entrar nas vias de trânsito rápido ou preferencial, ou delas sair, recebendo e distribuindo o tráfego proveniente das vias locais e alimentando as vias arteriais;

d-) via local, aquela destinada apenas ao acesso de áreas restritas, permitindo comunicação direta com as áreas residenciais, comerciais e industriais.

Parágrafo único – *O Poder Público deverá informar ao interessado antes do início dos procedimentos relativos a regularização do anúncio a classificação da via ou logradouro por ele apontada.*

Artigo 96 – *Em consonância com as definições de vias públicas, ficam instituídas as faces de visibilidade do imóvel, integrantes das áreas especiais de veiculação.*

Artigo 97 – *A face de visibilidade será aplicada aos lotes que, embora localizados em zonas predominantemente residenciais, possuem área de fundo ou lateral voltada diretamente para uma via de trânsito rápido, arterial ou secundária ou através de área remanescente de loteamento ou desmembramento.*

Artigo 98 – *Fica instituído o reenquadramento automático do lote quanto à face de visibilidade de fundo ou lateral, quando o lote fizer divisa diretamente com a via ou através de área remanescente de loteamento ou desmembramento sem caracterizar praças, parques ou jardins, mesmo não possuindo acesso ao imóvel por essas divisas.*



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

Folha nº 54 do proc.
Nº 406 de 02
Adelina Cicone - Ass. Parlamentar
RF. 100.406

Artigo 99 – É permitida a instalação de anúncio em lote com as características definidas no artigo anterior, desde que observados os demais parâmetros técnicos e modalidades de anúncios, bem como as quotas previstas para o referido imóvel reenquadrado quanto à face de visibilidade.

§ 1º - A linha divisória lateral só poderá ser considerada para fins de aplicação dos artigos anteriores se sua metragem linear não integrar aquela constante do IPTU – Imposto Predial e Territorial Urbano;

§ 2º – As quotas serão estabelecidas em função da metragem linear da linha divisória de fundo ou lateral com o logradouro público ou através da área remanescente de loteamento ou desmembramento, aplicando-se os índices constantes desta lei.

§ 3º - Em se tratando de área livre, o anúncio será instalado em suporte próprio.

§ 4º - Deverão ser observadas as normas estabelecidas nesta lei, relativas à instalação de anúncios em área livre de imóveis edificadas ou não ou em obras de construção civil.

Artigo 100 - A veiculação de anúncios em faixas de domínio deverão observar os seguintes parâmetros técnicos:

I-) área máxima de 48,00m² (quarenta e oito metros quadrados) por face de exposição;

II-) altura máxima de instalação (Hmax) de 9,00m (nove metros) em relação à pista de rolamento;

III-) dentro da mesma faixa de domínio, os anúncios deverão ser da mesma modalidade;

IV-) deverão ser instalados através de suporte próprio;

V-) deverão manter entre si distância de 50,00m (cinquenta metros), independentemente do número de faces de exposição;

VI-) manter distância mínima de 1,40m (um metro e quarenta centímetros) em relação as redes públicas de transmissão de energia e telefonia.

Parágrafo único – Aos anúncios veiculados em faixas de domínio serão aplicadas as normas constantes dos dispositivos desta lei no que lhes forem aplicáveis, ficando dispensado, o proprietário do anúncio, da apresentação do Imposto Predial e Territorial Urbano.



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

Folha nº 55 do proc.
Nº 4062 do 2º
Adelina Cicone - Ass. Parlamentar
RF. 100.406

Artigo 101 – Ficam igualmente integrados às áreas especiais de veiculação de anúncios, os imóveis de metragens significativas ou de arquitetura considerada especial, diferenciadas em relação à área do terreno onde se localizam e onde se desenvolvam atividades preponderantemente comerciais.

I- quanto às características do lote onde se localizam, imóveis com área superior a 5.000m² (cinco mil metros quadrados);

a-) “shopping-centers”;

b-) hipermercados ou similares.

II- quanto às características da arquitetura, postos de abastecimento.

Artigo 102 – Os anúncios em “Shopping Centers” poderão ser do tipo indicativo ou cooperativo, e nas modalidades permitidas por esta lei.

Parágrafo único – Os anúncios indicativos ou cooperativos poderão ser de propriedade de lojistas, desde que comprovadas as respectivas atividades comerciais ou de serviço dentro dos “Shopping Centers”.

Artigo 103 – Fica vedada à empresa proprietária ou administradora do “Shopping Center”, a regularização dos anúncios instalados em qualquer elemento da edificação, ou em suporte próprio, de caráter indicativo, divulgando mensagens relativas a atividade, razão social ou nome fantasia de lojistas, sob pena de, em assim procedendo, vir a classificar os anúncios em publicitários.

Artigo 104 – Os elementos componentes da edificação, para inserção de anúncios nos “Shoppings Centers” são os mesmos do Artigo 57 desta lei.

art.

Artigo 105 – Além dos elementos componentes da edificação, constantes do Artigo 57 desta lei, no caso dos Shopping Centers e Hipermercados, poderá haver anúncios em pórticos constantes de projeto aprovado, que são elementos arquitetônicos com função estrutural ou não, independente ou não da área construída do imóvel e constante do projeto aprovado.

Parágrafo Único

1º - No tocante aos pórticos, serão observadas as seguintes condições:

I- ser único no elemento em que estiver instalado;

II- não fica sujeito à altura máxima de instalação (Hmax);



CÂMARA MUNICIPAL DE

Folha nº 56 do proc.
Nº 406 de 02
Adelina Cicone - Ass. Parlamentar
SÃO PAULO

III-) deverá observar a quota estabelecida para anúncios em fachada de "Shopping Centers", mesmo que constitua elemento independente desta;

IV-) fica proibida a instalação na sua cobertura, exceto na cobertura dos elementos complementares, conforme o disposto no artigo 57, § 9º desta lei.

art.

Artigo 106 – Independentemente da área incorporada do terreno, os anúncios instalados nos elementos da edificação deverão observar os seguintes parâmetros:

I-) os anúncios instalados nas fachadas, deverão ser do tipo plano ficando vedada a veiculação dos anúncios espaciais;

II-) deverão ser do tipo paralelo, proibidos de qualquer forma os perpendiculares e oblíquos;

III-) aos anúncios instalados na fachada, fica dispensada da observância dos critérios de altura máxima de instalação (Hmax);

IV-) poderá ser admitida a sobreposição de anúncios na fachada, desde que mantida uma distância vertical de 1,50m (um metro e meio);

V-) deverão apresentar todos os seus pontos mais altos contidos numa mesma linha horizontal imaginária, desde que instalados na mesma fachada;

VI-) proibidos em toldos, coberturas móveis e retráteis.

VII-) fica prevista a instalação em vedos transparentes, desde que observadas as normas contidas em capítulo específico desta lei;

VIII-) a quota para os anúncios em fachada deverá ser aplicada observando o índice 0,4 sobre a quota total destinada ao imóvel;

IX-) Fica vedada a instalação de anúncios nos seguintes elementos da edificação:

a-) marquise;

b-) empena cega;

c-) cobertura, exceto as previsões contidas no Artigo 46, § 9º, com referência às edificações complementares;

d-) no anteparo vertical, quando divisa de lote com os imóveis vizinhos;

art.



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

Folha nº <u>57</u> do proc.
Nº <u>406</u> de <u>2002</u>
Adelina Cicone - Ass. Parlamentar
RF <u>000196</u>

Artigo 107 – Será admitida a instalação do anúncio junto ao anteparo vertical, divisa com o lote vizinho, desde que o imóvel apresente:

I-) área de terreno incorporada não superior a 1.000m² (um mil metros quadrados);

II-) apresente altura máxima de instalação de 15,00 metros (quinze metros);

III-) a quota para anúncios em anteparo vertical deverá ser aplicada observando o índice 0,1 sobre a quota total destinada ao imóvel.

Artigo 108 – Os anúncios instalados em área livre do imóvel tipo “Shopping Center” deverão observar os seguintes critérios, dentro dos parâmetros estabelecidos para cada uma das modalidades definidas pela presente lei:

I-) estar instalado a uma altura máxima de instalação (Hmax) não superior a 15,00m (quinze metros), salvo o disposto na presente lei;

II-) não avance sobre o passeio público;

III-) sua projeção esteja totalmente contida dentro dos limites do imóvel, exceto os elementos de iluminação, conforme prevê a presente lei, no tocante ao avanço para casos específicos de iluminação;

IV-) deverá manter recuos laterais mínimos de 5,00m (cinco metros);

V-) não poderá estar instalado em sobreposição a outro anúncio, salvo em suporte próprio, conforme previsto na presente lei;

VI-) não poderá apresentar projeção horizontal sobre a edificação;

VII-) quando houver mais de um anúncio instalado através de suporte próprio, deverão guardar entre si a distância mínima de 30,00m (trinta metros);

VIII-) fica permitida a instalação de anúncio em área livre do imóvel, em altura máxima de instalação (Hmax) superior a 15,00m (quinze metros), observadas as seguintes condições:

a-) o imóvel apresente área do terreno incorporada, igual ou superior a 5.000m² (cinco mil metros quadrados);

b-) altura máxima de instalação não seja superior a 25,00m (vinte e cinco metros);



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

Folha nº 58 do proc.
Nº 406 de 2002
Adelina Cicone - Ass. Parlamentar
RF. 100.406

c-) seja único por acesso ao imóvel, desde que cada uma de suas faces de exposição não apresente a sua maior largura (dimensão horizontal) superior a 5,00m (cinco metros);

d-) seja do tipo Totem, não sendo permitida outra modalidade de anúncio;

e-) a quota para todos os anúncios instalados em área livre do imóvel deverá obedecer a aplicação do índice 0,6 sobre a quota total destinada ao imóvel;

f-) observados todos os parâmetros contidos nestas alíneas, deverá, o anúncio instalado em área livre, apresentar área máxima de 250,00m² (duzentos e cinquenta metros quadrados), incluídas todas as faces de exposição do anúncio.

Artigo 109 – Fica vedada a veiculação de anúncio publicitário nos imóveis onde funcionem os “Shoppings Centers”.

Artigo 110 – Não serão objeto de regulamentação os anúncios instalados em áreas internas de “shopping centers”, desde que não visíveis do logradouro público, porém ficam sujeitos ao recolhimento da Taxa de Fiscalização de Anúncios – TFA.

Artigo 111 – Os “Shopping Centers” mesmo que localizados em áreas de proteção, deverão observar, para fins de instalação de anúncio, todos os parâmetros contidos nesta lei, ainda que orientados pela CPPU – Comissão de Proteção à Paisagem Urbana e demais órgãos envolvidos, podendo ser, quando necessário, objeto de determinações específicas.

Artigo 112 – Serão aplicadas aos “hipermercados” e estabelecimentos similares, as mesmas disposições relativas aos “Shopping Centers”, podendo seus anúncios ser do tipo indicativo ou cooperativo e observadas as demais regras quanto as modalidades previstas nestas leis, e, especificamente, no que concerne ao elemento cobertura da edificação, aplica-se o disposto na presente lei.

Artigo 113 - Para os casos em que os hipermercados ou estabelecimentos similares estiverem localizados dentro dos “Shopping Centers”, ficam a eles aplicadas, no que diz respeito, à veiculação de anúncios, as normas disciplinadoras relativas aos “Shopping Centers”.



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

Folha nº 59 do proc.
Nº 406 de 02
Adelina Cicone - Ass. Parlamentar
RF. 100.408

Artigo 114 – Nos postos de abastecimento, os anúncios a serem instalados poderão ser do tipo indicativo, cooperativo ou publicitário e observarão os parâmetros estabelecidos nesta lei para cada caso.

Artigo 115 – Relativamente aos postos de abastecimento e similares, as coberturas se destinam à proteção dos equipamentos próprios do mobiliário obrigatório, como bombas, densímetros e similares e do espaço onde se desenvolve a atividade de abastecimento.

Parágrafo Único - Será admitida a instalação de anúncio, fixado através de suporte próprio, em área livre de posto de abastecimento que se projetará horizontalmente sob a cobertura, ficando vedada a instalação de outro anúncio nessa característica.

Artigo 116 – Relativamente às testei^{ras} de cobertura de postos de abastecimento, resultantes da espessura da cobertura definida no artigo anterior, o anúncio ali instalado deverá observar:

I-) altura (H) de no máximo 1,00m (um metro), podendo ainda apresentar um único aplique por face de exposição da testeira, desde que apresente altura (H) não superior a 1,50m (um metro e cinquenta centímetros);

II-) outros elementos edificados, presentes nos postos de abastecimento, tais como, lojas de conveniências, referem-se às áreas construídas de caráter permanente, deverão obedecer aos critérios disciplinados nesta lei, relativos aos elementos da edificação.

Artigo 117 – Fica proibida a instalação de anúncio no elemento da edificação, cobertura e empena cega de elemento edificado de postos de abastecimento.

Artigo 118 – Os critérios a serem obedecidos para a instalação de anúncios em postos de abastecimento, deverão observar rigorosamente as disposições constantes desta lei em todos os seus aspectos.

Seção II

Da Instituição das Áreas de Proteção quanto à Veiculação de Anúncios

Artigo 119 – Ficam instituídas as áreas de proteção quanto à instalação de anúncios, assim definidas em função de suas características funcionais, estéticas e de aspectos relevantes para a paisagem urbana, cultura, memória popular e história do Município, sendo-lhes dispensado tratamento diferenciado, visando à sua proteção e preservação.



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

§ 1º – Integram essas áreas os imóveis e bens inseridos em vias do Sistema Viário Municipal, a saber:

I-) considerados de caráter significativos, tombados ou inseridos em área envoltória, definidos como tais pelos órgãos competentes do Poder Público, que deverão fixar parâmetros orientados pelo disposto na presente lei;

II-) de especial interesse de operações urbanas e processos de reurbanização;

III-) leitos de rios;

IV-) área central definida como eixo Sé-Arouche, nos termos do Decreto municipal nº 33.394, de 14 de julho de 1993, revogadas as disposições contidas no Artigo 15 desse Decreto.

V-) as zonas de uso Z1, Z9, Z10, Z13, Z14, Z15, Z16, Z17, Z18, Z8 CRI I, Z8 CRI II, Z8 CR5, Z8 CR6 e Z8 – 100, salvo o disposto sobre o uso das faces de visibilidade e quando se tratar de uso tolerável do imóvel, em se tratando de anúncios indicativos, respeitadas as disposições legais pertinentes à possibilidade ou não de atividade no local :

a-) segundo o critério de instalação, na área livre do imóvel edificado ou no imóvel não edificado, quando com atividade comercial ou de serviço: instalação do anúncio tipo Totem, desde que seja peça única por acesso à edificação e apresente área total de 1,50m² (hum metro e meio quadrado) por face de exposição, altura máxima de instalação (Hmax) de até 3,00m (três metros) e obedeça os demais parâmetros para instalação de anúncios em área livre;

b-) o anúncio instalado em imóvel não edificado, com atividades relativas a empreendimentos imobiliários ou à obra de construção civil em andamento, deverão observar as disposições constantes dos artigos respectivos desta lei;

c-) no anteparo vertical será admitida a instalação de anúncio de qualquer modalidade desde que :

1-) instalado no anteparo de divisa com os lotes vizinhos, ficando proibida a instalação no anteparo de divisa com o logradouro público;

2-) apresente área total de até 5,00m² (cinco metros quadrados);

3-) obedeça os demais parâmetros previstos para instalação de anúncios em anteparo vertical;



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

d-) na fachada da edificação, será admitida a instalação de anúncios de modalidades distintas desde que apresentem área quadrada total de 1/5 (hum quinto) da metragem linear da fachada, obedecendo os demais parâmetros previstos nesta lei para esse elemento da edificação.

§ 2º - poderá haver inclusão ou exclusão das zonas de uso constantes neste artigo, em função de eventuais alterações que possam vir ocorrer na lei de zoneamento do município, ou através de qualquer outro ato legal que efetive a referida alteração. X

Artigo 120 - A via local poderá ser considerada área de proteção quanto à veiculação de anúncio quando suas quadras forem de uso estritamente residencial, ficando vedada a instalação de qualquer peça publicitária, exceto as previsões relativas à cobertura de imóvel edificado e faces de visibilidade.

Parágrafo único - No tocante à instalação de anúncios indicativos ou cooperativos, serão aplicadas as normas previstas no artigo 119, alíneas de "a" à "d". X

Artigo 121 - No que diz respeito ao disposto no parágrafo único do artigo anterior, os casos serão apreciados e deferidos ou não, de acordo com cada modalidade e especificidade de anúncio, pelo órgão competente do Poder Público municipal. ^{art. 120}

Artigo 122 - Os órgãos competentes do Poder Público municipal para apreciar e se manifestar sobre tombamentos e áreas envoltórias de bens tombados deverão considerar, em cada caso de instalação de anúncio, os termos dispostos nesta lei. X

Artigo 123 - As quadras estritamente residenciais de vias arteriais e coletoras, desde que constatada a utilização de 2/3 (dois terços) dos lotes ocupados com imóveis não comerciais ou mistos, ficam enquadrados na mesma forma prevista no parágrafo único do Artigo 120. ^{art.}

Título III

Da Regularização dos Anúncios na Paisagem Urbana

Capítulo I

Dos Órgãos Públicos Envolvidos

Nova redação envolvendo todos os órgãos

Artigo 124 - Compete à Secretaria da Habitação e Desenvolvimento Urbano -

SEHAB:

[Assinatura]
61



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

- I-) aprovar, licenciar e cadastrar os anúncios simples, complexos e especiais;*
- II-) inscrever anúncios no Cadastro de Anúncios – CADAN;*
- III-) proceder o reenquadramento de lotes, vias e logradouros;*
- IV-) apreciar e decidir sobre a matéria objeto desta Lei, no âmbito de sua competência.*

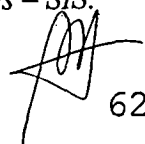
Artigo 125 – Mantidas as suas demais competências, cabe à Comissão de Proteção à Paisagem Urbana – CPPU, para os fins desta Lei:

- I-) emitir parecer quanto aos aspectos técnicos dos anúncios de finalidade cultural;*
- II-) deliberar quanto ao reenquadramento de lotes, vias e logradouros nas hipóteses passíveis de dúvida;*
- III-) deliberar quanto à aplicação dos dispositivos desta Lei nas situações não previstas ou passíveis de dúvida;*
- IV-) expedir atos normativos sobre anúncios, paisagem e meio ambiente.*

Artigo 126 – Compete à Secretaria de Implementação das SubPrefeituras – SIS:

- I-) Autorizar a veiculação onerosa dos anúncios temporários;*
- II-) Aplicar as sanções previstas nesta Lei e na legislação pertinente;*
- III-) Tomar diretamente as providências administrativas necessárias, de acordo com a situação e, na hipótese de providências policiais ou judiciais, encaminhar o caso aos órgãos competentes;*
- IV-) apreciar e decidir sobre a matéria objeto desta Lei, no âmbito de sua competência;*
- V-) utilizar dos convênios firmados com as entidades de classe, através dos termos de cooperação, para que dentro dos parâmetros desta Lei, se cumpra o objetivo de conservação da paisagem urbana.*

Artigo 127 – Compete concorrentemente à Secretaria da Habitação e Desenvolvimento Urbano – SEHAB e à Secretaria de Implementação das SubPrefeituras – SIS:





Folha nº 63 do proc.
Nº 406 da 01

Adelina Cicone - Ass. Parlamentar

RF. 100.406

CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

I-) efetuar vistorias em geral, levantamentos e avaliações relativos a anúncios;

II-) promover diretamente, ou por intermédio dos órgãos competentes, as medidas administrativas cabíveis;

III-) iniciar processo administrativo para apuração de infrações decorrentes da inobservância desta Lei.

Artigo 128 – Compete à Secretaria Municipal de Planejamento – SEMPLA e à Secretaria Municipal da Cultura emitir parecer sobre o enquadramento das situações não previstas ou passíveis de dúvidas, atinentes aos bens e áreas preservadas, inclusive as envoltórias, e sua relação com a legislação de uso e ocupação do solo, sempre observando as disposições e os prazos previstos pela presente Lei.

Artigo 129 – Para a apreciação e decisão da matéria tratada nesta Lei, serão observadas as seguintes instâncias administrativas:

I-) no âmbito da competência da Secretaria da Habitação e Desenvolvimento Urbano – SEHAB:

a-) Diretor de Divisão Técnica;

b-) Diretor de Departamento Técnico;

c-) Secretário;

d-) Comissão de Proteção à Paisagem Urbana – CPPU;

e-) Prefeito.

II-) no âmbito da competência da Secretaria de Implementação das SubPrefeituras – SIS:

a-) Supervisor de Uso e Ocupação do Solo;

b-) Administrador Regional;

c-) Secretário;

d-) Prefeito.

Capítulo II

Dos Procedimentos quanto à Regularização dos Anúncios



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

Folha nº 64 do proc.
Nº 406 de 02
Adelina Cicone - Ass. Parlamentar
RF. 100 406

Seção I
Da Licença do Anúncio

Artigo 130 – Os anúncios veiculados através do mobiliário urbano terão seu cadastramento, licenciamento e renovação, procedidos conforme as regras estabelecidas nas respectivas concessões.

Artigo 131 – Para o pedido de licença do anúncio, será necessária a apresentação dos seguintes documentos:

I-) requerimento assinado pelo proprietário do anúncio, onde formulará o pedido de regularização, instruindo-o com:

- a-) os elementos que caracterizam o anúncio;*
- b-) o seu número de registro no CCM – Cadastro de Contribuintes do Município;*
- c-) número do Contribuinte do Imposto Predial e Territorial Urbano, relativo ao lote onde se pretende instalar o anúncio;*
- d-) a autorização do proprietário ou do possuidor do imóvel, através do contrato de locação do espaço onde se pretende a instalação do anúncio, que implicará também em autorização para que se possa entrar no imóvel;*
- e-) outros documentos, à critério do Poder Público.*

II-) em caso de anúncio complexo, além do mencionado no inciso I e suas alíneas,
também:

- a-) termo de responsabilidade técnica, assinado por profissional habilitado e pelo proprietário do anúncio, responsáveis pelo projeto do anúncio e pela parte estrutural do anúncio a ser instalado, acompanhado da ART – Anotação de Responsabilidade Técnica do profissional, devidamente recolhida;*
- b-) termo de responsabilidade técnica, assinado por profissional habilitado e pelo proprietário do anúncio, responsáveis pelo projeto do anúncio e pela parte elétrica do anúncio a ser instalado, acompanhado da ART – Anotação de Responsabilidade Técnica do profissional, devidamente recolhida;*



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

Folha nº 65 do proc.
Nº 406 de 02

Adelina Cicone - Ass. Parlamentar

RF 100.406

III-) em caso de anúncio especial, além dos demais documentos mencionados no inciso I e II e suas alíneas, também:

a-) projeto do anúncio a ser instalado, contendo a sua representação gráfica, composta de plantas e elevações, seções e detalhes, em escala adequada, assinada pelo profissional habilitado e pelo proprietário do anúncio.

b-) memorial descritivo, de cálculo da parte estrutural e da parte elétrica quando houver, atendendo as normas da ABNT - Associação Brasileira de Normas Técnicas, devidamente assinados pelo profissional habilitado e pelo proprietário do anúncio.

Artigo 132 - Os pedidos de licenciamento de anúncios complexos e especiais sofrerão análise do órgão responsável pela segurança, vinculado à Secretaria da Habitação e Desenvolvimento Urbano, que emitirá parecer técnico sobre tais aspectos.

§ 1º - Se houver parecer desfavorável, haverá o indeferimento fundamentado do pedido, podendo, todavia, o interessado apresentar pedido de reconsideração de despacho e recurso à instância superior, dentro do prazo máximo de 30(trinta) dias, a partir da publicação do despacho no Diário Oficial do Município, onde deverá constar o motivo do indeferimento ocorrido.

§ 2º - Se o parecer for favorável o pedido prosseguirá, e estando o anúncio de acordo com as normas técnicas, será expedido o respectivo Alvará de Instalação de Anúncio acompanhado de:

a-) duas vias do memorial descritivo, estrutural e elétrico, onde deverá constar a aprovação do órgão competente;

b-) duas vias do projeto aprovado, onde deverá constar a aprovação do órgão competente.

§ 3º - O interessado terá o prazo de 90 (noventa) dias para instalar o seu anúncio, contados a partir da publicação no Diário Oficial do Município sobre a expedição do alvará, e comunicar à Secretaria da Habitação e Desenvolvimento Urbano - SEHAB, a sua instalação, providenciando:

a-) a apólice de seguro da peça para a cobertura de eventuais danos ou riscos decorrentes da instalação, exibição, manutenção e remoção do anúncio, não havendo necessidade de esta ser específica, e sim que nela esteja inserida a referência quanto a seguridade do referido anúncio.



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

Folha nº 66 do proc.
Nº 406 de 02
Adelina Cicone - Ass. Parlamentar
RF. 100.405

b-) a apresentação da empresa que realizará a instalação da peça e sua manutenção, com a respectiva inscrição no Cadepex – Cadastro das Empresas de Publicidade Exterior, apresentando:

I-) o contrato de manutenção, que deverá atender em todos os seus termos o disposto nesta lei.

II) a ART – Anotação de Responsabilidade Técnica dos profissionais habilitados e responsáveis pela empresa de manutenção, devidamente recolhidas.

c-) uma via do projeto aprovado, devidamente assinado também pela empresa instaladora e pela empresa de manutenção;

d-) uma via do memorial descritivo, memorial de cálculo estrutural e elétrico, devidamente assinados também pela empresa instaladora e empresa de manutenção

e-) novos atestados de responsabilidade técnica pela parte estrutural e elétrica do anúncio, assinados por profissionais habilitados, empresa instaladora, empresa de manutenção e proprietário do anúncio, atestando também a instalação de acordo com o projeto de anúncio inicialmente apresentado;

f-) indicação dos números de registro tanto da empresa de prestação de serviços de instalação e de manutenção no Cadepex em todos os documentos mencionados.

§ 4º **Parágrafo único** – Fica isenta de apresentação do contrato de manutenção, a empresa proprietária do anúncio que tiver seu registro junto ao Cadepex, nos termos desta lei.

g-) outros documentos, à critério do Poder Público.

§ 5º – Havendo inobservância do prazo para a instalação do anúncio, implicará na caducidade do Alvará de Instalação e o indeferimento do pedido de licença.

Artigo 133 – Verificado, pelo órgão competente, que o anúncio foi instalado, em conformidade com o Alvará expedido, o licenciamento será deferido e expedida a Licença de Anúncio.

Artigo 134 – O Poder Público deverá observar prazos para a sua manifestação em todas as fases do procedimento, a fim de não causar lesão ao direito do proprietário do anúncio, de ver licenciada a sua peça.

§ 1º – Será de 30 (trinta) dias o prazo para se manifestar quanto ao deferimento ou indeferimento fundamentado relativo ao pedido de reenquadramento de lote, contados a partir da



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

Folha nº 67 do proc.
Nº 406 de 19 de 02

Adelina Cicone - Ass. Parlamentar
RF. 100.906

protocolização do requerimento ou da complementação da instrução, na hipótese de ter havido documento faltante.

§ 2º - Será de 30 (trinta) dias o prazo para se manifestar quanto ao deferimento ou indeferimento fundamentado, relativo ao pedido de licenciamento de anúncio, contados a partir da protocolização do requerimento ou da complementação da instrução, na hipótese de ter havido documento faltante:

a-) quando houver parecer favorável, se atendidas todas as disposições legais, o deferimento se fará através da liberação do Alvará de Instalação, ou da licença do anúncio, quando for o caso; /

b-) no cumprimento da complementação de documentos solicitada pelo órgão competente do poder público, o interessado ou seu representante legal, terá direito ao comprovante de entrega desses documentos.

§ 3º - Será de 15 (quinze) dias o prazo para expedir a Licença do Anúncio, após o atendimento do Alvará de Instalação de Anúncio, cumpridos todos os termos da presente Lei;

§ 4º - Decorridos os prazos determinados nos parágrafos acima, o interessado deverá comunicar ao órgão competente (SEHAB) e, após 15 (quinze) dias, na falta de manifestação do Poder Público, não havendo o indeferimento do pedido, poderá instalar o anúncio, ficando isento das sanções previstas pela exibição, porém sem prejuízo quanto ao cumprimento de todas as normas estabelecidas.

§ 5º - Quanto ao pedido de reenquadramento do lote, se não houver manifestação do poder público dentro do prazo estabelecido, o interessado poderá protocolar a solicitação de regularização do anúncio objeto desse reenquadramento, sem prejuízo pela falta de manifestação no processo inicial.

Artigo 135 – O licenciamento do anúncio implica no registro no Cadastro de Anúncios – CADAN, criado pela Lei 8.730, de 7 de junho de 1978 e a licença do anúncio será concedida pelo prazo de 3 (três) anos, renovável por iguais períodos, a pedido do interessado, desde que respeitadas as normas legais vigentes à época da renovação. /

Artigo 136 – O anúncio deverá ser identificado através do número de seu alvará de Instalação ou de sua Licença, do número do CCM - Cadastro de Contribuintes Mobiliários do seu proprietário, apresentar perfeita legibilidade ao nível do pedestre, salvo se tratar de instalação fora de seu alcance visual, hipótese em que poderá ser fixado na entrada principal do imóvel.

Artigo 137 - O Poder Público poderá providenciar para que os números do Alvará de Instalação e Licença sejam os mesmos, expressos em código de barras.



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

Artigo 138 – A licença do anúncio poderá ser cancelada:

- I-) por solicitação do interessado;*
 - II-) na data que expirar o seu prazo de validade, se não houver pedido de renovação;*
 - III-) quando ocorrer alteração nas características do anúncio;*
 - IV-) quando ocorrer alteração no IPTU do contribuinte;*
 - V-) quando ocorrer alteração no Cadastro de Contribuinte Municipal – CCM;*
 - VI-) quando o interessado deixar de apresentar a empresa responsável pela instalação ou manutenção do anúncio, devidamente registrada no Cadeplex, nos casos específicos;*
 - VII-) quando violar dispositivo desta lei e sendo insanável a irregularidade dentro do prazo; ou*
 - VIII-) se violar a determinação contida nesta lei quanto à situação dos bens sob proteção.*
- Parágrafo único - nos mesmos termos pode o interessado solicitar o arquivamento do processo, quando não houver mais interesse no seu andamento.*

Seção II **Da Renovação da Licença do Anúncio**

Artigo 139 – Sem prejuízo do disposto nesta lei, o pedido de renovação de anúncios, mantidas todas as suas características iniciais, poderá ser feito mediante declaração do interessado, fazendo a juntada de documentos relativos a seguro, quando for o caso, apresentação de termos de responsabilidade devidamente atualizados, e a indicação da empresa responsável pela manutenção, na forma prevista nesta lei.

1º - A alteração nas características do anúncio, ou a mudança do local de instalação implica na necessidade de novo licenciamento, exceto quanto ao anúncio da modalidade outdoor, desde que não ocorram alterações na sua estrutura, forma, dimensões e sua localização no imóvel.

Capítulo III **Da Participação da Sociedade Civil**



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

Artigo 140 – Sem prejuízo dos demais dispositivos acerca da participação da sociedade na disciplinação do uso da paisagem urbana contidos nesta lei, serão realizadas periodicamente audiências públicas entre representantes de todos os órgãos do Poder Público relacionados com o uso da paisagem urbana, seu controle e fiscalização, Membros do Poder Legislativo e entidades interessadas, sob a condução da Comissão de Proteção à Paisagem Urbana – CPPU da Secretaria do Planejamento, visando contribuir para o exato cumprimento da lei e seu aprimoramento em favor do ambiente urbano, inclusive podendo propor medidas nesse sentido.

§ 1º - O decreto regulamentador deste dispositivo fixará a periodicidade com que se realizarão as audiências públicas, designando quais os órgãos do Poder Executivo que deverão, através de um de seus agentes, participar.

§ 2º - O Poder Legislativo far-se-á representar ou por uma Comissão Temporária de Representação ou pelos Membros da Comissão de Política Urbana, Metropolitana e Meio-Ambiente.

§ 3º - Poderão se manifestar as entidades presentes por um de seus membros, credenciado para esse fim, especificamente sobre o tema, relacionado com a localidade de sua jurisdição ou atividade por ela exercida, podendo propor medidas de interesse nos termos previstos no Artigo 6º e seguintes desta lei.

st.

Artigo 141 – Qualquer interessado poderá apresentar, estudo de impacto sobre a paisagem urbana e sobre vizinhança, visando a preservação de sua qualidade de vida e dos demais, bem como o equilíbrio do entorno, por intermédio de técnico habilitado para esse fim, quando o anúncio instalado no local ou nas proximidades de onde reside ou executa o seu trabalho, contenha dispositivos que agridam os dispositivos desta lei, notadamente quanto ao equilíbrio de seus elementos.

§ 1º – O documento será encaminhado à Comissão de Proteção à Paisagem Urbana – CPPU, que determinará no sentido de verificar se os elementos arrolados no estudo são consistentes ou não e, em caso positivo, providenciará para o enquadramento da peça ou, se for o caso, para a sua retirada, ouvida a parte contrária.

§ 2º - Da decisão da CPPU caberá recurso à instância superior, até final, ao Prefeito Municipal.

Capítulo IV Das Infrações e Penalidades

Artigo 142 – São responsáveis, na forma desta lei, pelo anúncio:

I-) o proprietário do anúncio;



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

Folha nº 70 do proc.
Nº 406 de 02
Adelina Cicone - Ass. Parlamentar
RF. 100.408

II-) o proprietário e o possuidor do imóvel onde estiver instalado;

III-) o anunciante ;

IV-) quanto à segurança da instalação e manutenção, aos aspectos técnicos referentes à parte estrutural e elétrica, também a empresa de instalação e manutenção, através de seu responsável técnico, ou do profissional diretamente, quando não vinculado a qualquer empresa;

V-) nos casos dos anúncios temporários, previstos no Título I, Capítulo III, Seção IX, serão responsáveis as empresas promotoras do evento.

Artigo 143 – Os responsáveis pelo anúncio responderão civil e criminalmente pelas informações prestada.

Artigo 144 – O anúncio não poderá ser exibido sem a competente licença ou alvará de instalação, salvo se o órgão competente do Poder Público deixar de se manifestar no prazo legal quanto ao deferimento dos pedidos de licenciamento do anúncio ou da expedição do alvará de instalação e ainda se estiver o anúncio:

I-) em desacordo com as dimensões e características aprovadas;

II-) fora do prazo da licença ou do alvará de instalação;

III-) sem a identificação feita através da consignação na peça do seu respectivo número de seu Alvará de Instalação ou de sua Licença.

§ 1º - Ocorrendo uma das situações previstas tanto no "caput" quanto nos incisos, os responsáveis pelo anúncio serão intimados à proceder a sua regularização, que deverá ocorrer no prazo máximo de 15 (quinze dias), após o que, ser-lhes-á aplicada a pena de multa, que poderá variar de 1000 UFIR's (mil unidades de referência), na primeira lavratura, a 2000 UFIR's (duas mil unidades de referência) na segunda e subseqüentes lavraturas, a cada 15 (quinze dias), enquanto não houver a regularização do anúncio.

§ 2º - Persistindo a infração, o anúncio será removido, às expensas de seus responsáveis;

§ 3º - O prazo poderá ser prorrogado, por uma única vez, por 45 (quarenta e cinco dias), desde que o pedido por parte do proprietário do anúncio for devidamente fundamentado e documentado, antes da retirada do anúncio.

Artigo 145 – Será ainda considerada infração a exibição do anúncio em mau estado de conservação ou em condições precárias de segurança ou ainda o não atendimento à intimação do órgão competente para a regularização ou remoção da peça, constatadas, efetivamente, todas as irregularidades eventualmente apontadas, com o cancelamento de sua respectiva licença.



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

Folha nº 71 do proc.
Nº 406 do 2

Adelina Cicone - Ass. Parlamentar
RF. 100.406

§ 1º - Da infração prevista neste artigo, não assistirá prazo preliminar para a regularização da peça, sendo de aplicar ao responsável a multa no valor inicial de 2000 UFIR's (duas mil unidades fiscais de referência), ficando o mesmo intimado a proceder aos ajustes necessários no prazo máximo de 3 (três dias), sob pena de remoção da peça e o cancelamento de sua respectiva licença, sem prejuízo da aplicação de nova multa, de idêntico valor.

§ 2º - Na ocorrência de risco iminente, o anúncio deverá ser imediatamente removido, sua licença cancelada e aplicada multa ao responsável pelo anúncio, no valor de 5000 UFIR's (cinco mil unidades de referência), após a constatação pericial da irregularidade apontada.

§ 3º - No caso de a remoção ser realizada pelo órgão competente do Poder Público, o mesmo não se responsabilizará pelos danos que causar ao anúncio.

Artigo 146 – Se as infrações disserem respeito à segurança e aos aspectos técnicos referentes à instalação, nesse caso, também, a empresa instaladora e de manutenção serão responsabilizadas, na mesma proporção que o responsável pelo anúncio, com a conseqüente aplicação de multa, de mesmo valor e ainda a advertência em seu registro no Cadastro de Empresas de Publicidade Exterior – Cadeplex.

Artigo 147 – A veiculação de propaganda eleitoral em desacordo com as normas federal, estadual e municipal dará ensejo tanto à aplicação de multa no valor de 5000 UFIR's, como remoção do anúncio no prazo de 24 horas.

Artigo 148 – A Fiscalização relativa aos anúncios temporários e a imposição das sanções pertinentes caberá à Administração Regional, no âmbito de sua circunscrição, observando:

§ 1º - Verificado que o material promocional está em desacordo com a regulamentação, a empresa de promoção e divulgação deverá ser notificada e, no prazo de 2(dois) dias úteis, poderá se manifestar sobre a irregularidade apontada, antes da apreensão do material e da lavratura do auto de multa.

§ 2º - A Notificação deverá ser feita no endereço sede da empresa de promoção e divulgação, citado no art. 47, II desta Lei, sendo que a inexistência desse dado permitirá a apreensão antecipada do material.

Artigo 149 – As infrações mencionadas no artigo anterior, serão punidas pecuniariamente, mediante elaboração dos competentes autos, na seguinte proporção:



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

Folha nº 72 do proc.
Nº 406 de 02
Adelina Cicone - Ass. Parlamentar
RF. 100.406

I-) Exposição de placas, bandeiras, estandartes, plaquetas, "Banners", ou assemelhados, sem a devida autorização – 250 UFIR's;

II-) Distribuição de panfletos, folhetos ou assemelhados em dias, horários e locais não autorizados – 750 UFIR's;

III-) Não inserção de zoneamento da frase obrigatória ou erro na delimitação de espaços – 100 UFIR's.

Capítulo V

Do Fundo de Recuperação e Manutenção da Paisagem Urbana

Artigo 150 – Fica criado o Fundo de Recuperação e Manutenção da Paisagem Urbana, destinado a promover os meios de implementação de políticas públicas visando a recuperação da paisagem urbana, a harmonização dos elementos nela dispostos, em especial os anúncios e o mobiliário urbano, estudos e projetos visando a restauração de bens significativos, de memória popular, de parques, praças e jardins e, ainda visando destinar meios e recursos para a formação de um corpo de fiscalização com qualificação técnica capaz de avaliar de forma correta os elementos nela inseridos, cotejando-os com a legislação em vigor, tomando em relação às suas atribuições as medidas cabíveis e orientando para que as distorções sejam sanadas.

Parágrafo único
§ 1º – É expressamente vedado o Fundo destinar recursos com caráter indenizatório ou de recompensa a quem quer que seja.

Suprimido
Artigo 151 – o Fundo será constituído com recursos provenientes de parcela de toda e qualquer arrecadação realizada no tocante a qualquer fase do procedimento de regularização de anúncios na paisagem urbana, inclusive quanto aos recadastramentos de anúncios e ainda;

I-) com recursos advindos de procedimentos licitatórios relativos à instalação de mobiliário urbano ou anúncios em bens ou imóveis públicos;

II-) com recursos decorrentes do pagamento de multas e taxas de qualquer natureza, especificamente das T.F.As., Taxas de Fiscalização de Anúncios que incidirem sobre as atividades contempladas nesta lei;

III-) contribuições, doações, legados provenientes de entidades públicas e privadas, pessoas físicas e jurídicas.

Artigo 152 – A taxa, incidente sobre a veiculação de anúncios, decorrente do exercício do poder de polícia, incidirá sobre a instalação e segurança dos seus elementos, observando-se:



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

Folha nº 73 do proc.
Nº 406 de 2002

Adelina Ciccone - Ass. Parlamentar
RE 100.406

I-) quanto ao anúncio indicativo, considerar-se-á o número de unidades instaladas;

II-) quanto ao anúncio cooperativo, considerar-se-á o número de anúncios instalados e nestes, o de anunciantes inseridos.

Artigo 153 – A incidência de taxas sobre anúncios de caráter publicitário considerará o seu aspecto técnico, simples, complexo ou especial, observando a sua classificação e o disposto no artigo 15, parágrafo único da presente Lei, vedada a incidência sobre a substituição de mensagens nele inseridas ou a periodicidade das veiculações.

§ 1º - quanto ao anúncio publicitário, em se tratando de mobilidade fixa e baixa rotatividade de mensagens, a incidência será anual.

§ 2º - quanto ao anúncio publicitário, em se tratando de mobilidade fixa e alta rotatividade de mensagens, a incidência será mensal, exceto para o painel eletrônico e para o triedro, que são tipos especiais, a incidência será anual.

Artigo 154 – Em se tratando de anúncio em mobiliário urbano, deverão ser observadas características próprias e sua incidência será anual.

Artigo 155 - Em se tratando de anúncio em veículos de transporte urbano, a incidência da taxa será por unidade e anual.

Artigo 156 – Para os casos relativos à incidência de taxas de fiscalização de anúncio, não previsto nesta Lei, serão observados os preceitos estabelecidos em legislação específica.

Suprimido
Artigo 157 – Decreto regulamentador disciplinará a destinação dos recursos ao Fundo, bem como dirá sobre a sua subordinação e ainda, quanto à sua administração, que será realizada por um conselho gestor, composto por quatro representantes do Poder Executivo, um Membro do Poder Legislativo, um membro representante das entidades relacionadas com a recuperação da paisagem ou meio urbano e ainda um membro representante de cada um dos segmentos da veiculação de anúncios na paisagem urbana.

Suprimido
Artigo 158 – Havendo a Extinção do Fundo de Recuperação e Manutenção da Paisagem Urbana, os seus recursos ficarão disponibilizados junto à Secretaria Municipal das Finanças, devendo ser prevista uma nova comissão ou equivalente, para cumprir as funções inicialmente destinadas ao Fundo e constantes desta lei.

Suprimido
Título IV



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

Folha nº 74 do proc.
Nº 406 d302
Adelina Cicone - Ass. Parlamentar
RF 100.403

Das Disposições Gerais e Transitórias

Seção I
Das Disposições Gerais

Artigo 159 – O CCM – Cadastro dos Contribuintes Mobiliários, será considerado o documento oficial para fins de comprovação da atividade do proprietário do anúncio indicativo ou cooperativo, no local onde estiver instalado, exceto quando se tratar de imóveis em obra de construção civil, onde fica caracterizada a atividade no local do empreendedor, da incorporadora ou construtora.

Artigo 160 – A regularização implica na execução de atos e procedimentos cabíveis em cada caso para o licenciamento do anúncio, sua inscrição no órgão competente do Poder Público e os seus futuros recadastramentos e outras medidas resultantes da sua efetiva e comprovada existência na paisagem urbana.

Artigo 161 – O Balão inflável será regularizado mediante a apresentação por parte do proprietário de requerimento onde conste o local de instalação, dimensões, projeção em relação à altura e vizinhança, estar totalmente contido no imóvel e o despacho de deferimento será concedido após análise dentro de 15 (quinze) dias, antes de sua instalação.

§ 1º – O pedido será acompanhado do termo de responsabilidade técnica, assinado por profissional responsável pela elétrica, sistema de ancoragem e fixação e ainda pelo proprietário do anúncio.

§ 2º – Será deferido pela Comissão de Proteção da Paisagem Urbana, instruído com parecer favorável da Secretaria Municipal da Cultura, quando necessário, seguindo para o órgão competente do Poder Público que cuidará de regularizar a sua instalação, nos termos desta lei.

Artigo 162 – Em hipótese nenhuma o Poder Público poderá prejudicar com retardamentos a tramitação de processos, de forma a manifestar-se após a ocorrência do evento, em prejuízo do interessado.

Artigo 163 – Todos os anúncios presentes na paisagem urbana deverão ser recadastrados findo o prazo de validade constante na licença de anúncio, caso permaneçam instalados com as mesmas características iniciais, também com a finalidade de possibilitar a conferência por parte do Poder Público, dos dados acerca de cada peça instalada, com o objetivo de controle desses anúncios.



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

Folha nº 75 do proc.
Nº 406 da 02

Adelina Cicone - Ass. Parlamentar

RF. 100.406

Artigo 164 – A colocação de anúncios de finalidade político-partidária fica sujeita à observância da legislação pertinente.

Parágrafo único – Fica vedada a veiculação de propaganda político-partidária em veículos de transporte de passageiros, ônibus, lotações e táxis.

Artigo 165 – Fica vedada, em qualquer modalidade de anúncio a instalação de equipamento, ou objetos que induzam ou ilustrem a mensagem indicativa, cooperativa ou de publicidade, sem o parecer prévio autorizando a instalação do referido objeto pela Comissão de Proteção à Paisagem Urbana, CPPU, em cada caso.

Parágrafo único – O procedimento deverá ser instruído com croqui da área aonde vier a ser instalado o anúncio e fotos.

Artigo 166 – Os anúncios em veículos de transporte de passageiros não poderão, em hipótese nenhuma, causar impacto visual à paisagem urbana, criar equívoco visual que confunda o seu usuário quanto à prefixo de linha ou qualquer outro elemento identificador que sirva de referência aos que não sabem ler ou possuam limitações visuais, observando-se:

§ 1º - Nos ônibus:

I – poderão veicular anúncios instalados nas laterais e parte traseira, respeitando-se as normas de identificação do motorista, frota ou cooperativa.

II – fica proibida a inserção de mensagens publicitárias, ou anúncios de qualquer natureza na área envidraçada do veículo.

III – fica proibida a exploração publicitária do tipo “envelopamento” nos veículos que compõem o Sistema de Transporte Coletivo de Passageiros.

§ 2º - Nos táxis:

I – poderão veicular anúncios instalados nas laterais, respeitando-se as normas de identificação do motorista, frota, ou cooperativa, sem qualquer interferência nas características do veículo.

II – Será permitida a publicidade no vidro traseiro, com a aplicação de película adesiva semi-transparente.

III – Será permitida a instalação sobre a capota de pequenos “back-lights” e painéis ativos ou passivos, providos ou não de luminosidade, com altura máxima de 0,40m (quarenta centímetros); no seu sentido longitudinal, com angulação de até 45 (quarenta e cinco)



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

Folha nº 76 do proc.
Nº 406 da 02

Adelina Cicone - Ass. Parlamentar
RF. 100.406

graus, não ultrapassando as extremidades do veículo, com as mensagens publicitárias voltadas para as laterais, não podendo interferir na identificação do dispositivo TÁXI.

§ 3º - *Perua Escolar* – será permitido somente o anúncio indicativo, que identifica o proprietário e a atividade desenvolvida, sendo terminantemente proibida a veiculação de anúncio publicitário.

§ 4º - *Motocicleta* – será permitida a publicidade na superfície traseira e superior de coberturas, ou de qualquer outro equipamento de proteção equivalente, utilizados na atividade de moto-frete, observando as seguintes metragem máximas:

a-) para a face frontal: seu maior comprimento deverá ser de 1,80m (um metro e oitenta centímetros), e sua maior altura de 1,30m (um metro e trinta centímetros);

b-) para a face traseira: seu maior comprimento deverá ser de 0,50m (cinquenta centímetros), e sua maior altura de 1,20m (um metro e vinte centímetros).

§ 5º - Os procedimentos a serem adotados para a regularização de publicidade em veículos serão objeto de decreto regulamentador.

Artigo 167 – Os anúncios cuja modalidade seja do tipo “Painel Eletrônico” poderão ser afixados, transportados e expostos em veículos, desde que estacionados nos locais dos eventos correspondentes.

Parágrafo único: Por possuir características específicas, a licença decorrente do órgão competente para veiculação desse anúncio terá prazo de validade de 01 (um) ano, e se processará dentro de todos os termos da presente lei.

Artigo 168 – Os anúncios veiculados nos bens imóveis públicos edificadas ou não, incluindo os espaços públicos, ficarão sujeitos à prévia licitação do espaço para a sua instalação, devendo o órgão competente do Poder Público proceder ao certame na forma da legislação em vigor, exceto os previstos no artigo 9º, inciso XII da presente lei.

§ 1º - O procedimento licitatório em questão deverá especificar, já no edital, quanto à concessão de alvará e licença, cujos valores deverão necessariamente estar incluídos no procedimento, calculados de acordo com o tempo no qual o anúncio ficará exposto, não sendo devido, após, à parte, pelo vencedor do certame.

§ 2º - O edital deverá dizer sobre o prazo da veiculação que deverá coincidir, no mínimo, com o prazo de duração da licença;

§ 3º - O procedimento quanto a projetos oriundos de qualquer concurso público, de operações urbanas, sejam de urbanização ou de caráter similar, utilizando ou não termos de



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

Folha nº 77 do proc.
Nº 406 da 02.
Adelina Cicone - Ass. Parlamentar
RE. 100.406

cooperação para sua execução, deverão observar em todos os seus termos o disposto na presente legislação, respeitando a instalação dos anúncios nos bens públicos e particulares que atendam o disposto nessa Lei.

Artigo 169 – O Poder Executivo poderá celebrar termo de cooperação com a iniciativa privada, visando à execução e manutenção de melhorias urbanas, ambientais e paisagísticas, e à conservação de áreas públicas, atendido o interesse público.

§ 1º - O Poder Executivo estabelecerá critérios para determinar a proporção entre o valor financeiro da colaboração prestada e a concessão para a instalação dos anúncios nas áreas objeto dos termos de cooperação; a forma de inserção na paisagem, respeitando o princípio da publicidade, da igualdade e da razoabilidade.

§ 2º - Em se tratando de áreas verdes e similares, será permitido ao particular cooperante a instalação de anúncios medindo no máximo 0,60m de altura X 0,80m de largura, para cada 500m² (quinhentos metros quadrados) de área conservada, observando os demais parâmetros a serem fixados pelo Poder Executivo.

§ 3º - Nos casos em que, em função da celebração de termo de cooperação, for permitida a instalação de publicidade em bens públicos municipais de uso comum, deverão ser observadas as normas gerais desta Lei e as disposições a serem estabelecidas em decreto.

§ 4º - Os termos de cooperação terão prazo de validade de no máximo 4 (quatro) anos e deverão ser publicados na íntegra no "Diário Oficial" do Município, no prazo máximo de 30(trinta) dias da sua assinatura, podendo ser rescindido a critério do Poder Executivo.

Artigo 170 – Será admitida a assinatura de Termo de Cooperação com a finalidade de:

I-) auxiliar o Poder Público na retirada de peças ilegais;

II-) colaborar em todos os sentidos na formação e manutenção atualizada do Cadeplex – Cadastro das Empresas de Publicidade Exterior.

Artigo 171 – Fica mantido, na Secretaria de Habitação e Desenvolvimento Urbano – SEHAB, o Cadastro de Empresas de Publicidade Exterior - Cadeplex, destinado ao registro de pessoas jurídicas cujo objeto social seja a venda, instalação, manutenção, locação, exibição ou exploração por qualquer forma de comunicação visual exterior.

Parágrafo único: A falta de inscrição junto ao Conselho Regional de Engenharia, Arquitetura e Agronomia - CREA, e ao Cadeplex – Cadastro das Empresas de Publicidade Exterior, das empresas instaladoras e de manutenção de anúncios complexos ou especiais, não exime o Poder Público de exercer sobre elas a fiscalização.



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

Folha nº 78 do proc.
Nº 406-2002
Adelina Cicone - Ass. Parlamentar
RF. 100.408

Artigo 172 – Para proceder à sua inscrição junto ao Cadepex, a empresa de instalação e manutenção deverá apresentar:

I-) cópia do contrato social acompanhada da última alteração, se houver, que comprove a sua atividade no ramo;

II-) prova de inscrição no Cadastro de Contribuintes Mobiliários, CCM, da Prefeitura Municipal de São Paulo;

III-) prova de inscrição no CNPJ – Cadastro Nacional das Pessoas Jurídicas;

IV -) prova de inscrição no Conselho Regional de Engenharia, Arquitetura e Agronomia do Estado de São Paulo – CREA;

V-) indicação de responsáveis técnicos regularmente inscritos nos CREA, com formação na área de engenharia mecânica, civil, elétrica ou arquitetura;

VI-) prova de recolhimento e quitação junto ao sindicato patronal;

Parágrafo único - para a revalidação da inscrição, feita anualmente, além dos documentos arrolados no artigo anterior, a empresa inscrita, se de manutenção, deverá proceder nos termos constantes do § 3º do Art. 60 desta lei e ainda apresentar a relação anual de informações sociais RAIS, onde constem profissionais habilitados à execução dos serviços, sendo esta relativa ao último exercício ou os Recibos de Profissional Autônomo – RPA, dentro dessas mesmas condições.

Artigo 173 – A contratação dos serviços de manutenção junto a empresas cadastradas no Cadepex, através de contrato, deverá apontar o local onde se encontram instalados os diversos ou aquele anúncio objeto dessa manutenção e ainda:

I-) o respectivo número de alvará de instalação objeto da regularização;

II-) claramente, as características do anúncio quanto à modalidade e critérios de instalação;

III-) período de vigência;

IV-) assinatura de pelo menos um dos responsáveis técnicos junto ao CREA e constante do referido registro de pessoa jurídica;

V-) ART, Anotação de Responsabilidade Técnica devidamente recolhida, que deverá acompanhar o contrato, mencionando a modalidade do anúncio e critério de instalação, sua periodicidade.

Parágrafo único: qualquer irregularidade constatada pelo órgão competente do Poder Público no exercício da fiscalização sobre os termos contratuais, poderá esse no exercício de suas funções assinalar prazo para a correção do ajuste necessário. Não se verificando o



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

Folha nº 79 do proc.
Nº 406 de 02
Adelina Cicone - Ass. Parlamentar
75 100.408

atendimento das determinações realizadas pelo órgão competente, esse poderá determinar a nulidade do contrato de manutenção, o que implicará no indeferimento do processo de regularização do anúncio em curso, ou no cancelamento automático da licença da contratante.

Artigo 174 – A rescisão contratual entre empresa de manutenção e proprietária do anúncio implica, na imediata comunicação ao órgão competente, pela própria empresa de manutenção, sem a qual fica essa passível de advertência junto ao Cadepep às penalidades nos casos previstos nesta lei.

Parágrafo único – Uma vez noticiada a rescisão, o órgão competente do Poder Público abrirá prazo de quinze dias para a empresa proprietária do anúncio apresentar novo contrato de manutenção observados os dispositivos desta lei.

Artigo 175 – As entidades de preservação da paisagem e de meio-ambiente, associações de bairro, estabelecimentos de ensino ou qualquer pessoa interessada, poderá colaborar com o Poder Público no sentido da manutenção de parques, praças, jardins e canteiros, ficando sob a responsabilidade do órgão competente do Poder Público, noticiar essa medida cooperativa, por intermédio do órgão oficial de comunicação.

Artigo 176 – Poderão ser veiculados transitoriamente, pelo prazo não superior a 45 (quarenta e cinco) dias, mensagens visando dar ao público conhecimento ou alertando-o sobre procedimentos relevantes, prazos, campanhas públicas ou de cunho cultural, noticiando sobre espetáculos, mostras ou exposições.

§ 1º - Será admitido o uso de faixas, para noticiar unicamente alterações no trânsito ou desvios por ocasião de eventos comemorativos, manifestações ou eventos esportivos.

§ 2º - O interessado protocolizará o pedido de veiculação transitória de mensagem perante o órgão público competente, respeitando-lhes as determinações.

Artigo 177 – As manifestações realizadas através da pintura em muros, conhecidas como grafismo poderão ocorrer na paisagem urbana desde que autorizados na forma de anúncio de caráter cultural e sofrerão o mesmo regimento dos anúncios.

Seção II Das Disposições Transitórias

Artigo 178 – As licenças concedidas durante a vigência da legislação anterior terão a sua validade respeitada, findas as quais, os respectivos anúncios ficarão em situação de irregularidade caso não se enquadrem às normas previstas nessa Lei.



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

Folha nº 80 do proc.
Nº 406 de 02

Adelina Ciccone - Ass. Parlamentar

RF 100.408

§ 1º - Os procedimentos a serem adotados serão os relativos ao recadastramento do anúncio, previstos nesta lei, observando o interessado, quanto à regularização da peça de caráter publicitário, a situação do lote em que estiver inserida, a respectiva quota, e ainda, se for o caso, as posturas relativas às áreas especiais e de preservação.

§ 2º - Havendo mais de uma peça publicitária no lote em questão terá a precedência o proprietário do anúncio cuja peça tenha a licença mais antiga em curso, e como segundo critério o contrato de locação do espaço junto ao proprietário ou possuidor do imóvel.

Artigo 179 - Os pedidos de licenciamento de anúncios protocolados anteriormente à data da publicação desta lei serão analisados nos termos da legislação anterior.

Artigo 180 - Não haverá incidência da Taxa de Fiscalização de Anúncios quando do enquadramento à nova situação legal, estabelecida nesta lei, de anúncios instalados, com licenças concedidas anteriormente ou à data de sua publicação.

Artigo 181 - Os casos de anúncios já instalados contendo equipamentos ou objetos que induzam ou ilustrem as mensagens indicativas, cooperativas ou de publicidade, (como por exemplo: carros, cadeiras, aviões, etc...) junto a mensagens equivalentes, deverão, no prazo de 30 (trinta) dias requerer da CPPU a devida manifestação sobre a instalação, fazendo a juntada, na instrução do documento, de todos os elementos explicativos quanto a alturas, distâncias, inclusive ilustrando - o com fotos.

Artigo 182 - A partir da publicação desta lei, o Poder Público através do órgão competente, deverá promover à limpeza da cidade, visando à remoção de faixas e de todos os anúncios, independente de sua modalidade, que não estiverem conformes aos preceitos aqui estabelecidos, respeitando-se os prazos determinados para adaptação, depositando o entulho em lugar compatível tendo em vista constituir-se a paisagem urbana em bem a ser tutelado.

Artigo 183 - Fica fixado o período de seis meses, a partir da data da publicação desta lei, para que as empresas contratadas para a manutenção de anúncios complexos e especiais façam prova da execução dos trabalhos até então realizados em peças, sob sua responsabilidade, mediante a apresentação de laudos, sob pena de sua suspensão ou cancelamento de sua inscrição no Cadastro de Empresas de Publicidade Exterior, Cadeplex e da licença do anúncio da contratante.

Artigo 184 - Fica assinalado prazo de 6 (seis) meses, a partir da publicação desta lei, para que o Cadeplex organize os seus mecanismos de controle e fiscalização sobre as empresas de manutenção de anúncios complexos e especiais nos termos do artigo 60 § 4º, podendo fazê-lo



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

Folha nº 81 do proc.
Nº 406 de 2002
Adelina Cicone - Ass. Parlamentar
RF. 100.406

em sistemas distintos de controle ou simultaneamente ao de registro de empresas se mais conveniente.

Artigo 185 – Relativamente à instalação de anúncio em “Shopping Centers”, a proprietária ou administradora deverá proceder às alterações necessárias visando a compatibilização das peças existentes, contando, para isso, com o prazo de 6 (seis) meses para adotar a nova postura, passando-os a quem de direito.

Artigo 186 – O Poder Público deverá efetuar, no prazo máximo de 1 (hum) ano, a partir da data de regulamentação dessa lei, levantamentos dos anúncios instalados na paisagem urbana para avaliar a efetiva observância das normas estabelecidas na presente lei, e ainda:

§ 1º - O proprietário do anúncio arrolará o número de peças que possui, qual a situação de regularização junto ao órgão competente do Poder Público.

§ 2º - Na hipótese de algum anúncio não possuir a documentação regular que lhe permita a veiculação, mas, tendo sido declarado pelo seu proprietário ou verificado em seu cadastro a irregularidade, o Poder Público orientará no sentido da regularização da peça, com observância das normas contidas nesta lei.

§ 3º - O proprietário do anúncio terá prazo de 15 (quinze) dias corridos para dar início ao processo de regularização, findos os quais, o anúncio será removido.

§ 4º - Administração pública somente poderá autorizar a veiculação de anúncios previstos nesta Lei, ficando proibida a inserção na paisagem urbana de qualquer outra modalidade não contemplada.

Artigo 187 – As despesas decorrentes da aplicação desta lei correrão à conta de dotações consignadas no orçamento vigente.

Artigo 188 - Esta lei entrará em vigor na data de sua publicação, ficando revogadas todas disposições em contrário, especialmente a Lei Municipal 12.115 de 26/06/96, a Lei Municipal nº 12.318 de 16/04/97.

Sala das Sessões, em

Ver. Myryam Athie



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

JUSTIFICATIVA

A presente propositura tem por objetivo elencar, de maneira exaustiva, todos os elementos que compõe a paisagem urbana com a finalidade de organiza-los e regulamenta-los.

Na medida em que nunca houve um documento legal que abrangesse todas as manifestações publicitárias em meio urbano e que tentasse a sua regularização, a cidade ficou exposta a regras que tratavam de parte, mas não do inteiro conjunto urbano, o que resultou em uma imagem desconexa, desenfreada, da paisagem urbana.

A partir da aprovação deste projeto de lei, fica a administração municipal munida de instrumental que permitirá a ordenação, assim como a definição de parâmetros de qualidade, para um visual mais adequado à São Paulo.

Neste sentido, submeto à apreciação dos Nobres Pares, contando, antecipadamente, com sua anuência.

A handwritten signature in the bottom right corner of the page.

12.115
28.06.96

LEI Nº 12.115, DE 28 DE JUNHO DE 1996
(Projeto de Lei nº 468/95 do Vereador José Índio Ferreira do Nascimento)

Dispõe sobre a ordenação de anúncios na paisagem no Município, fixa normas para a veiculação desses anúncios, e dá outras providências.

PAULO MALUF, Prefeito do Município de São Paulo, usando das atribuições que lhe são conferidas por lei. Faz saber que a Câmara Municipal, em sessão de 12 de junho de 1996, decretou e eu promulgo a seguinte lei:

TÍTULO I DOS OBJETIVOS E DAS DIRETRIZES

Art. 1º - A ordenação de anúncios na paisagem do Município, disciplinada pela presente lei, visa a melhoria da qualidade de vida, com os seguintes objetivos:

I - Organizar, controlar e orientar o uso de mensagens visuais de qualquer natureza, respeitando o interesse coletivo, as necessidades de conforto ambiental e as prerrogativas individuais;

II - Garantir a segurança das edificações e da população;

III - Garantir as condições de segurança, fluidez e conforto no deslocamento de veículos e pedestres;

IV - Garantir os padrões estéticos da cidade;

V - Estabelecer o equilíbrio dos diversos agentes atuantes na cidade, inclusive através do incentivo à cooperação de entidades e particulares na promoção da melhoria da paisagem do Município.

Art. 2º - Para os efeitos desta lei, ficam estabelecidas as seguintes definições:

I - Altura do anúncio (H) - é o resultado obtido pela diferença entre a altura máxima (Hmax) e a altura mínima (Hmin), (H=Hmax - Hmin), devendo ser considerada a estrutura de sustentação, no caso de anúncio localizado na cobertura da edificação, observado o seguinte:

a) altura mínima (Hmin) - é a distância vertical entre o ponto mais baixo do anúncio e o ponto mais alto do passeio imediatamente abaixo do anúncio;

b) altura máxima (Hmax) - é a distância vertical entre o ponto mais alto do anúncio e o ponto mais alto do passeio imediatamente abaixo do anúncio;

c) altura da edificação (Hed) - é a distância vertical entre a cobertura da edificação e o ponto mais alto do passeio imediatamente abaixo do anúncio;

II - Anúncio - é qualquer veículo de comunicação visual presente na paisagem, exceto os que contenham:

a) 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;

b) logotipos ou logomarcas de postos de abastecimento e serviços, quando veiculados nos equipamentos próprios do mobiliário obrigatório, como bombas, densímetros e similares;

c) denominações de prédios e condomínios;

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

e) os que contenham referências que indiquem uso ou qualquer outra circunstância elucidativa do emprego ou finalidade do móvel ou imóvel, limitadas a uma por acesso em cada logradouro, desde que:

1 - apresentem área de exposição igual ou inferior a 1,00 m² (hum metro quadrado);

2 - não disponham de dispositivos mecânicos;

f) os que contenham comunicações institucionais veiculadas por meios próprios, tais como sinalização de trânsito, sinalização de orientação de pedestres e sinalização de denominação de logradouros;

g) os que contenham mensagens obrigatórias por legislação federal, estadual ou municipal;

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

i) os que apresentem área de exposição igual ou inferior a 0,50 m² (meio metro quadrado), e ainda observem as seguintes condições:

1 - não disponham de dispositivos mecânicos;

2 - sejam instalados paralelamente à fachada ou alinhamento do imóvel e apresentem altura máxima (Hmax) igual ou inferior a 3,00 m (três metros);

3 - seja único deste tipo no imóvel;

III - Área Livre de Imóvel Edificado - é a área existente entre a edificação e qualquer divisa do imóvel que a contém, observado o seguinte:

a) área livre de frente, quando relativo à área existente entre a edificação e o logradouro público, considerando-se a extensão total da testada;

b) área livre de fundo, quando relativo à área existente entre a edificação e a divisa de fundo, considerando-se a extensão total do fundo do imóvel;

c) área livre lateral, quando relativo à área existente entre a edificação e as divisas laterais;

IV - Área Total de Anúncio - é a soma das áreas de todas as superfícies de exposição do anúncio, expressa em metros quadrados;

V - Bem ou Imóvel Significativo - é aquela de interesse paisagístico, cultural, turístico, arquitetônico, ambiental, ou de consagração popular, público ou privado, tais como as áreas, edificações e bens tombados pela União, Estado e Município e suas áreas envoltórias, os enquadrados como ZB-200, os parques e os monumentos;

VI - Cobertura de Edificação - é a superfície situada acima do último andar, limitada ao maior perímetro da laje do teto, considerando andar o volume compreendido entre dois pavimentos consecutivos ou entre o último pavimento e o nível superior de sua cobertura;

VII - Divisa do Imóvel - é a linha divisória entre imóveis de propriedade particular ou pública;

VIII - Empena cega - é a face externa da edificação que esteja situada na divisa do imóvel e não apresente aberturas destinadas à iluminação, ventilação e insolação;

IX - Fachada - é qualquer das faces externas de uma edificação;

X - Imóvel Edificado - é aquele ocupado total ou parcialmente com edificação de caráter permanente;

XI - Imóvel não Edificado - é aquele não ocupado ou ocupado com edificação de caráter transitório, tais como estacionamento, "drive-in", circo e afins, ou com edificação que se destine exclusivamente a portaria, guarita ou abrigo para guarda, enquadrada na legislação que rege a matéria;

XII - Marquise - é o elemento da edificação construído em balanço em relação à fachada, integrante de projeto aprovado, destinado à cobertura e à proteção de transeuntes;

XIII - Níveis - são áreas do Município submetidas às mesmas restrições para fins de colocação de anúncios;

XIV - Paisagem - é a configuração resultante da contínua e dinâmica interação entre os elementos naturais, os elementos edificados ou criados e o próprio homem, numa constante relação de escala, forma, função e movimento;

XV - Quota - é o coeficiente que, multiplicado pela testada do imóvel onde se situa o anúncio, possibilita obter a área total máxima dos anúncios permitida no imóvel, expressa em metros quadrados;

XVI - Testada ou alinhamento - é a linha divisória entre o imóvel de propriedade particular ou pública e o logradouro ou via pública;

XVII - Superfície de exposição do anúncio - é a figura geométrica plana que compõe cada face do anúncio.

Parágrafo único - Quando houver dificuldade de determinação da superfície de exposição, será considerada a área do menor quadrilátero que contenha o anúncio.

Art. 3º - Para os fins do disposto nesta lei, o território do Município fica dividido nos seguintes Níveis:

a) Nível I - Bens e imóveis significativos;

b) Nível II - Áreas declaradas de especial interesse urbanístico, arquitetônico, paisagístico, histórico, cultural e ambiental, áreas que vierem a ser objeto de operação urbana e áreas que vierem a sofrer processo de reurbanização;

c) Nível III - As zonas de uso Z1, Z9, Z10, Z13, Z14, Z15, Z16, Z17, Z18, ZB-100 e os corredores de uso especial ZB CR1-I, ZB CR5 e ZB CR6;

d) Nível IV - As zonas de uso Z2, Z8, Z11 e o corredor de uso especial Z8 CR2;

e) Nível V - As zonas de uso Z3 e Z12;

f) Nível VI - As zonas de uso Z4, Z5, Z6, Z7, Z19 e o corredor de uso especial Z8 CR3.

§ 1º - As características e parâmetros a serem observados pelos anúncios instalados nos diversos Níveis são os constantes do Quadro Anexo Único.

§ 2º - No corredor de uso especial Z8 CR4 serão observados as características e os parâmetros estabelecidos para a zona de uso lindeira.

§ 3º - No corredor de uso especial Z8 CR1-II e no corredor de uso especial Z8 CR5 quando lindeiro a zona de uso Z1, serão observadas as disposições contidas no parágrafo 3º do artigo 19 da Lei nº 9.049, de 24 de abril de 1980.

§ 4º - As características e parâmetros a serem observados no Nível I serão definidos, caso a caso, pelo órgão municipal competente.

§ 5º - Os perímetros das áreas integrantes do Nível II, bem como as características e parâmetros a serem observados caso a caso, serão definidos por lei; nos casos em que as características e parâmetros não sofrerem alteração, aplicar-se-ão as normas definidas nesta lei.

§ 6º - As faces de quadras de vias e logradouros integrantes dos Níveis III, IV e V poderão ser reenquadrados em outro nível mais permissivo, desde que apresentem mais de 50% (cinquenta por cento) de sua extensão ocupada por imóveis de uso não residencial.

§ 7º - O interessado deverá requerer o reenquadramento junto à Secretaria da Habitação e Desenvolvimento Urbano - SEHAB, anexando, em expediente próprio:

a) croquis de localização dos lotes que representem mais de 50% (cinquenta por cento) da extensão da face da quadra ocupada com uso não residencial;

b) fotografias que permitam a visualização da área em questão.

§ 8º - A ocorrência de 50% (cinquenta por cento) de uso não residencial será verificada mediante o somatório das testadas dos lotes ocupados com uso não residencial, dividido pelo comprimento da face da quadra.

§ 9º - No cálculo do somatório referido no parágrafo anterior e do comprimento da face da quadra, não serão computadas as testadas de praças, parques, cemitérios e imóveis não edificados.

§ 10 - A Comissão de Proteção à Paisagem Urbana - CPPU deliberará quanto ao reenquadramento de vias e logradouros nas hipóteses passíveis de dúvidas, atendendo aos Níveis, às características e parâmetros previstos nesta lei.

§ 11 - Não será admitido o reenquadramento de vias e logradouros para os quais a legislação de uso e ocupação do solo estabeleça disposições específicas referentes à colocação de anúncio.

TÍTULO II DAS NORMAS TÉCNICAS CAPÍTULO I DAS DISPOSIÇÕES GERAIS

Art. 4º - Submetem-se às normas desta lei todos os anúncios, desde que visíveis do logradouro público, instalados em:

I - Imóvel Particular:

a) edificado;

b) não edificado;

c) em obras de construção civil;

II - Bem Público:

a) edificado;

b) não edificado;

c) em obra pública de construção civil;

d) em faixa de domínio, pertencente a redes de infra-estrutura, faixa de servidão de redes de transporte, de redes de transmissão de energia elétrica, de oleodutos, gasodutos e similares.

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

§ 2º - No caso de se encontrar afixado em espaço interno de edificação, o anúncio será considerado visível quando localizado até 0,50 m (meio metro) de qualquer abertura ou vado transparente que se comunique diretamente com o exterior.

Art. 5º - Todo anúncio deverá observar, dentre outras, as seguintes normas gerais:

I - Oferecer condições de segurança ao público, em especial:

a) ser mantido em bom estado de conservação, no que tange à estabilidade, resistência dos materiais e aspecto visual;

b) receber tratamento final adequado em todas as suas superfícies, inclusive na sua estrutura, ainda que não utilizada para anunciar;

II - Atender às normas técnicas pertinentes à segurança e estabilidade de seus elementos;

III - Atender às 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;

IV - Não prejudicar a visualização de bens e imóveis significativos;

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

VI - Quando, com dispositivo luminoso, não produzir ofuscamento ou causar insegurança ao trânsito de veículos e pedestres e edificações vizinhas;

VII - Quando, com dispositivo luminoso de luz intermitente, pisca-pisca ou jogo de luzes, em período noturno, compreendido das 24h (vinte e quatro horas) às 6h (seis horas), não prejudicar, a edificação em que estiver instalado ou as edificações vizinhas;

VIII - Não prejudicar, por qualquer forma, a insolação ou a aeração da edificação em que estiver instalado ou a dos imóveis edificados vizinhos;

IX - Não apresentar conjunto de formas e cores que se confundam com as convenções internacionais para as diferentes categorias de sinalização de trânsito;

X - Não apresentar conjunto de formas e cores que se confundam com as consagrações, para a prevenção e o combate a incêndio, pelas normas de segurança.

Art. 6º - Fica proibida a colocação ou exibição de anúncio, seja qual for sua finalidade, forma e composição, nos seguintes casos:

I - Quando localizado a uma distância igual ou inferior a 10,00m (dez metros) de qualquer ponto das pontes, viadutos e elevados, bem como de seus acessos;

II - Quando colado ou pintado nas colunas, paredes, muros e demais partes externas da edificação, salvo nas hipóteses previstas nesta lei e quando pintado em chaminé de indústria nos termos da Lei nº 10.897, de 5 de dezembro de 1990;

III - Em imóvel de uso exclusivamente residencial situado nas zonas de uso Z1, Z9, Z10, Z14, Z15 e Z16, salvo quando o imóvel for lindeiro a logradouro enquadrado no Nível VI ou quando o uso da edificação for tolerado, conforme previsto na legislação de uso e ocupação do solo;

IV - Em empresa cega, quando o imóvel estiver situado nos Níveis III e IV, salvo no caso de anúncio de finalidade cultural de que trata o inciso V do artigo 7º;

V - Nas vias e logradouros públicos, inclusive sobre o leito carroçável, salvo nos casos previstos nesta lei ou em legislação especial;

VI - Em obras públicas de arte, tais como viadutos, pontes, túneis e semelhantes, ainda que de domínio estadual ou federal;

VII - De propaganda política, mediante a afixação de cartaz, dístico ou flâmula em veículos de transporte coletivo;

VIII - Nas partes internas e externas de cemitérios;

IX - Nas partes internas e externas de hospitais, prontos-socorros e postos de atendimento médico, exceto os que digam respeito à denominação e eventos relacionados com a área da saúde;

X - Em bens públicos municipais dominiais e de uso especial, salvo nos autódromos, estádios, centros desportivos e locais de prática do desporto em geral e nas situações previstas em lei.

Art. 7º - Para os efeitos desta lei, o anúncio será classificado em:

I - Especial, quando apresentar pelo menos uma das seguintes características:

a) área total de anúncio superior a 30,00 m² (trinta metros quadrados);

b) altura máxima (Hmax) superior a 6,00 m (seis metros);

c) esteja instalado em empresa cega e apresente área total de anúncio superior a 30,00 m² (trinta metros quadrados);

d) possua dispositivo mecânico;

e) possa apresentar problemas afetos à segurança da população;

f) esteja instalado em cobertura de edificação;

II - Complexo, quando apresentar pelo menos uma das seguintes características:

a) área total de anúncio superior a 5,00 m² (cinco metros quadrados) e igual ou inferior a 30,00 m² (trinta metros quadrados);

b) altura máxima (Hmax) superior a 4,00 m (quatro metros) e igual ou inferior a 6,00 m (seis metros);

c) esteja instalado em empena cega e apresente área total de anúncio igual ou inferior a 30,00 m² (trinta metros quadrados);

III - Transitório, quando permanecer exposto pelo prazo máximo de 30 (trinta) dias e apresentar as seguintes características:

a) área total de anúncio igual ou inferior a 2,00 m² (dois metros quadrados);

b) altura máxima (Hmax) igual ou inferior a 3,00 m (três metros);

c) não possua qualquer dispositivo luminoso;

d) veicule mensagem esporádica atinente a promoções, ofertas especiais e similares;

e) seja único deste tipo no imóvel;

f) não avance sobre o passeio;

IV - Balão ou inflável, quando permanecer exposto pelo prazo máximo de 30 (trinta) dias e apresentar as seguintes características:

a) ser inflado por ar ou gás estável;

b) possuir ou não dispositivo luminoso;

c) ser único deste tipo no imóvel;

d) ter sua projeção, em qualquer situação, contida nos limites do imóvel, não podendo avançar sobre os imóveis vizinhos nem sobre o logradouro;

V - De finalidade cultural, quando for integrante de programa cultural, de plano de embelezamento da cidade ou alusivo a data de valor histórico;

VI - De finalidade político-partidária, na forma prevista na legislação eleitoral federal;

VII - Simples, quando não se enquadrar em quaisquer das disposições previstas nos incisos I a VI deste artigo.

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

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

§ 3º - Os anúncios veiculados através de projeção de imagens serão enquadrados de acordo com a classificação da superfície onde a imagem será projetada.

§ 4º - Novas tecnologias de veiculação de anúncio serão classificadas pela Comissão de Proteção à Paisagem Urbana - CPPU.

CAPÍTULO II

DO ANÚNCIO EM IMÓVEL PARTICULAR EDIFICADO

SEÇÃO I

NA FACHADA

Art. 8º - Quando instalado na fachada, o anúncio será considerado:

I - Paralelo, quando a superfície de exposição do anúncio estiver posicionada paralelamente em relação ao plano da fachada a uma distância de no máximo 0,30 m (trinta centímetros) deste;

II - Perpendicular, quando as superfícies de exposição do anúncio estiverem posicionadas perpendicularmente em relação ao plano da fachada, devendo o anúncio apresentar espessura igual ou inferior a 0,40 m (quarenta centímetros).

Art. 9º - Será permitida a colocação de anúncio:

I - Nas fachadas da edificação;

II - Em toldos ou coberturas retráteis, executados em material de qualquer espécie;

III - Em vedos transparentes, na forma de adesivo aplicado, desde que:

a) apresente altura (H) igual ou inferior a 0,30 m (trinta centímetros);

b) observe altura máxima (Hmax) igual ou inferior a 6,00 m (seis metros), não ficando sujeito a altura mínima (Hmin) estabelecida no Quadro Anexo Único.

Parágrafo único - Deverão ser computadas, para cálculo da área total de anúncio, as áreas dos elementos referidos no inciso II deste artigo.

Art. 10 - O anúncio instalado na fachada da edificação particular deverá atender às seguintes condições:

I - Observar as características e parâmetros estabelecidos no Quadro Anexo Único para cada Nível, respeitado o disposto no artigo 11 desta lei;

II - Observar as características arquitetônicas e as funções definidas no projeto de construção ou reforma da edificação;

III - Ter sua projeção ortogonal totalmente contida dentro da fachada onde se encontra e não incidir sobre a área de exposição de outro anúncio;

IV - Quando instalado em fachada construída no alinhamento, o anúncio perpendicular poderá avançar até 1,20 m (um metro e vinte centímetros) sobre o passeio, desde que este avanço não exceda a 2/3 (dois terços) da largura do passeio.

Art. 11 - O anúncio que for único na fachada em que estiver instalado, fica dispensado do atendimento à altura máxima (Hmax) estabelecida no Quadro Anexo Único.

SEÇÃO II

NA MARQUISE

Art. 12 - Será permitida a colocação de anúncio nas bordas de marquise integrante de projeto aprovado de edificação, desde que atendidas as seguintes condições:

I - Seja instalado sobre ou sob a marquise, paralelamente às suas bordas;

II - Tenha sua projeção ortogonal contida nos limites do perímetro da marquise;

III - Apresente altura (H) igual ou inferior a 0,90 m (noventa centímetros), respeitadas as alturas máxima (Hmax) e mínima (Hmin) estabelecidas no Quadro Anexo Único.

SEÇÃO III

NA COBERTURA

Art. 13 - Será permitida a instalação de anúncio na cobertura da edificação nas seguintes condições:

I - No imóvel residencial, quando situado:

a) no Nível V, desde que a altura da edificação (Hed) seja igual ou superior a 25,00 m (vinte e cinco metros);

b) no Nível VI, desde que a altura da edificação (Hed) seja igual ou superior a 9,00 m (nove metros);

II - Nos imóveis destinados a outros usos, quando situados:

a) nos Níveis IV e V, desde que a altura da edificação (Hed) seja igual ou superior a 15,00 m (quinze metros);

b) no Nível VI, desde que a altura da edificação (Hed) seja igual ou superior a 9,00 m (nove metros);

III - A altura (H) do anúncio deverá ser calculada da seguinte maneira:

a) quando instalado sobre imóvel situado nos níveis IV e V, independentemente de seu uso, $H = 1 + \frac{1}{4} Hed$;

b) quando instalado sobre imóvel situado no nível VI, independentemente de seu uso, e a altura da edificação for igual ou superior a 9,00 m (nove metros) e inferior a 15,00 m (quinze metros), $H = 1 + \frac{1}{3} Hed$, observado o limite de 5,00 m (cinco metros);

c) quando instalado sobre imóvel situado no nível VI, independentemente de seu uso, e a altura da edificação for igual ou superior a 15,00 m (quinze metros), $H = 1 + \frac{1}{4} Hed$;

IV - Se o valor obtido pela aplicação da fórmula referida no inciso anterior for fracionado, será ele automaticamente arredondado para mais, observado o disposto no inciso I do artigo 2º;

V - A altura (H) do anúncio sobre cobertura será medida a partir da cobertura da edificação, ou a partir do ponto mais alto das partes sobre elevadas da edificação;

VI - O anúncio instalado na cobertura da edificação deverá, ainda, observar as seguintes condições:

a) ter apenas um anúncio visível, em cada momento de exposição;

b) não apresentar estrutura de madeira;

c) ter sua projeção ortogonal contida nos limites do perímetro da cobertura;

d) apresentar os pontos altos de todas as superfícies de exposição contidos num mesmo plano horizontal, imaginário, paralelo à laje da cobertura;

e) não interferir em helipontos, helipontos, lajes de segurança ou raio de ação de pára-raios;

f) encontrar-se em edificação sem anúncio na empena cega, na mesma visibilidade;

g) no imóvel residencial com altura da edificação (Hed) igual ou superior a 9,00 m (nove metros) e inferior a 15,00 m (quinze metros) com anúncio na cobertura, o anúncio instalado na área livre do imóvel não poderá ter sua projeção horizontal sobre a edificação.

Parágrafo único - A área do anúncio na cobertura de edificação não será considerada na área total máxima permitida no imóvel, obtida pela aplicação da quota, salvo na condição da alínea "b" do inciso III deste artigo.

SEÇÃO IV
NA EMPENA CEGA.

Art. 14 - O anúncio instalado ou pintado em empena cega, definida no inciso VIII do artigo 2º desta lei, deverá atender às seguintes condições:

- I - Estar instalado ou pintado em edificação situada nos Níveis V ou VI;
- II - Encontrar-se em edificação sem anúncio na cobertura, na mesma visibilidade;
- III - Ser único em cada empena cega por bloco da edificação;
- IV - Apresentar altura mínima (Hmin) igual ou maior a 15,00 m (quinze metros);
- V - Apresentar área máxima de até 70% (setenta por cento) da área total da empena em que estiver instalado;
- VI - Apresentar projeção ortogonal contida nos limites do perímetro da empena.

§ 1º - Quando da instalação do anúncio, a empena cega deverá ser totalmente recuperada.

§ 2º - A área do anúncio em empena cega, não será considerada na área total máxima permitida do imóvel, obtida pela obtenção da quota.

Art. 15 - Quando da retirada do anúncio instalado em empena cega, esta deverá ser recuperada, observando-se, quanto à responsabilidade, o disposto no artigo 49.

SEÇÃO V
NA ÁREA LIVRE DO IMÓVEL EDIFICADO

Art. 16 - O anúncio instalado na área livre de imóvel edificado deverá atender às seguintes condições:

I - Observar as características e os parâmetros estabelecidos para cada Nível no Quadro Anexo Único;

II - Quando instalado em área livre lateral e de fundo, manter recuos mínimos em relação às divisas do imóvel de:

a) 0,50 m (cinquenta centímetros) para anúncios com altura máxima (Hmax) menor ou igual a 9,00 m (nove metros);

b) 1,50 m (um metro e cinquenta centímetros) para os anúncios com altura máxima (Hmax) superior a 9,00 m (nove metros);

III - Apresentar projeção horizontal inteiramente contida no limite do imóvel;

IV - Não estar instalado em sobreposição a outro anúncio;

V - Quando paralelo à testada, manter distância mínima de 1,00 m (um metro) da extremidade lateral do próximo anúncio.

Art. 17 - O anúncio instalado na área livre de imóvel edificado, poderá ter sua projeção horizontal sobre a edificação, salvo no caso dos imóveis residenciais mencionados na alínea "g" do inciso VI do artigo 13.

SEÇÃO VI
NOS "SHOPPING CENTERS", HIPERMERCADOS, CENTROS DE FEIRAS E SALÕES, CENTROS DE LAZER E EDIFICAÇÕES SIMILARES

Art. 18 - Os anúncios instalados em imóveis destinados a "Shopping Centers", Hipermercados, Centros de Feiras e Salões, Centros de Lazer e atividades similares, poderão ter as características e os parâmetros estabelecidos no Quadro Anexo Único alterados, caso a caso, a critério da Comissão de Proteção à Paisagem Urbana - CPPU, desde que:

- a) os imóveis apresentem área superior a 5.000,00 m² (cinco mil metros quadrados);
- b) seja obedecida a quota máxima de 4,0.

CAPÍTULO III
DO ANÚNCIO EM IMÓVEL PARTICULAR NÃO EDIFICADO

Art. 19 - O anúncio instalado em imóvel particular não edificado deverá atender às seguintes condições:

I - Observar as características e parâmetros estabelecidos para cada Nível no Quadro Anexo Único;

II - Manter recuos mínimos em relação às divisas laterais e de fundo do imóvel de:

a) 0,50 m (cinquenta centímetros) para anúncios com altura máxima (Hmax) igual ou inferior a 9,00 m (nove metros);

b) 1,50 (um metro e cinquenta centímetros) para os anúncios com altura máxima (Hmax) superior a 9,00 m (nove metros);

III - Apresentar projeção horizontal inteiramente contida dentro do limite do imóvel;

IV - Quando paralelo à testada, manter distância mínima de 1,00 m (um metro) da extremidade lateral do próximo anúncio;

V - Não estar instalado em sobreposição a outro anúncio.

Parágrafo Único - Quando o imóvel for lindeiro a edificação destinada exclusivamente ao uso residencial, a instalação de anúncio na área livre de frente obedecerá ao menor recuo das edificações lindeiras.

Folha nº 86 do proc.

Nº 406 13 02

Adelina Ciconi - Ass. Parlamentar
RF. 100.406

12.115

CAPÍTULO IV
DO ANÚNCIO EM OBRA DE CONSTRUÇÃO CIVIL PARTICULAR

Art. 20 - Em obras de construção civil particular, além dos anúncios relativos ao empreendimento imobiliário ou aos materiais e serviços utilizados na obra, serão permitidos outros, desde que não avancem sobre o passeio, não estejam localizados no espaço livre e atendam às características e parâmetros estabelecidos para cada Nível no Quadro Anexo Único e às demais disposições fixadas nesta lei.

§ 1º - Será admitido anúncio colocado em tapume desde que observe altura máxima (Hmax) igual ou inferior a 6,00 m (seis metros), devendo o tapume ser construído com material de qualidade comprovada, ter acabamento adequado e ser mantido em bom estado de conservação.

§ 2º - Será admitida pintura decorativa em tapume, com a inscrição de logotipo ou mensagem publicitária, desde que referente ao empreendimento, materiais ou serviços utilizados na obra, sendo considerada, nesta hipótese, para efeito de cálculo da quota do anúncio, a área do logotipo ou da mensagem publicitária.

§ 3º - A soma das áreas dos anúncios previstos neste artigo, deverá atender à quota estabelecida para imóvel não edificado em cada Nível no Quadro Anexo Único.

CAPÍTULO V
DO ANÚNCIO EM BENS PÚBLICOS

Art. 21 - Os anúncios instalados em bens de uso dominial e de uso especial da União e do Estado, edificados, não edificados e em obra de construção civil, da administração direta, indireta e fundacional, deverão atender às disposições, características e parâmetros estabelecidos nesta lei para os imóveis particulares, observado o disposto no artigo 6º.

TÍTULO III
DAS NORMAS E DAS SANÇÕES ADMINISTRATIVAS
CAPÍTULO I
DO PROCEDIMENTO ADMINISTRATIVO
SEÇÃO I
DA LICENÇA DO ANÚNCIO

Art. 22 - A colocação de anúncio de finalidade político-partidária fica sujeita à observância da legislação pertinente, dispensando-se o seu licenciamento.

Art. 23 - A colocação de anúncio transitório fica sujeita à comunicação, por parte do proprietário do anúncio, à Administração Regional competente, para fins de fiscalização, dispensando-se o seu licenciamento.

Parágrafo Único - A comunicação a que se refere este artigo deverá indicar a quantidade, os locais de afixação e o período de exposição do anúncio, devendo ser pagos eventuais tributos e preços públicos.

Art. 24 - A colocação de balão e inflável fica sujeita à autorização da Secretaria das Administrações Regionais - SAR, dispensando-se o seu licenciamento.

Parágrafo Único - O pedido de autorização a que se refere este artigo deverá ser acompanhado de termo de responsabilidade técnica pela parte elétrica, sistema de ancoragem e fixação, assinado por profissional legalmente habilitado e pelo proprietário do anúncio.

Art. 25 - A colocação de anúncio de finalidade cultural fica sujeita à autorização da Secretaria da Habitação e Desenvolvimento Urbano - SEHAB, após parecer favorável da Secretaria Municipal de Cultura - SMC e da Comissão de Proteção à Paisagem Urbana - CPPU, dispensando-se o seu licenciamento.

Art. 26 - A colocação de anúncio simples fica sujeita ao licenciamento prévio (VETADO).

Art. 27 - A instalação de anúncio complexo e de anúncio especial fica sujeita à expedição prévia de Alvará de Instalação de Anúncio, em função da análise dos aspectos de segurança pelo órgão competente, com posterior licenciamento da Secretaria da Habitação e Desenvolvimento Urbano - SEHAB.

Art. 28 - Deverão ser requeridas tantas licenças quantos forem os anúncios a serem instalados.

Art. 29 - A licença será concedida pelo prazo de 3 (três) anos, renovável por iguais períodos a pedido do interessado, desde que respeitadas as normas legais vigentes à época da renovação.

Art. 30 - As licenças expedidas para os anúncios instalados em área que venha a integrar o Nível II terão os prazos de validade fixados na lei que definir seu perímetro.

Art. 31 - Para o pedido de licenciamento de anúncio simples, será necessária a apresentação dos seguintes documentos:

I - Requerimento apropriado devidamente preenchido e assinado pelo proprietário do anúncio, que declarará, sob sua exclusiva responsabilidade:

a) os elementos que caracterizam o anúncio;

b) o número do Cadastro de Contribuintes Mobiliários - CCM no Município de São Paulo do proprietário do anúncio;

c) o número do Contribuinte do Imposto Predial e Territorial Urbano - IPTU relativo ao imóvel onde se pretende instalar o anúncio;

d) a identificação e a autorização do proprietário ou do possuidor do imóvel onde se pretende instalar o anúncio;

II - Outros documentos que vierem a ser especificados por ato do Executivo.

Parágrafo único - A autorização de que trata a alínea "d" do inciso I implica na permissão para entrada no imóvel de agente do Poder Público para vistoriar ou remover o anúncio, conforme o caso.

Art. 32 - Para o pedido de licenciamento de anúncio complexo, será necessária a apresentação dos seguintes documentos:

I - Requerimento apropriado mencionado no inciso I do artigo 31;

II - Termo de responsabilidade técnica pela parte estrutural do anúncio, assinado por profissional legalmente habilitado, pelo proprietário do anúncio e pela empresa instaladora;

III - Termo de responsabilidade técnica pela parte elétrica do anúncio, assinado por profissional legalmente habilitado, pelo proprietário do anúncio e pela empresa instaladora, no caso de anúncio dotado de dispositivo elétrico, independentemente de sua voltagem;

IV - Indicação de empresa instaladora responsável pela instalação do anúncio, bem como os números de suas inscrições junto ao Conselho Regional de Engenharia, Arquitetura e Agronomia - CREA e junto ao Cadastro de Empresas de Publicidade Exterior - CADEPEX, de que trata o artigo 41 desta lei;

V - Indicação do número de inscrição do proprietário do anúncio junto ao Cadastro de Empresas de Publicidade Exterior - CADEPEX, no caso do anúncio não estar relacionado com a atividade exercida no local de instalação;

VI - Outros documentos que vierem a ser especificados por ato do Executivo.

Art. 33 - Para o pedido de licenciamento do anúncio especial, será necessária a apresentação dos seguintes documentos:

I - Documentos mencionados nos incisos I a V do artigo 32;

II - Projeto do anúncio, contendo sua representação gráfica, em 2 (duas) vias, composta de plantas, elevações, seções e detalhes, em escala adequada, assinada por profissional habilitado e pelo proprietário do anúncio;

b) memorial descritivo e de cálculo da parte estrutural e da parte elétrica, se for o caso, atendendo às normas da Associação Brasileira de Normas Técnicas - ABNT;

III - Outros documentos que vierem a ser especificados por ato do Executivo.

Art. 34 - Se o pedido de licenciamento de anúncio complexo e de anúncio especial for requerido por órgão da administração direta, fundo especial, autarquia, fundação pública, empresa pública, sociedade de economia mista ou outra entidade controlada direta ou indiretamente pela União, Estados, Distrito Federal e Municípios, não será exigida a apresentação da empresa instaladora no ato do protocolamento.

§ 1º - Com a apresentação dos documentos exigidos nos artigos 32 e 33, e estando o anúncio de acordo com as normas técnicas e de segurança, será expedido o Alvará de Aprovação para que o requerente possa proceder à licitação, nos termos da legislação vigente, visando contratar empresa responsável pela instalação do anúncio.

§ 2º - O requerente terá o prazo de 180 (cento e oitenta) dias, contados a partir da publicação do Alvará de Aprovação, para apresentar a empresa instaladora, sob pena de ser indeferido o pedido de licença do anúncio.

§ 3º - Após a apresentação da empresa instaladora será expedido o Alvará de Instalação de Anúncio.

Art. 35 - O pedido de licenciamento de anúncio complexo e de anúncio especial será analisado pelo órgão responsável pelos aspectos de segurança, que emitirá parecer técnico.

§ 1º - Havendo parecer desfavorável, o pedido de licenciamento será indeferido.

§ 2º - Havendo parecer favorável, e estando o anúncio de acordo com as normas técnicas, será expedido o Alvará de Instalação de Anúncio.

Art. 36 - O interessado terá o prazo de 90 (noventa) dias, contados a partir da data de expedição do Alvará de Instalação de Anúncio, para comunicar ao órgão competente a instalação do anúncio e apresentar:

I - A indicação da empresa de manutenção do anúncio, quando o seu proprietário não for a empresa instaladora, bem como o número de sua inscrição junto ao Conselho Regional de Engenharia, Arquitetura e Agronomia - CREA e junto ao Cadastro de Empresas de Publicidade Exterior - CADEPEX;

II - No caso de anúncio complexo e de anúncio especial, apólice de seguro de responsabilidade civil para a cobertura de eventuais riscos ou danos decorrentes da instalação, exibição, manutenção e remoção do anúncio;

III - Outros documentos que vierem a ser especificados por ato do Executivo.

Parágrafo único - O não atendimento ao disposto neste artigo, no prazo estabelecido, implicará na caducidade do Alvará de Instalação de Anúncio, propiciando o seu cancelamento e o indeferimento do pedido de licença.

Art. 37 - Verificado, pelo órgão competente, que o anúncio se encontra instalado em conformidade com o Alvará de Instalação de Anúncio, o pedido de licenciamento será deferido e expedida a Licença de Anúncio.

Art. 38 - O despacho de indeferimento do pedido de licenciamento de anúncio deverá ser devidamente fundamentado.

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

Art. 39 - O prazo para pedido de reconsideração de despacho ou de recurso é de 15 (quinze) dias corridos, contados a partir da data da publicação do despacho.

§ 1º - Os pedidos de reconsideração de despacho ou de recurso não terão efeito suspensivo, salvo no caso de instalação de anúncio previsto no parágrafo 2º do artigo 40.

§ 2º - O despacho do Prefeito em grau de recurso, bem como o decurso do prazo recursal, encerram definitivamente a instância administrativa.

Art. 40 - O Poder Público Municipal deverá observar os seguintes prazos:

I - 30 (trinta) dias para deferir ou indeferir o pedido de licenciamento de anúncio simples, contados a partir da data do seu protocolamento;

II - 45 (quarenta e cinco) dias para expedir o Alvará de Instalação de Anúncio ou indeferir o pedido de licenciamento de anúncio complexo ou de anúncio especial, contados a partir da data do seu protocolo;

III - 30 (trinta) dias para deferir ou indeferir o pedido de licenciamento de anúncio complexo ou de anúncio especial, contados a partir da data em que o interessado comunicar a instalação, nos termos do artigo 36.

§ 1º - O curso dos prazos previstos neste artigo ficará suspenso durante a pendência do atendimento, pelo interessado, de exigências feitas em "comunique-se".

§ 2º - Decorridos os prazos estabelecidos nos incisos I e II deste artigo, o interessado deverá comunicar o órgão competente e, após 15 (quinze) dias desta comunicação, não havendo o indeferimento do pedido, poderá instalar o anúncio.

§ 3º - A instalação prevista no parágrafo anterior não exige o interessado de atender a todas as disposições desta lei e de recolher, de imediato, a taxa de fiscalização de anúncios - TFA.

§ 4º - Na situação prevista no parágrafo anterior o interessado fica isento das sanções previstas pela exibição de anúncio sem a devida licença ou alvará de instalação.

§ 5º - O disposto neste artigo não se aplica aos anúncios a serem instalados em imóveis integrantes do Nível I.

Art. 41 - Fica criado o Cadastro de Empresas de Publicidade Exterior - CADEPEX, destinado ao registro de pessoas jurídicas cujo objeto social seja a venda, instalação, manutenção, locação, exibição ou exploração, por qualquer forma, de comunicação visual exterior.

§ 1º - O Cadastro de Empresas de Publicidade Exterior - CADEPEX será implantado na Secretaria da Habitação e Desenvolvimento Urbano - SEHAB.

§ 2º - Para requerer o cadastramento no Cadastro de Empresas de Publicidade Exterior - CADEPEX, a empresa interessada deverá apresentar:

a) cópia do contrato social, acompanhada da última alteração, se houver, que comprove sua atividade no ramo;

b) prova de inscrição no Cadastro de Contribuintes Mobiliários - CCM no Município de São Paulo;

c) prova de inscrição no Cadastro Geral de Contribuintes - CGC;

d) prova de inscrição no Conselho Regional de Engenharia, Arquitetura e Agronomia - CREA;

e) indicação de responsável técnico regularmente inscrito no Conselho Regional de Engenharia, Arquitetura e Agronomia - CREA;

f) prova de recolhimento de Contribuição Sindical Patronal.

§ 3º - Os registros das empresas cadastradas, terão validade de 1 (um) ano e deverão ser renovados, a pedido das próprias empresas, mediante a apresentação dos documentos relacionados no parágrafo 2º devidamente atualizados.

§ 4º - Serão automaticamente cancelados os registros que não forem renovados por mais de dois anos consecutivos.

SEÇÃO II DA RENOVAÇÃO DA LICENÇA DO ANÚNCIO

Art. 42 - A renovação da licença do anúncio será feita mediante simples declaração do interessado de que não houve alteração nas características constantes da licença original e apresentação dos termos de responsabilidade e da apólice de seguro, devidamente atualizados, e indicação da empresa de manutenção, mencionados nos artigos 32, 33 e 36, quando for o caso.

Art. 43 - A alteração da legislação pertinente implica na necessidade de novo licenciamento.

Art. 44 - A alteração das características do anúncio ou a mudança do local de instalação implica na necessidade de novo licenciamento.

Parágrafo único - Fica dispensado da exigência prevista neste artigo o anúncio constituído de quadro próprio destinado à fixação de mensagem trocada periodicamente, desde que não ocorram alterações na sua estrutura, forma ou dimensões.

SEÇÃO III DO CANCELAMENTO DA LICENÇA DO ANÚNCIO

Art. 45 - A licença do anúncio será automaticamente cancelada nos seguintes casos:

I - Por solicitação do interessado, mediante requerimento padronizado;

II - Na data do vencimento do prazo de sua validade, caso não haja pedido de renovação;

III - Quando ocorrer alteração nas características do anúncio;

IV - Quando ocorrer mudança de local de instalação do anúncio;

V - Quando ocorrer alteração nas características do imóvel;

VI - Quando ocorrer alteração no número do Contribuinte do Imposto Predial e Territorial Urbano - IPTU;

VII - Quando ocorrer alteração no Cadastro de Contribuintes Mobiliários - CCM;

VIII - Quando ocorrer o cancelamento da inscrição da empresa de manutenção no Cadastro de Empre-

sas de Publicidade Exterior - CADEPEX, no caso de anúncio complexo ou de anúncio especial;

IX - Quando o proprietário não apresentar nova empresa de manutenção, se for o caso;

X - Por infringência a qualquer disposição desta lei, caso não sejam sanadas as irregularidades dentro dos prazos previstos;

XI - Pelo não atendimento a eventuais exigências dos órgãos competentes, em se tratando de bens e imóveis significativos.

SEÇÃO IV DO CADASTRO DE ANÚNCIOS - CADAN

Art. 46 - O licenciamento do anúncio implica no seu registro no Cadastro de Anúncios - CADAN, criado pela Lei nº 8.730, de 7 de junho de 1978.

§ 1º - O registro no Cadastro de Anúncios - CADAN poderá ser promovido de ofício.

§ 2º - Na hipótese do parágrafo anterior, o proprietário do anúncio ou o proprietário, ou possuidor, do imóvel onde este estiver instalado, será notificado a prestar as declarações e apresentar os documentos necessários previstos nesta lei.

Art. 47 - O registro de ofício no Cadastro de Anúncios - CADAN não implica o reconhecimento da regularidade do anúncio.

Art. 48 - O anúncio deverá ser identificado através do número de seu Alvará de Instalação ou de sua Licença.

§ 1º - A identificação do anúncio deverá oferecer condições de perfeita legibilidade ao nível do pedestre, salvo na hipótese de anúncios instalados em cobertura ou em locais fora do seu alcance visual.

§ 2º - As normas relativas à identificação do anúncio serão objeto de regulamentação a ser expedida pelo Executivo.

SEÇÃO V DOS RESPONSÁVEIS PELO ANÚNCIO

Art. 49 - São solidariamente responsáveis pelo anúncio:

I - O proprietário do anúncio;

II - O proprietário e o possuidor do imóvel onde o anúncio estiver instalado.

III - O anunciante.

§ 1º - Quanto à segurança e aos aspectos técnicos referentes à instalação, também é responsável a empresa instaladora.

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

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

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

Art. 50 - A empresa de manutenção deverá informar ao órgão competente quando deixar de prestar a manutenção do anúncio, sob pena de continuar com a responsabilidade sobre o anúncio perante a Municipalidade.

Art. 51 - Se a empresa de manutenção deixar de prestar a manutenção do anúncio, o proprietário do anúncio deverá, de imediato, apresentar outra empresa, sob pena de cancelamento da licença.

SEÇÃO VI DAS INSTÂNCIAS ADMINISTRATIVAS

Art. 52 - Para apreciação e decisão da matéria tratada nesta lei, serão observadas as seguintes instâncias administrativas:

- I - No âmbito da competência da Secretaria da Habitação e Desenvolvimento Urbano - SEHAB:
 - a) Diretor de Divisão Técnica;
 - b) Diretor de Departamento Técnico;
 - c) Secretário da Habitação e Desenvolvimento Urbano;
 - d) Comissão de Proteção à Paisagem Urbana - CPPU;
 - e) Prefeito;
- II - No âmbito da competência da Secretaria das Administrações Regionais - SAR:
 - a) Supervisor de Uso e Ocupação do Solo;
 - b) Administrador Regional;
 - c) Secretário das Administrações Regionais;
 - d) Comissão de Proteção à Paisagem Urbana - CPPU;
 - e) Prefeito.

CAPÍTULO II DAS INFRAÇÕES E PENALIDADES

Art. 53 - Para os fins desta lei, consideram-se infrações:

- I - Exibir anúncio:
 - a) sem a necessária licença, alvará de instalação ou autorização, salvo nos casos previstos no artigo 40;
 - b) em desacordo com as dimensões e características aprovadas;
 - c) fora do prazo constante da licença, do alvará de instalação ou da autorização;
 - d) sem a necessária identificação prevista no artigo 48;
- II - Manter o anúncio:
 - a) em mau estado de conservação;
 - b) em condições precárias de segurança;
- III - Não atender à intimação do órgão competente para regularização ou remoção do anúncio;
- IV - Veicular propaganda eleitoral em desacordo com o disposto na legislação federal, estadual e municipal pertinentes;
- V - Praticar qualquer outra violação às normas previstas nesta lei.

§ 1º - Para os efeitos deste artigo serão considerados infratores os responsáveis pelo anúncio, nos termos do artigo 49.

§ 2º - O enquadramento previsto no inciso II deste artigo independe da regularidade do anúncio.

Art. 54 - A inobservância das disposições desta lei sujeita os infratores às seguintes penalidades:

I - Responsáveis pelo anúncio:

- a) multa;
- b) cancelamento da licença;
- c) remoção do anúncio;

II - Empresas instaladora e de manutenção: suspensão do registro no Cadastro de Empresas de Publicidade Exterior - CADEPEX, por prazo não superior a 1 (hum) ano, até ser sanada a irregularidade que a motivou, sob pena de cancelamento definitivo do registro.

Parágrafo único - Sem prejuízo das demais penalidades cabíveis, a Municipalidade comunicará ao órgão federal fiscalizador do exercício profissional qualquer irregularidade que envolver os responsáveis técnicos pelo anúncio.

Art. 55 - As multas serão aplicadas da seguinte forma:

I - Primeira multa correspondente a 500 (quinhentas) UFIR's (Unidade Fiscal de Referência);

II - Persistindo a infração após a aplicação da primeira multa e da intimação de que trata o artigo 56, sem que sejam respeitados os prazos previstos no artigo 57, será aplicada uma multa correspondente a 1.000 (mil) UFIR's (Unidade Fiscal de Referência) e re aplicada a cada 15 (quinze) dias a partir da lavratura da multa anterior, até a efetiva regularização ou remoção do anúncio.

§ 1º - No caso do anúncio apresentar risco iminente, a segunda multa, bem como as re aplicações subsequentes, se darão a cada 24 (vinte e quatro) horas a partir da lavratura da multa anterior.

§ 2º - As multas serão aplicadas em quantidade de Unidade Fiscal de Referência - UFIR no valor apurado à data da constatação da infração, que deve corresponder à data da lavratura da respectiva multa.

Art. 56 - Na aplicação da primeira multa, o infrator será intimado a regularizar o anúncio ou a removê-lo, quando for o caso, dentro dos prazos estabelecidos no artigo 57, sem prejuízo da aplicação das demais penalidades cabíveis.

§ 1º - Na hipótese do infrator não proceder à regularização ou remoção do anúncio instalado irregularmente, a Municipalidade poderá adotar as medidas tendentes à sua retirada, cobrando os custos correlatos do responsável pelo anúncio, independentemente da aplicação das multas e das demais sanções cabíveis.

§ 2º - A Municipalidade não será responsável por eventuais danos causados ao anúncio, quando for obrigada a removê-lo.

Art. 57 - A regularização ou remoção do anúncio deverá ser promovida nos seguintes prazos, a contar da data da intimação:

- I - 30 (trinta) dias, no caso de anúncio complexo e anúncio especial;
- II - 15 (quinze) dias, no caso dos demais anúncios;

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

§ 1º - Os prazos estabelecidos nos incisos I e II deste artigo poderão ser prorrogados uma única vez, por igual período, por motivo de força maior devidamente comprovado, mediante requerimento do interessado.

§ 2º - O poder público poderá interditar e providenciar a remoção imediata do anúncio, quando este apresentar risco iminente de segurança.

TÍTULO IV DAS COMPETÊNCIAS

Art. 58 - Compete à Secretaria da Habitação e Desenvolvimento Urbano - SEHAB:

I - Aprovar, licenciar e cadastrar os anúncios complexos e especiais;

II - Inscrever anúncios, de ofício, no Cadastro de Anúncios - CADAN;

III - Proceder o re enquadramento de trechos de vias e logradouros, nos termos do artigo 3º;

IV - Apreciar e decidir sobre a matéria objeto desta lei, nos termos do artigo 52.

Art. 59 - Mantidas as suas demais competências, cabe à Comissão de Proteção à Paisagem Urbana - CPPU, para os fins desta lei:

- I - Emitir parecer quanto aos aspectos técnicos dos anúncios de finalidade cultural;
- II - Deliberar quanto ao reequadramento de vias e logradouros nas hipóteses passíveis de dúvida;
- III - Deliberar quanto à aplicação dos dispositivos desta lei nas situações não previstas ou passíveis de dúvida;

IV - Expedir atos normativos sobre anúncios, paisagem e meio ambiente.

Art. 60 - Compete à Secretaria das Administrações Regionais - SAR:

- I - (VETADO)
- II - Receber a comunicação de colocação de anúncios transitórios;

III - Fiscalizar os anúncios em geral;

IV - Aplicar as sanções previstas nesta lei e na legislação pertinente;

V - Tomar diretamente as providências administrativas necessárias, de acordo com a situação e, na hipótese de providências policiais ou judiciais, encaminhar o caso aos órgãos competentes;

VI - Apreciar e decidir sobre a matéria objeto desta lei, nos termos do artigo 52.

Art. 61 - Compete concorrentemente à Secretaria da Habitação e Desenvolvimento Urbano - SEHAB e à Secretaria das Administrações Regionais - SAR:

I - Efetuar vistorias em geral, levantamentos e avaliações relativos a anúncios;

II - Promover diretamente, ou por intermédio dos órgãos competentes, as medidas administrativas cabíveis;

III - Iniciar processo administrativo para apuração de infrações decorrentes da inobservância desta lei.

Art. 62 - Compete à Secretaria Municipal de Cultura - SMC:

I - Emitir parecer quanto à classificação dos anúncios de finalidade cultural;

II - Deliberar quanto às características e parâmetros, e quanto ao prazo de validade de licenças a serem observados no Nível I;

III - Emitir parecer favorável no caso de instalação de anúncio em Bem e Imóvel Significativo localizado em Área Integrante de Nível II;

IV - Emitir parecer, no âmbito de suas atribuições, quanto ao enquadramento das situações não previstas ou passíveis de dúvidas.

Art. 63 - Compete à Secretaria Municipal do Planejamento - SEMPLA emitir parecer sobre o enquadramento das situações não previstas ou passíveis de dúvidas, atinentes aos níveis e sua relação com a legislação de uso e ocupação do solo.

TÍTULO V DAS DISPOSIÇÕES TRANSITÓRIAS E FINAIS

Art. 64 - As licenças expedidas sob a vigência das legislações anteriores, sem prazo determinado, terão validade até 30 de junho de 1997.

Parágrafo único - Expirado o prazo de validade previsto neste artigo, a licença estará vencida e o respectivo anúncio será considerado irregular, devendo ser requerido novo licenciamento, nos termos da legislação em vigor.

Art. 65 - As licenças expedidas sob a vigência das legislações anteriores, com prazo determinado, terão sua validade respeitada.

Parágrafo único - Vencido o prazo de validade da licença, o respectivo anúncio será considerado irregular, devendo ser requerido novo licenciamento, nos termos da legislação em vigor.

Art. 66 - A Secretaria da Habitação e Desenvolvimento Urbano - SEHAB promoverá as medidas necessárias para viabilizar a aplicação, em sistema computadorizado, das normas desta lei.

Art. 67 - A Secretaria da Habitação e Desenvolvimento Urbano - SEHAB e a Secretaria das Administrações Regionais - SAR fixarão, por portaria, a padronização dos modelos de requerimentos e demais documentos necessários.

Art. 68 - A forma de implantação do Cadastro de Empresas de Publicidade Exterior - CADEPEX será determinada pela Secretaria da Habitação e Desenvolvimento Urbano - SEHAB.

Parágrafo único - Enquanto não for implantado o Cadastro de Empresas de Publicidade Exterior - CADEPEX, ficam os interessados, para os pedidos de licenciamento de anúncios, dispensados do atendimento das exigências referentes ao mencionado cadastro, devendo apresentar prova de inscrição no Conselho Regional de Engenharia, Arquitetura e Agronomia - CREA.

Art. 69 - Os pedidos de licenciamento de anúncios protocolados anteriormente à data da publicação desta lei serão analisados nos termos da legislação anterior.

Art. 70 - O Poder Executivo poderá celebrar termo de cooperação com a iniciativa privada, visando à execução e manutenção de melhorias urbanas, ambientais e paisagísticas, e à conservação de áreas públicas, 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 destas placas na paisagem.

§ 2º - Nos casos em que, em função da celebração de termo de cooperação, for permitida a instalação de publicidade em bens públicos municipais de uso comum, deverão ser observadas as normas gerais desta lei e as disposições a serem estabelecidas em decreto do Executivo.

§ 3º - Os termos de cooperação previstos no parágrafo anterior terão prazo de validade de no máximo 4 (quatro) anos e deverão ser publicados na íntegra no Diário Oficial do Município, no prazo máximo de 30 (trinta) dias da sua assinatura.

Art. 71 - O Poder Executivo deverá efetuar, no prazo máximo de 1 (hum) ano, a partir da data da regulamentação desta lei, levantamento dos anúncios no Município para avaliar a efetiva observância das normas estabelecidas na presente lei.

Parágrafo único - Para o atendimento do previsto neste artigo, o Poder Executivo poderá celebrar convênios com entidades de classe.

Art. 72 - O Poder Executivo poderá firmar convênio com entidade de classe para a implantação de cadastros profissionais de empresas de publicidade exterior, ou outros que promovam a agilização da observância desta lei.

Art. 73 - O conteúdo das mensagens publicitárias objeto dos anúncios referidos nesta lei, ou de qualquer outro tipo de publicidade veiculada em locais ou bens destinados à prestação de serviço público, não é de responsabilidade da Municipalidade, passando a ser regulado, exclusivamente, pelo Código de Auto-regulamentação Publicitária.

Art. 74 - Faz parte integrante desta lei o Quadro Anexo único.

Art. 75 - O Executivo regulamentará a presente lei no prazo de 180 (cento e oitenta) dias após sua publicação.

Art. 76 - As despesas com a execução desta lei correrão por conta das dotações orçamentárias próprias.

Art. 77 - A instalação de anúncio na Área Especial de Intervenção definida no Decreto nº 33.389, de 14 de julho de 1993, excluída a área delimitada pelo Decreto nº 33.394, de 14 de julho de 1993, deverá atender às disposições estabelecidas na presente lei.

Art. 78 - Ficam mantidas as disposições dos Decretos nº 33.389, nº 33.390, nº 33.391, nº 33.392, nº 33.393, nº 33.394 e nº 33.395, todos de 14 de julho de 1993, e o Decreto nº 35.249, de 27 de junho de 1995, observadas as disposições da presente lei.

Art. 79 - Esta lei entrará em vigor na data de sua publicação, revogadas as disposições em contrário, em especial, as Leis nº 5.673, de 24 de dezembro de 1959, nº 8.386, de 26 de abril de 1976, nº 8.627, de 12 de outubro de 1977, nº 8.793, de 28 de setembro de 1978, nº 9.839, de 4 de janeiro de 1985, nº 10.057, de

30 de abril de 1986 e nº 10.449, de 21 de março de 1988, nos pontos em que contrariarem as disposições contidas na presente lei.

PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE SÃO PAULO, aos 28 de junho de 1996, 443ª da fundação de São Paulo.
PAULO MALUF, PREFEITO
MÔNICA HERMAN SALEM CAGGIANO, Secretária dos Negócios Jurídicos
JOSÉ ANTONIO DE FREITAS, Secretário das Finanças
RODOLFO OSVALDO KONDER, Secretário Municipal de Cultura

ARTHUR ALVES PINTO, Secretário das Administrações Regionais

LAIR ALBERTO SOARES KRAHENBUHL, Secretário da Habitação e Desenvolvimento Urbano
ROBERTO PAULO RICHTER, Respondendo pelo Expediente da Secretaria Municipal do Planejamento
Publicada na Secretaria do Governo Municipal, em 28 de junho de 1996.

EDEVALDO ALVES DA SILVA, Secretário do Governo Municipal

ANEXO ÚNICO INTEGRANTE À LEI Nº 12.115 DE 28 DE JUNHO DE 1996

POSICÕES RELATIVAS À EDIFICAÇÃO E AO LOTE E ÁREAS MÁXIMAS													
IMÓVEL EDIFICADO													
IMÓVEL NÃO EDIFICADO													
QUOTAS													
ÁREA LIVRE													
NA FACHADA DA EDIFICAÇÃO													
PARALELO PERPENDICULAR													
NÍVEL	LOCALIZAÇÃO DO IMÓVEL	ALTURA MÍNIMA (H MIN)	ALTURA MÁXIMA (H MAX)	ALTURA MÍNIMA (H MIN)	ALTURA MÁXIMA (H MAX)	ALTURA MÍNIMA (H MIN)	ALTURA MÁXIMA (H MAX)	ÁREA MÁX DE CADA ANÚNCIO	QUOTAS	ALTURA MÍNIMA (H MIN)	ALTURA MÁXIMA (H MAX)	ÁREA MÁX DE CADA ANÚNCIO	QUOTAS
NÍVEL I	Bens e imóveis significativos	DEFINIDOS CASO A CASO PELO ÓRGÃO MUNICIPAL COMPETENTE											
NÍVEL II	Áreas de especial interesse, de operações urbanas e processos de reurbanização	DEFINIDOS CASO A CASO MEDIANTE LEI MUNICIPAL (a)											
NÍVEL III	Z1, Z9, Z10, Z13, Z14, Z15, Z16, Z17, Z18, Z8 CR1 - I, Z8 CRS, Z8 CR 8 e Z8 100 (b)	2,20 m	6,00 m (c)	2,80 m	6,00 m (c)	sem restrição	9,00 m	6,00 m2	1,0	2,20 m	9,00 m	6,00 m2	1,0
NÍVEL IV	Z2, Z8, Z11, Z8 CR2	2,20 m		2,80 m		sem restrição		30,00 m2		2,20 m		30,00 m2	
NÍVEL V	Z3 E Z12		9,00 m (c)		9,00 m (c)		15,00 m	40,00 m2	3,0		15,00 m	40,00 m2	3,0
NÍVEL VI	Z4, Z5, Z6, Z7, Z19 e Z8 CR3							sem restrição (d)	4,0			sem restrição (d)	4,0

OBSERVAÇÕES:

a - Ver parágrafo 5º do artigo 3º, desta lei.

b - A instalação de anúncios em áreas integrantes de Z1 e Z15 só será admitida quando o uso da edificação for tolerado, e título precário, conforme previsto na legislação de uso e ocupação do solo contendo mensagens relativas a atividade exercida no local.

c - Exceto anúncios enquadrados no artigo 11 desta Lei.

d - Desde que não ultrapasse a quota.

Publicado no D.O.M.

de 29 / 06 / 96

página 1-4 com todas

conferido

DECRETO

Folha nº 92 do proc.
Nº 406 de 02

Adelina Ciccone - Ass. Parlamentar
RF. 100.406

36.646

de: 18.12.96

DECRETO Nº 36.646, DE 18 DE DEZEMBRO DE 1996.

Regulamenta a Lei nº 12.115, de 28 de junho de 1996.

PAULO MALUF, Prefeito do Município de São Paulo, nas atribuições que lhe são conferidas por lei,

DECRETA:

Art. 1º - Nos termos do artigo 2º, inciso II, alínea "1", da Lei nº 12.115, de 28 de junho de 1996, não é considerado anúncio o veículo de comunicação visual com área de exposição igual ou inferior a 0,50 m² (meio metro quadrado) desde que não disponha de dispositivo mecânico, seja instalado paralelamente à fachada ou alinhamento do imóvel, apresente altura máxima (Hmax) igual ou inferior a 3,00 m (três metros) e seja único deste tipo no imóvel.

§ 1º - Enquadra-se na condição descrita no "caput" deste artigo apenas o primeiro veículo de comunicação visual que for cadastrado, em relação ao imóvel, junto ao Cadastro de Anúncios - CADAN, apresentando características mencionadas.

§ 2º - Os veículos de comunicação visual forem cadastrados posteriormente no mesmo imóvel, apresentando as características mencionadas no "ut" deste artigo, serão classificados como anúncios "verão" ser licenciados, tendo em vista não serem o deste tipo no imóvel.

Art. 2º - Cobertura de Edificação é a superfície situada acima do último andar, limitada ao maior perímetro da laje do teto, desconsiderando-se o ático.

Art. 3º - Nos casos em que forem delimitadas por lei áreas de especial interesse, de operações urbanas e processos de reurbanização, assim definidos no parágrafo 5º do artigo 3º da Lei nº 12.115, de 28 de junho de 1996, será solicitada manifestação técnica da Comissão de Proteção à Paisagem Urbana - CPPU, que avaliará a necessidade técnica de se incluir regulamentação específica para os anúncios a serem instalados nessas áreas, estipulando, em caso positivo, as devidas regras.

Art. 4º - O reequadramento da faces de quadras de vias e logradouros integrantes dos níveis III, IV e V, em outro nível mais permissivo, previsto no artigo 3º, parágrafo 6º, da Lei nº 12.115, de 28 de junho de 1996, será feito pelo Departamento de Cadastro Setorial - CASE, através de despacho a ser publicado no Diário Oficial do Município.

§ 1º - O interessado deverá requerer o reequadramento em expediente próprio, apresentando:

- a) identificação do imóvel, através do Setor, Quadra, Lote (SQL), onde pretende instalar o anúncio;

- b) croquis de localização dos lotes que representem mais de 50% (cinquenta por cento) da extensão da face da quadra ocupada com uso não residencial;

- c) fotografias que permitam a visualização da área em questão, evidenciando o uso não residencial da face da quadra;

- d) indicação do nível no qual requer-se a face da quadra reequadrada.

§ 2º - A ocorrência de 50% (cinquenta por cento) de uso não residencial será verificada mediante o somatório das testadas dos lotes ocupados com uso não residencial, dividido pelo comprimento da face da quadra.

§ 3º - No cálculo do somatório referido no parágrafo anterior e do comprimento da face da quadra não serão computadas as testadas de praças, parques, cemitérios e imóveis não edificados.

§ 4º - Não será admitido o reequadramento de faces de quadra integrantes de vias e logradouros para os quais a legislação de uso e ocupação do solo estabeleça disposições específicas referentes à colocação de anúncio.

§ 5º - No caso de indeferimento do pedido, o interessado terá o prazo de 15 (quinze) dias corridos, contados da publicação do despacho, para recurso, obedecidas as instâncias administrativas previstas no artigo 52 da Lei nº 12.115, de 28 de junho de 1996.

§ 6º - No caso de deferimento do pedido, após a publicação do despacho, o Departamento de Cadastro Setorial - CASE tomará as providências administrativas necessárias.

§ 7º - Após o reequadramento da face da quadra, o interessado poderá requerer o licenciamento do anúncio, em expediente próprio.

§ 8º - A Comissão de Proteção à Paisagem Urbana - CPPU deliberará, analisando os níveis, as características e parâmetros previstos na Lei nº 12.115, de 28 de junho de 1996, quanto ao reequadramento das faces de quadras de vias e logradouros nas hipóteses passíveis de dúvidas.

§ 9º - Os reequadramentos de vias e logradouros feitos nos termos da legislação anterior serão considerados apenas na análise dos pedidos de licenciamento protocolados anteriormente à publicação da Lei nº 12.115, de 28 de junho de 1996.

Art. 5º - Anúncio "simples" é aquele que possui área total igual ou inferior a 5,00 m² (cinco metros quadrados), altura máxima (Hmax) igual ou inferior a 4,00 m (quatro metros), e não se enquadra em quaisquer das disposições previstas nos incisos I a VI do artigo 7º da Lei nº 12.115, de 28 de junho de 1996.

Art. 6º - A colocação de anúncio "simples" fica sujeita ao licenciamento prévio da Secretaria da Habitação e Desenvolvimento Urbano - SEHAB.

Art. 7º - O anúncio instalado na fachada será considerado paralelo quando sua superfície de exposição estiver posicionada paralelamente em relação ao plano da fachada e a uma distância de, no máximo, 0,30 m (trinta centímetros).

Parágrafo único - No cálculo da distância mencionada no "caput" deste artigo deverá ser considerada a estrutura de sustentação do anúncio.

Art. 8º - O anúncio instalado na fachada será considerado perpendicular quando suas superfícies de exposição estiverem posicionadas perpendicularmente em relação ao plano da fachada, devendo sua espessura ser igual ou inferior a 0,40 m (quarenta centímetros).

Parágrafo único - Não serão permitidos anúncios oblíquos ou especiais, inclusive na forma de marquises, não constantes de projeto de edificação aprovado.

Art. 9º - A altura (H) do anúncio instalado na cobertura de edificação deverá ser igual ou inferior ao valor obtido pela aplicação das fórmulas estabelecidas no inciso III do artigo 13 da Lei nº 12.115, de 28 de junho de 1996, observado o arredondamento para mais, no caso de valor fracionado.

Art. 10 - Os anúncios instalados em imóveis destinados a "shopping centers", hipermercados, centros de feiras e salões, centros de lazer e atividades similares, serão classificados e analisados nos termos do disposto nos artigos 22 e 37 da Lei nº 12.115, de 28 de junho de 1996, devendo atender aos parâmetros definidos no seu Quadro Anexo.

§ 1º - Quando os imóveis mencionados no "caput" deste artigo apresentarem área de terreno superior a 5.000,00 m² (cinco mil metros quadrados), deverá ser obedecida a cota máxima de 4,0 (quatro).

§ 2º - Nos casos previstos no parágrafo 1º, as características e parâmetros definidos no Quadro Anexo da Lei nº 12.115, de 28 de junho de 1996, poderão ser alterados, caso a caso, a critério da Comissão de Proteção à Paisagem Urbana - CPPU, obedecida a cota máxima de 4,0 (quatro).

§ 3º - Os anúncios instalados no interior das edificações existentes nos imóveis mencionados no "caput" deste artigo estão isentos do cadastro e licenciamento, desde que atendido o disposto no artigo 4º da Lei nº 12.115, de 28 de junho de 1996.

Art. 11 - Nos casos dos imóveis não cadastrados no Sistema TPCL do Município, a inexistência do número do contribuinte do Imposto Predial e Territorial Urbano - IPTU no requerimento não impede o cadastramento e o licenciamento dos anúncios.

Art. 12 - O pedido de licenciamento de anúncio complexo e de anúncio especial será analisado pelo Departamento de Cadastro Setorial - CASE.

§ 1º - Verificado o atendimento aos parâmetros técnicos previstos na legislação, o processo será encaminhado ao Departamento de Controle do Uso de Imóveis - CONTRU, para a análise dos aspectos de segurança e emissão de parecer técnico.

§ 2º - Havendo parecer desfavorável do CONTRU, o processo será devolvido ao CASE, para despacho de indeferimento.

§ 3º - Havendo parecer favorável do CONTRU, o processo será devolvido ao CASE, para expedição de Alvará de Instalação de Anúncio.

§ 4º - Após retirar o Alvará de Instalação de Anúncio, o interessado deverá apresentar os documentos previstos no artigo 36 da Lei nº 12.115, de 28 de junho de 1996.

§ 5º - Verificado, pelo CONTRU, que o anúncio se encontra instalado em conformidade com o Alvará de Instalação de Anúncio, o pedido de licenciamento será devolvido ao CASE para deferimento e expedição da Licença de Anúncio.

Art. 13 - Nos anúncios simples, complexos e especiais deverá ser inscrito o respectivo número da Licença de Anúncio ou do Alvará de Instalação de Anúncio, expedido pelo Departamento de Cadastro Setorial - CASE, bem como o número de inscrição, no Cadastro de Contribuintes Mobiliários - CCM, do proprietário do anúncio.

§ 1º - Os números da Licença ou do Alvará de Instalação e do CCM poderão ser reproduzidos no anúncio através de pintura, adesivo, autocolante ou, ainda, ser incorporado ao anúncio como parte integrante de seu material e confecção, devendo sempre apresentar condições análogas às do próprio anúncio, no tocante à resistência e durabilidade.

§ 2º - Os números da Licença ou do Alvará de Instalação e do CCM deverão estar em posição destacada em relação às outras mensagens que integram o conteúdo do anúncio.

§ 3º - Os anúncios instalados em cobertura de edificação ou em locais fora do alcance visual do pedestre deverão também ter os números da Licença ou do Alvará de Instalação e do CCM afixados, permanentemente, no acesso principal da edificação ou do imóvel em que se encontrem, e mantidos em posição visível para o público, de forma destacada e separada de outros veículos de comunicação visual eventualmente afixados no local.

§ 4º - A inscrição dos números da Licença ou do Alvará de Instalação e do CCM deverá oferecer perfeitas condições de legibilidade ao nível do pedestre, mesmo a distância, salvo nas hipóteses referidas no parágrafo anterior.

Art. 14 - Além da obrigatoriedade de identificação do anúncio, através da inscrição dos números da Licença ou do Alvará de Instalação e do Cadastro de Contribuintes Mobiliários - CCM, o responsável pelo anúncio deverá manter, à disposição da fiscalização, a documentação comprobatória da regularidade junto ao Cadastro de Anúncios - CADAN, da inscrição no Cadastro de Contribuintes Mobiliários - CCM e dos pagamentos da Taxa de Fiscalização de Anúncio - TFA.

Art. 15 - O pedido de autorização para colocação de anúncio de finalidade cultural será requerido em expediente próprio, devendo ser analisado e decidido pela Comissão de Proteção à Paisagem Urbana - CPPU, após parecer favorável da Secretaria Municipal de

Cultura - SMC, nos termos do artigo 25 da Lei nº 12.115, de 28 de junho de 1996.

Art. 16 - O pedido de licenciamento de anúncio instalado em imóvel integrante do nível I será encaminhado à Secretaria Municipal de Cultura - SMC ou à Secretaria Municipal de Planejamento - SEMPLA, ou a ambas, conforme o caso, para análise e parecer técnico, nos termos do disposto nos artigos 62 e 63 da Lei nº 12.115, de 28 de junho de 1996, e seu Quadro Anexo.

§ 1º - Os documentos e demais informações eventualmente necessários para a análise do pedido deverão ser solicitados pela Secretaria Municipal de Cultura - SMC ou pela Secretaria Municipal de Planejamento - SEMPLA, conforme o caso, através de "comunique-se" ao interessado.

§ 2º - Havendo parecer favorável, o processo será devolvido ao Departamento de Cadastro Setorial - CASE, da Secretaria da Habitação e Desenvolvimento Urbano - SEHAB, para prosseguimento, nos termos do disposto nos artigos 26 a 39 da Lei nº 12.115, de 28 de junho de 1996.

§ 3º - Havendo parecer desfavorável, o processo será devolvido ao Departamento de Cadastro Setorial - CASE, da Secretaria da Habitação e Desenvolvimento Urbano - SEHAB, para indeferimento do pedido.

§ 4º - A análise dos pedidos previstos no "caput" deste artigo não está sujeita aos prazos estabelecidos no artigo 40 da Lei nº 12.115, de 28 de junho de 1996.

Art. 17 - No caso de pedido de licenciamento de anúncio instalado em imóvel tombado ou preservado pelo Estado, o interessado será comunicado para apresentar a anuência do Conselho de Defesa do Patrimônio Histórico, Arqueológico, Artístico e Turístico do Estado - CONDEPHAAT, no prazo de 180 (cento e oitenta) dias.

§ 1º - O não atendimento do "comunique-se" ou a apresentação de parecer desfavorável do CONDEPHAAT acarretará o indeferimento do pedido.

§ 2º - A apresentação da anuência do CONDEPHAAT, no prazo estabelecido, acarretará o prosseguimento da análise do pedido, nos termos do disposto nos artigos 26 a 39 da Lei nº 12.115, de 28 de junho de 1996.

§ 3º - A análise dos pedidos previstos no "caput" deste artigo não está sujeita aos prazos estabelecidos no artigo 40 da Lei nº 12.115, de 28 de junho de 1996.

Art. 18 - O cancelamento da Licença de Anúncio, previsto no artigo 45 da Lei nº 12.115, de 28 de junho de 1996, será feito pelo Departamento de Cadastro Setorial - CASE, e publicado no Diário Oficial do Município.

§ 1º - O proprietário do anúncio poderá recorrer do cancelamento da licença, no prazo de 15 (quinze) dias corridos, a contar da data da sua publicação.

§ 2º - Somente o proprietário do anúncio poderá solicitar, junto ao CASE, o cancelamento da licença, mediante requerimento padronizado.

Art. 19 - Para os efeitos do disposto no artigo 55, II, e artigo 56, § 1º, e artigo 57, da Lei nº 12.115, de 28 de junho de 1996, considera-se efetivada a regularização do anúncio quando da expedição do Alvará de Instalação de Anúncios, da Licença de Anúncio ou da Autorização, conforme o caso, não sendo suficiente o simples protocolamento do pedido de licenciamento.

Art. 20 - Os pedidos de licenciamento de anúncio protocolados até 28 de junho de 1996 serão analisados nos termos da legislação então vigente, conforme disposto no artigo 69 da Lei nº 12.115, de 28 de junho de 1996.

Art. 21 - As licenças expedidas para os anúncios instalados em imóveis localizados na área delimitada pelo Decreto nº 33.354, de 14 de julho de 1993, terão prazo de validade de 3 (três) anos.

Art. 22 - A ação fiscalizatória visando a remoção ou regularização dos anúncios irregulares deve prosseguir nos termos dos artigos 53 a 57 da Lei nº 12.115, de 28 de junho de 1996, observando-se a nova classificação prevista no artigo 7º.

Art. 23 - Este decreto entrará em vigor na data de sua publicação, revogadas as disposições em contrário.

PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE SÃO PAULO, aos 18 de dezembro de 1996, 443º da fundação de São Paulo.
PAULO MALUF, PREFEITO
MÔNICA KERNAN SALEM CAGGIANO, Secretária dos Negócios Jurídicos
JOSÉ ANTONIO DE FREITAS, Secretário das Finanças
RODOLFO OSVALDO KONDER, Secretário Municipal de Cultura
ARTHUR ALVES PINTO, Secretário das Administrações Regionais
LAIR ALBERTO SOARES KRAHENBUHL, Secretário da Habitação e Desenvolvimento Urbano
ROBERTO PAULO RICHTER, Respondendo pelo Expediente da Secretaria Municipal de Planejamento
Publicado na Secretaria do Governo Municipal, em 18 de dezembro de 1996.
EDEVALDO ALVES DA SILVA, Secretário do Governo Municipal

Publicado no D.O.M.
de 19/12/1996
página 3-4 colunas 23, 1
encerrado

Retificação da publicação do dia 19/dezembro/1996

Decreto nº 36.646, de 18 de dezembro de 1996

No Art. 1º - § único - Leia-se como segue e não como consta:

.....anúncios oblíquos ou espaciais, inclusive.....

Publicado no D.O.M.
de 21/12/1996
página 2 coluna 1

Folha nº 94 do proc:
Nº 406 - 3º or
Adelina Cicone - Ass. Parlamentar
RF. 100.406
36.646

Republicação da retificação do dia 21/dezembro/1996
Decreto nº 36.646, de 19 de dezembro de 1996
No Art. 8º - Parágrafo único - Leia-se como segue e não
como constou:
.....anúncios oblíquos ou espaciais, inclusive.....

Publicado no D.O.JA.
de 24 : 12.12.96
página 1 coluna 1
conferido.

PORTARIA NÚMERO 421 DE 15/05/01

HABITAÇÃO E DESENVOLVIMENTO URBANO

Secretário: LUIZ PAULO TEIXEIRA FERREIRA

R. São Bento, 406 - 22º andar - PAIX-232-1733 - Centro

E-MAIL: sehabygob@prodam.pmsp.sp.gov.br

GABINETE DO SECRETÁRIO

PORTARIA n.º 421/2001/SEHAB-G

PAULO TEIXEIRA, Secretário da Habitação e Desenvolvimento Urbano, no uso das atribuições que lhe são conferidas por Lei, e

Considerando o disposto no artigo 42 da Lei n.º 12.115, de 28 de junho de 1.996;

Considerando o disposto no Quadro Anexo Único da Lei n.º 12.115/96, quanto aos anúncios instalados em imóveis integrantes do Nível I;

Considerando o disposto nos artigos 16 e 17 do Decreto n.º 36.646/96;

Considerando a implantação do módulo de renovação de anúncios simples do Sistema de Gerenciamento do Cadastro de Anúncios - Sisgecan na Internet,

RESOLVE:

1 - O procedimento para renovação das licenças de anúncio deverá atender às disposições constantes da Lei n.º 12.115/96 e desta Portaria.

2 - Somente serão renovadas as licenças de anúncios que atenderem às seguintes condições:

2.1. licenças emitidas sob a vigência da Lei n.º 12.115/96;

2.2. licenças com prazo de validade em vigor na data do protocolo do pedido de renovação;

2.3. anúncios que atendam à legislação vigente que rege a matéria.

3 - O pedido de renovação da licença de anúncio simples poderá ser feita da seguinte forma:

3.1. atuação em processo administrativo junto à Sehab-22, Av. São João, 11, loja 11 dos documentos abaixo relacionados:

a. Requerimento com declaração de que não houve alteração nas características do anúncio constantes na licença original, conforme modelo anexo - folha "A";

b. cópia da Ficha de Inscrição do Cadastro de Contribuintes Mobiliários - CCM;

c. cópia da licença a ser renovada.

3.2. cadastramento via requerimento eletrônico na Internet no endereço www.prodam.sp.gov.br.

4 - No caso de atuação conforme item 3.1, o interessado deverá recolher o preço de serviço em guia própria, a ser retirada em Sehab-22, Av. São João, 11, loja 11.

5 - No caso de renovação via Internet, o interessado deverá:

5.1. Entrar no endereço indicado no item 3.2 e informar o número da licença do anúncio no campo indicado;

5.2. No caso de sucesso na entrada, e confirmada a operação pelo requerente, o sistema fornecerá um número de protocolo, que permitirá ao mesmo, após 24 horas e até 15 dias do cadastramento, consultar no mesmo endereço na Internet o resultado da operação realizada.

6 - A renovação via Internet poderá resultar em:

6.1. Licença de Anúncio, caso tenham sido atendidas as posturas legais em vigor;

6.2. Mensagem para o requerente comparecer à Sehab-22, para atuar em forma de processo administrativo o requerimento de renovação - folha "A", acompanhado dos documentos apontados no item 3.1, por se tratar de anúncio a ser instalado em imóvel integrante do Nível I, nos termos do item "a" do artigo 3.º da Lei n.º 12.115/96, ou ainda por requerer análise caso a caso.

7 - O requerimento de renovação de licença de anúncios complexos ou especiais deverá ser protocolado e autuado em Sehab-22, acompanhado dos seguintes documentos:

7.1. os documentos relacionados no item 3.1 supra;

7.2. declaração atestando as condições de segurança, de acordo com o disposto no art. 5.º da Lei n.º 12.115/96, assim como a observância das normas técnicas vigentes, conforme modelo anexo - folha "B";

7.3. apólice de seguro devidamente atualizada;

7.4. foto caracterizando perfeitamente o anúncio;

7.5. indicação da empresa de manutenção registrada no CREA e no Cadepex;

7.6. cópia da ART e da carteira do CREA dos responsáveis técnicos pela parte elétrica e/ou estrutural indicados na folha "B" do modelo anexo, quando estes não estiverem cadastrados como responsáveis técnicos pela empresa de manutenção indicada no Cadastro de Empresas de Publicidade Exterior - Cadepex.

8 - Os requerimentos que não forem acompanhados da documentação exigida nos itens 3 e/ou 7 serão indeferidos.

9 - O requerimento de renovação de licença de anúncio instalado em imóvel integrante do Nível I, após ser protocolado e autuado em Sehab-22, será encaminhado por Causa 1 à Secretaria Municipal de Cultura - SMC ou à Secretaria Municipal de Planejamento - Sempla, ou a ambas conforme caso para análise e parecer técnico, nos termos do disposto nos artigos 62 e 63 da Lei n.º 12.115/96 e seu Quadro Anexo.

9.1. os documentos e demais informações, eventualmente necessários para análise do pedido, deverão ser solicitados pela Secretaria Municipal de Cultura - SMC ou pela Secretaria Municipal de Planejamento - Sempla, conforme o caso, através de "Comunique-se" ao interessado;

9.2. havendo parecer favorável, o processo será devolvido ao Departamento de Cadastro Setorial - Case, da Secretaria da Habitação e Desenvolvimento Urbano - Sehab, para prosseguimento, conforme o caso;

9.3. havendo parecer desfavorável, o processo será devolvido ao Departamento de Cadastro Setorial - Case, da Secretaria da Habitação e Desenvolvimento Urbano - Sehab para indeferimento do pedido.

10 - No caso de renovação de licença de anúncio instalado em imóvel tombado ou preservado pelo Estado, o interessado será comunicado para apresentar a anuência do Conselho de Defesa do Patrimônio Histórico, Arqueológico, Artístico e Turístico do Estado - Condephaat, no prazo de 180 (cento e oitenta) dias.

10.1. o não atendimento do "comunique-se" ou a apresentação de parecer desfavorável do Condephaat, acarretará o indeferimento do pedido;

10.2. apresentação da anuência do Condephaat, no prazo estabelecido, acarretará o prosseguimento da análise do pedido.

11 - As licenças que não tiverem seu pedido de renovação protocolados antes de expirar o prazo de validade de 03 (três) anos estarão automaticamente canceladas, nos termos do inciso II do artigo 45 da Lei n.º 12.115/96.

12 - O pedido de renovação poderá ser protocolado no período correspondente a 02 (dois) meses, que antecede à data do vencimento da licença.

13 - Esta Portaria entrará em vigor na data de sua publicação, revogadas as disposições em contrário, em especial a Portaria n.º 412/Sehab-G/1999.

Processo nº 95 do proc.
406 de 02

Ass. Cicone - Ass. Parlamentar
RF. 100.408

Publicado no D.O.M.

de 15/05/01

página 11 coluna 1/2

conferido

Luiz



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

96

Papel para informação, rubricado como folha n°.....

do processo n° 01-406 de 02 16 08 02 (a) Adelina

Adelina Cicone
Assistente Parlamentar
Registro 100.406

Ao Senhor Assessor Chefe,

Sobre o assunto, consta:

Em 16-08-02

Leis. 12.115/96, 12.513/97, 12.515/97.

PL. 528/95, 905/93, 1259/95, 360/97, 621/99, Arquivo

PL. 722/96, 204/99, 402/00, 579/01, 708/01, 234/02

23/00, 783/98, 527/97, 427/01 Andamento

PL0. 4/02 Andamento

Lei 12.318/97 12.964/99.


INÁCIO VEIGA
Oficial Legislativo
RF. 11.132

A Com. de Const. e Justiça

20 / 8 / 02


BRITO GANDELMAN
Assessor Tec. Leg. Chefe
A. T. M.

Recebido na Comissão de
Constituição e Justiça
Em 21.8.02 às 14:20h


FÁBIO DE CASTRO PAIVA
Secretário

Ass Nobre
relat

S
Em 16

Assão de Concilição Justiça

Presidente

SE G U E juntado nesta data, documento e papel para informação, rubricado

sob folha nº 97 e 98

Em 29 / 1 / 03

(a) *sl*



LIDO HOJE

07.11.02

PRESIDENTE

Câmara Municipal de São Paulo

Folha nº. <u>97</u> do proc.
nº <u>406</u> de <u>02</u>

INÁCIO VEIGA - Of. Legislativo
RF 11.132

PARECER CONJUNTO DAS COMISSÕES REUNIDAS DE CONSTITUIÇÃO E JUSTIÇA; DE POLÍTICA URBANA, METROPOLITANA E MEIO AMBIENTE; DE ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA; DE TRÂNSITO, TRANSPORTE E ATIVIDADE ECONÔMICA E DE FINANÇAS E ORÇAMENTO SOBRE O PROJETO DE LEI Nº 406/02

Trata-se de projeto de lei, de autoria da nobre Vereadora Myryam Athie, que disciplina o uso da paisagem urbana para fins de ordenação de anúncios.

A Lei Orgânica do Município, ao tratar do exercício da atividade econômica, estabelece, no artigo 160, inciso V, que compete ao Município regulamentar a afixação de cartazes, anúncios e demais instrumentos de publicidade. No artigo 180, a mesma Lei Orgânica estabelece que o Município deverá promover a preservação, conservação, defesa, recuperação e melhoria do meio ambiente.

O projeto em análise, além de regulamentar a afixação de anúncios, visa também promover uma organização da paisagem urbana, diminuindo o grau de poluição visual presente em todo o Município de São Paulo.

Neste contexto, o projeto em questão, encontra amparo nos artigos 13, inciso I; 37, "caput", 160, inciso V e 180 da Lei Orgânica do Município.

Opina-se, portanto, pela

LEGALIDADE.

No mérito, as Comissões designadas nada tem a opor a propositura, reconhecendo sua contribuição ao Município,

Inicialmente, o projeto visa encontrar uma forma de minorar os efeitos da poluição visual e promovendo uma melhor ordenação da paisagem urbana.

Sob o aspecto da Administração Pública, a melhor disciplina e classificação dos anúncios presentes no projeto, aumentam as possibilidades de fiscalização pelo Poder Público que poderá exercer melhor seu Poder de Polícia.

Além disso, a melhor ordenação beneficia os próprios anunciantes, que deverão submeter-se as mesmas regras, praticando a livre concorrência em condições igualitárias.

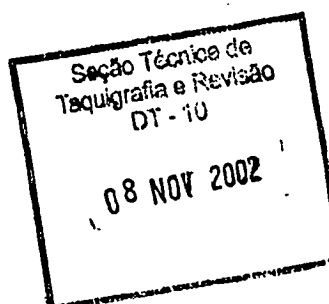
Face ao exposto, o parecer das comissões de mérito é

FAVORÁVEL

Quanto aos aspectos financeiros, a Comissão de Finanças e Orçamento nada tem a opor, uma vez que as despesas correrão por conta de dotações orçamentárias próprias.

Face ao exposto, o parecer, é

FAVORÁVEL





Câmara Municipal de São Paulo

Folha nº. 78	do proc.
nº 406	de 02

INÁCIO VEIGA - Of. Legislativo
RF 11.132

PARECER CONJUNTO DAS COMISSÕES REUNIDAS DE CONSTITUIÇÃO E JUSTIÇA; DE POLÍTICA URBANA, METROPOLITANA E MEIO AMBIENTE; DE ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA; DE TRÂNSITO, TRANSPORTE E ATIVIDADE ECONÔMICA E DE FINANÇAS E ORÇAMENTO SOBRE O PROJETO DE LEI Nº 406/02

COMISSÃO DE CONSTITUIÇÃO E JUSTIÇA

COMISSÃO DE POLÍTICA URBANA, METROPOLITANA E MEIO AMBIENTE

COMISSÃO DE ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA

Ruythie. Carlos (Assessoria)

COMISSÃO DE TRÂNSITO, TRANSPORTE E ATIVIDADE ECONÔMICA

COMISSÃO DE FINANÇAS E ORÇAMENTO

CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO
SEGUE(M) anexo(s) nesta data documento(s) rubricado(s)
sob nº 99 a 144 e folha de informação sob nº
31101/03 al CA

Adelina Cicone
Assistente Parlamentar
Registro 100.406



Folha nº 99 do proc.
Nº 406 de 02

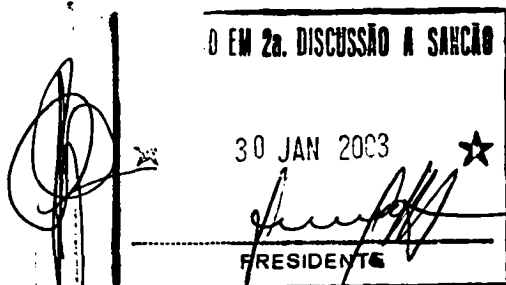
Adelina Cicone - Ass. Parlamentar

RF. 100.406

CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

lido hoje 30-1-03

Proposta de Substitutivo ao PL nº 406/02 que altera a Lei 12.115/96



Dispõe sobre a ordenação de anúncios na paisagem do município de São Paulo e dá outras providências.

A CÂMARA MUNICIPAL decreta,

autora

TÍTULO I DISPOSIÇÕES GERAIS Capítulo I

Dos objetivos, diretrizes e definições

Art. 1º. Esta lei dispõe sobre a ordenação da paisagem para a veiculação de anúncios desde que visíveis a partir de logradouro público no território do Município de São Paulo.

Art. 2º. A colocação de anúncios publicitários observará as disposições do Plano Diretor Estratégico relativas à ordenação da paisagem, da Rede Viária Estrutural, em harmonia com o sistema de uso e ocupação do solo, a topografia, especialmente os cursos d'água, as linhas de drenagem e os talvegues, considerados eixos básicos estruturadores da paisagem.

Art. 3º. Sem prejuízo das demais normas relativas ao uso da paisagem, a ordenação de anúncios far-se-á nos termos desta lei e compreenderá a fixação de diretrizes para a veiculação, preservando concomitantemente a paisagem e, quanto à sua gestão, estabelecerá um padrão de visibilidade que garanta a segurança dos pedestres e de veículos e também a preservação dos padrões estéticos, paisagísticos, culturais, históricos e geográficos da cidade.

Art. 4º. Todos têm direito à boa qualidade estética e referencial da paisagem municipal, sendo dever do Poder Público Municipal e da coletividade protegê-la e promovê-la para as atuais e futuras gerações.

Parágrafo único: A paisagem municipal constitui direito difuso de todos

Art. 5º. - Considera-se paisagem, para fins de aplicação desta lei, o espaço aéreo e a superfície externa de qualquer elemento natural ou construído, tais como água, fauna, flora, construções, edifícios, anteparos, superfícies aparentes de

00001

Jose Mentor



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

equipamentos de infra-estrutura, de segurança e de veículos automotores, anúncios de qualquer natureza, os elementos de sinalização urbana, equipamentos de informação e comodidade pública, logradouros públicos, visíveis por qualquer observador situado em áreas de uso comum do povo;

Art. 6º - Constituem objetivos da ordenação da paisagem do Município de São Paulo a realização do interesse público em compatibilidade com os direitos fundamentais da pessoa humana e as necessidades de conforto ambiental, com melhoria da qualidade de vida urbana, e 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 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 - fácil acesso e utilização das funções e serviços de interesse coletivo nas vias e logradouros;
- X - 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. 7º - Constituem diretrizes a serem observadas na colocação de anúncios na paisagem municipal:

- I - livre acesso de pessoas e bens à infra-estrutura urbana;
- II - 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 - combate à poluição visual bem como à degradação ambiental;
- IV - proteção, preservação e recuperação do patrimônio cultural, histórico, artístico, paisagístico, de consagração popular, bem como do meio-ambiente natural ou construído da cidade;

00002



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

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

VI - agilidade nos procedimentos de autorização da veiculação de anúncios, bem como de fiscalização e de licenciamento, observados os princípios da prevalência do interesse público, imparcialidade, legalidade, publicidade e moralidade.

VII - responsabilização solidária do proprietário do anúncio, do proprietário do imóvel ou seu possuidor e do anunciante, pelas infrações e ações lesivas que praticarem;

VIII - implantação de sistema de fiscalização efetiva, ágil, moderna, planejada e permanente;

IX - proposição pelo Executivo da criação do Fundo de Recuperação e Manutenção da Paisagem Urbana.

Art. 8º - Para os efeitos de aplicação desta lei, ficam estabelecidas as seguintes definições:

I - Altura do Anúncio (h) - é o resultado obtido pela diferença entre a altura máxima (hmax) e a altura mínima (hmin), ($h = h_{max} - h_{min}$), devendo ser considerada a estrutura de sustentação, no caso de anúncio localizado na cobertura da edificação, observado o seguinte:

a) altura mínima (h mín.) é a distância vertical entre o ponto mais baixo do anúncio e o ponto mais alto do solo imediatamente abaixo do anúncio ou do passeio, quando o solo estiver em plano inferior ao mesmo.

b) altura máxima (hmax) - é a distância vertical entre o ponto mais alto do anúncio e o ponto mais alto do solo imediatamente abaixo do anúncio ou do passeio, quando o solo estiver em plano inferior ao mesmo.

II - Altura da edificação (hed) - é a distância vertical entre a cobertura da edificação e o ponto mais alto do solo imediatamente abaixo do anúncio;

III - Andar - é o volume compreendido entre dois pavimentos consecutivos, ou entre o pavimento e o nível superior de sua cobertura;

IV - Anúncio - é qualquer veículo de comunicação visual presente na paisagem visível de 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 os profissionais que dele fazem uso, podendo também ser composto de logomarca e referência a outras empresas fornecedoras, colaboradoras ou patrocinadoras das atividades desenvolvidas no local, desde que esta última não ultrapasse 1/3 (um terço) da área total do anúncio;

b) Anúncio Publicitário - É aquele destinado à veiculação de publicidade instalado fora do local onde se exerce a atividade, podendo ser instalado de

00003



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

acordo com os parâmetros estabelecidos na presente lei, e quando em área livre, conforme quadro anexo, observar as seguintes características:-

- 1) estar instalado em altura mínima de 3,00(tres) metros e altura máxima de até 6,00(seis) metros;
- 2) estar instalado em altura mínima de 10,00(dez) metros e altura máxima de até 15,00(quinze) metros;

V – Aplique – Elemento acessório ao anúncio publicitário de inserção temporária.

VI – Área Livre de Imóvel Edificado - é a área descoberta existente entre a edificação e qualquer divisa do imóvel que a contém;

VII - Área Total do Anúncio - é a soma das áreas de todas as superfícies de exposição do anúncio, expressa em metros quadrados;

~~IX~~ - Atico - é a parte do volume superior de uma edificação, destinada a abrigar casa de máquinas, piso técnico de elevadores, caixas d'água e equipamentos e máquinas de circulação vertical;

~~X~~ - Bem de valor cultural - é 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;

~~XI~~ - Complementar, é o elemento da edificação, constante do projeto aprovado, independente da edificação principal, compreendendo torres, caixas d'água, e chaminés,

~~XII~~ - Coroamento: elemento de vedação que envolve o ático.

~~XIII~~ - Edificação - é a obra coberta destinada a abrigar atividade humana ou qualquer instalação, equipamento e material;

~~XIV~~ - Edificação Permanente - é aquela fixada no solo em caráter duradouro,

~~XV~~ - Edificação Transitória - é aquela construída sobre o solo de modo não fixo ou de pequenas dimensões em caráter não permanente, pois facilmente removível;

~~XVI~~ - Empena Cega - é a face lateral externa da edificação que não apresenta aberturas destinadas à iluminação, ventilação e insolação.

~~XVII~~ - Envelopamento: Recobrimento das fachadas da edificação em obra com material translúcido ou não.

~~XVIII~~ - Espessura do anúncio - é a distância entre a face anterior e a posterior;

~~XIX~~ - Face de Quadra - são todos os lotes que apresentem o mesmo código de logradouro (codlog), o mesmo Setor e a mesma Quadra Fiscal;

00004



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

~~XX~~^{XXIV} - Fachada - é qualquer face externa da edificação que apresente aberturas destinadas à iluminação, ventilação e/ ou insolação;

~~XXI~~^{XXV} - Gleba - é a área de terra que ainda não foi objeto de loteamento ou desmembramento;

~~XXII~~^{XXVI} - Imóvel Edificado - é aquele ocupado total ou parcialmente com edificação permanente;

~~XXIII~~^{XXVII} - Imóvel não Edificado - é aquele não ocupado ou ocupado com edificação transitória;

~~XXIV~~^{XXVIII} - Lote - é a parcela de terreno contida em uma quadra, resultante de loteamento, desmembramento ou desdobro e com pelo menos uma divisa lindeira a logradouro público;

~~XXV~~^{XXIX} - Lote lindeiro - é a parcela do terreno contida em uma quadra, resultante de loteamento, desmembramento ou desdobro e com pelo menos uma divisa com logradouro público relacionado nessa lei como N1, N2, N3.

~~XXVI~~^{XXX} - Marquise - é o elemento da edificação construído em balanço em relação à fachada, integrante de projeto aprovado ou regularizado, destinado à cobertura e à proteção de transeuntes;

~~XXVII~~^{XXXI} - Obra - é o processo e o que resulta de trabalho ou ação humana realizado em imóvel, que implique em alteração de seu estado físico anterior

~~XXVIII~~^{XXXII} - Quota - é o coeficiente que, multiplicado pela testada do imóvel onde se situa o anúncio, possibilita obter a área máxima de anúncio permitida no imóvel;

~~XXIX~~^{XXXIII} - Rarefação : É a diminuição e espaçamento de mensagens publicitárias no mesmo fluxo e sentido da via em que estiverem instaladas.

~~XXX~~^{XXXIV} - Rede Viária Estrutural : é aquela constante das definições do Plano Diretor Estratégico - Lei municipal 13.430 de 13/09/2002.

~~XXXI~~^{XXXV} - Saliência - é o elemento arquitetônico proeminente, engastado ou apostado em edificação ou muro;

~~XXXII~~^{XXXVI} - Área de exposição do anúncio - é 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.

~~XXXIII~~^{XXXVII} - Testada ou alinhamento - é a linha divisória entre o imóvel de propriedade particular ou pública e o logradouro ou via pública;

~~XXXIV~~^{XXXVIII} - Vedo Transparente - é qualquer vedação do imóvel constituída por material transparente;

50000



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

~~XXXV~~ ^{XXXIV} - Face de visibilidade - é a visibilidade aplicada aos lotes que apresentam testada de fundo ou lateral voltada diretamente ao sistema viário classificado como N1, N2, N3.

Art. 9º - Para efeitos desta lei não são considerados anúncios:

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

III- denominações de prédios e condomínios.

IV- os que contenham referências que indiquem lotação, capacidade e as 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 0,20 m².

IX- os que apresentem área de exposição igual ou inferior a 1,50 m² (um metro e cinquenta decímetros quadrados) e ainda observem as seguintes condições:

1 - não disponham de dispositivos mecânicos ou de sistema elétrico/eletrônico;

2 - apresentem altura máxima (Hmax) igual ou inferior a 3,00m (três metros);

3 - sejam únicos no estabelecimento e encontrem-se instalados no pavimento térreo;

4 - sejam pintados ou instalados exclusivamente paralelos à fachada, ou quando em área livre do imóvel, paralelos ao alinhamento;

X- aqueles instalados em áreas de proteção ambiental que contenham mensagens institucionais com patrocínio.

XI- logotipo de construtora responsável por obra quando em tela de proteção.

XII- adesivos em vedos transparentes com até 0,30 m de altura, desde que respeitada a quantidade de no máximo de 3(três) por estabelecimento.

Capítulo II Das normas gerais

Art. 10º - Todo anúncio deverá observar, entre outras, as seguintes normas :

00006



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

- I – Oferecer condições de segurança ao público;
- II - ser mantido em bom estado de conservação, no que tange à estabilidade, resistência dos materiais e aspecto visual;
- III – receber tratamento final adequado em todas as suas superfícies, inclusive na sua estrutura, ainda que não utilizada para anunciar;
- IV - ter a área destinada à mensagem recoberta por material equivalente ao utilizado para veiculação, na cor branca na ausência de anunciante;
- V - não possuir estrutura de madeira para anúncios publicitários situados nas vias constantes do Anexo I , e nas vias coletoras situadas no perímetro do centro expandido,
- VI– atender às normas técnicas pertinentes à segurança e estabilidade de seus elementos;
- VII- atender às 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;
- VIII- respeitar a vegetação arbórea significativa definida por legislação específica constante do Plano Diretor Estratégico.
- IX– 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;
- X– 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;
- XI– Quando houver anúncios indicativos e publicitários no mesmo lote, deve a área máxima de cada um obedecer a cota para anúncios indicativos estabelecida nos quadros anexos e aplicada também aos anúncios publicitários, observados os demais parâmetros estabelecidos pela presente lei.

Art. 11º - É vedada a instalação de anúncios em:

- I – leitos dos rios e cursos d'água, e em reservatórios, lagos e represas conforme legislação específica

20000



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

RF. 100/406

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 artigo 30.

III - imóveis situados nas zonas de uso estritamente residenciais definidas no Plano Diretor Estratégico, salvo os anúncios indicativos;

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 e aos denominados anúncios temporários;

V - torres ou postes de transmissão de energia elétrica,

VI - nos dutos de gás, abastecimento de água, hidrantes e torres d'água e outros similares;

VII - placas acopladas à sinalização de trânsito;

VIII - obras públicas de arte, tais como pontes, passarelas, viadutos, túneis, ainda que de domínio estadual e federal;

a) É vedada a instalação de anúncios a uma distância inferior a 30,00(trinta metros) de pontes, ou viadutos, bem como de seus respectivos acessos.

b) Ao longo de vias elevadas serão permitidos anúncios em empenas cegas e coberturas em faixa de até 50 m do alinhamento do elevado.

IX - nas vias e passeios públicos, inclusive na pavimentação asfáltica do leito carroçável, exceto as previsões quanto ao mobiliário urbano e os denominados anúncios temporários, devidamente licenciados;

X - de propaganda eleitoral, com exceção nos períodos permitidos por lei, independente do material utilizado, em veículos de transporte coletivo;

XI - nas partes internas e externas de cemitérios;

XII - nas partes internas e externas de hospitais e prontos-socorros e postos de atendimento médico, exceto os que digam respeito à denominação e eventos relacionados com a área da saúde.

XIII- em bens públicos municipais dominiais e de uso especial, salvo nos autódromos, estádios, escolas, centros desportivos e locais de prática do desporto em geral, e nas situações previstas em lei;

XIV - quando colado ou pintado nas colunas, paredes, muros e demais partes externas de edificação, salvo quando pintado em chaminés de indústria nos termos da Lei 10.897 de 05 de dezembro de 1990.

80000



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

Folha nº <u>107</u> do proc.
Nº <u>406</u> de <u>02</u>

Adelina Cicone - Ass. Parlamentar

RS. 100.406

XIV - quando colado ou pintado nas colunas, paredes, muros e demais partes externas de edificação, salvo quando pintado em chaminés de indústria nos termos da Lei 10.897 de 05 de dezembro de 1990.

a) Somente serão permitidos anúncios pintados nas empenas cegas se forem de finalidade cultural.

XV - Em vias coletoras e locais, assim definidas pela Lei Municipal nº 13.430/02 exceto:

a) quando de natureza indicativa;

b) anúncios localizados a uma distância inferior ou igual a 120 metros de uma via classificada como N1, N2 ou N3 contados a partir do seu alinhamento, conforme o Plano Diretor Estratégico do Município de São Paulo;

Art. 12º. 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 edificadas 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 para a prevenção e o combate a incêndio, pelas normas de segurança;

Art. 13º - Tendo como referência a Lei Municipal 13.430 de 13/09/2002 - Plano Diretor Estratégico, são estabelecidos os seguintes critérios:

I - Em se tratando de bens de valor cultural, classificados como bens tombados individualmente, áreas tombadas e áreas envoltórias, deverá ser ouvido o Conselho Municipal de Preservação do Patrimônio Histórico Cultural e Ambiental da Cidade São Paulo - CONPRESP

§ 1º- O Executivo, no prazo máximo de 180 dias a partir da publicação desta lei, deverá dar publicidade à Lista dos bens tombados e descrição dos respectivos perímetros envoltórios e visuais consoante os níveis de preservação para atendimento do disposto no inciso I do Art. 12;

§ 2º- O não cumprimento do disposto no parágrafo anterior implicará no tratamento do anúncio segundo os termos da presente lei independentemente de manifestação do CONPRESP.

60000



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

TÍTULO II

Capítulo I

DA ORDENAÇÃO DA PAISAGEM

Art. 15º. Considera-se para efeito desta lei como utilização da paisagem urbana todos os anúncios, desde que visíveis do logradouro público, instalados em:

I – Imóvel particular:

- a) edificado;
- b) não-edificado;
- c) em obras de construção civil.

II – Bem Público:

- a) edificado;
- b) não edificado;
- c) em obra pública de construção civil;
- d) em faixa de domínio, pertencente a redes de infra-estrutura, faixa de servidão de redes de transporte, de redes de transmissão de energia elétrica, de oleodutos, gasodutos e similares.

III – Mobiliário Urbano.

IV – Veículos automotores.

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

§ 2.º - No caso de se encontrar afixado em espaço interno de edificação, o anúncio será considerado visível quando localizado até 0,50 m (meio metro) de qualquer abertura ou vedo transparente que se comunique diretamente com o exterior;

§ 3.º - Para efeito da rarefação dos anúncios publicitários definida no inciso XXVIII do Art. 8º aplicam-se as seguintes disposições:

- a) A distância entre anúncios será medida a partir de suas extremidades;
- b) Será permitido o agrupamento de até três anúncios publicitários desde que estejam instalados paralelos ao alinhamento, possuam altura máxima de 6 m e obedeçam a distância de 9 m de outro anúncio ou agrupamento no mesmo lote.

00010



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

c) Quando em lotes diferentes os anúncios ou agrupamentos deverão obedecer às distâncias definidas no quadro anexo.

CAPÍTULO II

DO ANÚNCIO EM IMÓVEL PARTICULAR EDIFICADO

SEÇÃO I

NA FACHADA

Art. 16º - O anúncio instalado em fachada será considerado:

I - Paralelo, quando a superfície de exposição do anúncio estiver posicionada em relação ao plano da fachada a uma distância de no máximo 0,30m (trinta centímetros) deste;

II - Perpendicular, quando o eixo de sua estrutura estiver posicionado perpendicularmente em relação ao plano da fachada, devendo o anúncio apresentar espessura de no máximo 0,40m (quarenta centímetros).

§ 1.º - No cálculo da distância mencionada no inciso I deverá ser considerada a estrutura do anúncio;

§ 2.º - Não serão permitidos anúncios instalados em marquise, saliências ou recobrimento de fachada mesmo constantes de projeto de edificação aprovado ou regularizado.

§ 3.º - Quando instalado em fachada construída no alinhamento, o anúncio poderá avançar até 1,20 m (um metro e vinte centímetros) sobre o passeio, desde que este avanço não exceda a 2/3 (dois terços) da largura do passeio.

Art. 17º - O anúncio instalado na fachada da edificação deverá ainda atender às seguintes condições:

I - Observar as características e parâmetros estabelecidos nos Quadros Anexos.

II - Observar as características arquitetônicas e as funções definidas no projeto de construção ou reforma da edificação;

III - Ter sua projeção ortogonal totalmente contida dentro dos limites externos da fachada onde se encontra e não prejudicar a área de exposição de outro anúncio;

§ 1.º - Será admitido toldo retrátil como anúncio, desde que indicativo e com as características de anúncio simples.

00011



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

Folha nº 110 do proc.
Nº 406 de 02
Adelina Cicone - Ass. Parlamentar
RF. 100.400

§ 2º - Para os anúncios instalados em elementos complementares da edificação conforme definido no inciso ~~XI~~ do Art. 8º e constituídos por adesivos aplicados em vedos transparentes aplicam-se os termos deste artigo.

Art. 18º - O anúncio simples instalado paralelamente em fachada recuada do alinhamento poderá ter a altura mínima (hmin) igual ou superior a 1,00m (um metro), respeitada a circulação de pedestres e a iluminação e aeração do imóvel.

Art. 19º - O anúncio, quando único na fachada em que estiver instalado, fica dispensado do atendimento à altura máxima (hmax) estabelecida nos Quadros Anexos.

SEÇÃO II

NA EMPENA CEGA

Art. 20º - O anúncio instalado em empena cega, definida no inciso ~~XVI~~ ^{XV} do artigo 8º desta Lei, deverá atender às seguintes condições:

- I – observar os parâmetros estabelecidos nos quadros anexos.
 - II – encontrar-se em edificação sem anúncio na cobertura, na mesma visibilidade;
 - III – ser único em cada empena cega por bloco de edificação;
 - IV – Apresentar área máxima em função da área total da empena em que estiver instalado, conforme quadro anexo;
 - V – apresentar projeção ortogonal contida nos limites do perímetro da empena;
 - VI – Apresentar espessura máxima de 0,30 m exceto o equipamento de iluminação.
- § 1º - Quando da instalação do anúncio, a empena cega deverá ser totalmente recuperada.

§ 2º - A área do anúncio em empena cega não será considerada na área total máxima permitida para o imóvel, obtida pela quota.

Art. 21º - Quando da retirada do anúncio instalado em empena cega, esta deverá ser recuperada, observando-se, quanto à responsabilidade, o disposto no artigo 68.

Parágrafo único: A aprovação de anúncio em empena cega fica condicionada à recuperação da fachada principal do imóvel e à manutenção em bom estado das mesmas durante o período em que o anúncio estiver instalado

00012



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

SEÇÃO III NA COBERTURA

Art. 22º - Será permitida a instalação de anúncio na cobertura da edificação nas seguintes condições:

- I - observar os parâmetros constantes dos quadros anexos;
- II - ter apenas um anúncio visível, em cada momento de exposição;
- III - não apresentar estrutura de madeira;
- IV - ter sua projeção ortogonal contida nos limites do perímetro da cobertura, ou do coroamento.
- V - não interferir em helipontos, heliportos, lajes de segurança ou raio de ação de pára-raios;
- VI - encontrar-se em edificação sem anúncio na empena cega, na mesma visibilidade;

Parágrafo único. A área do anúncio na cobertura de edificação não será considerada na área total máxima permitida para o imóvel, obtida pela quota.

Art. 23º - Para os anúncios instalados no coroamento dos edifícios aplicam-se os dispositivos do artigo anterior

SEÇÃO IV NA ÁREA LIVRE DO IMÓVEL EDIFICADO E DO IMÓVEL NÃO EDIFICADO

Art. 24º - O anúncio instalado na área livre de imóvel edificado ou em imóvel não edificado deverá atender às seguintes condições:

- I - observar as características e os parâmetros estabelecidos nos Quadros Anexos;
- II - apresentar projeção horizontal inteiramente contida nos limites do imóvel
- III - não estar instalado em sobreposição a outro anúncio;
- IV - apresentar uniformidade de dimensões, formas e materiais, quando houver mais de um anúncio nas mesmas circunstâncias no mesmo imóvel, excluídos os anúncios indicativos.
- V - Quando paralelo à testada do lote, manter distância mínima de 1,00 m (um metro) da extremidade lateral do próximo anúncio.

00013



Folha nº 112 do proc.
Nº 406 de 02

Adelina Cicone - Ass. Parlamentar

CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

VI – Fica dispensado do atendimento da altura máxima (H máx.) estabelecida no quadro anexo o anúncio indicativo instalado na área livre do imóvel edificado, observada a quantidade de um por acesso, com altura máxima de até 10,00 m (dez metros) e área máxima de até 20,00 m² (vinte metros quadrados) por face de exposição, respeitada a cota destinada ao imóvel.

Parágrafo único:- A instalação desse tipo de anúncio na área livre do imóvel, não impede os demais desde que atendam o quadro anexo para anúncios indicativos.

SEÇÃO V

NOS "SHOPPING CENTERS" e HIPERMERCADOS

Art. 25º - Os anúncios indicativos instalados em imóveis destinados a Shopping - Centers e Hipermercados, deverão obedecer as características e parâmetros estabelecidos nos Quadros Anexos.

§ 1º – Serão admitidos anúncios indicativos instalados na área livre do imóvel, com a área e a altura máxima de um único engenho por acesso, desde que a sua altura máxima (Hmáx) não ultrapasse 25,00m (vinte e cinco metros) e a projeção do anúncio esteja inscrita em circunferência com diâmetro não superior a 3,00m (três metros) em imóveis com área superior a 5.000 m².

§ 2º - Ficam dispensados de atendimento da altura máxima (H máx.) os anúncios instalados nas fachadas dos shopping centers e hipermercados, respeitada a cota estabelecida no quadro anexo.

CAPÍTULO III

DO ANÚNCIO EM OBRA DE CONSTRUÇÃO CIVIL PARTICULAR

Art. 26º - Em obra de construção civil particular, os anúncios indicativos e publicitários instalados em área livre e tapume, deverão atender às seguintes condições:

I - observar as características e os parâmetros estabelecidos nos Quadros Anexos de anúncios indicativos,

II - não apresentar avanço sobre o passeio;

III - não estar instalado na fachada, na empena cega ou na cobertura da edificação, salvo quando em tela de proteção, ou lona de recobrimento fixada no andaime, observado o disposto no parágrafo 3º.

IV- Os anúncios publicitários deverão observar a rarefação prevista no quadro anexo respectivo.

00014



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

§ 1.º - Será admitido anúncio colocado em tapume, instalado totalmente dentro de seus limites, desde que constituído com material de qualidade comprovada, acabamento adequado e mantido em bom estado de conservação e com espessura de até 0,10m (dez centímetros), altura máxima de 6,00 m, área máxima de 50 % da área total do tapume, respeitando quando mais de um anúncio, o distanciamento de 1,00metro entre eles.

§ 2.º - Será admitida a pintura decorativa em tapume, com inscrição de logotipo ou mensagem publicitária, sendo considerada, nesta hipótese, para efeito de cálculo da quota do anúncio, a área do logotipo ou da mensagem publicitária.

§3º - Serão admitidos anúncios publicitários em telas de proteção ou em lonas de recobrimento de andaimes, observadas as seguintes condições:

- I) Possuir área máxima de 70% da superfície em que estiver instalado;
- II) Não avançar sobre o passeio, exacto quando em imóveis situados no alinhamento, devendo nesse caso respeitar o avanço permitido para andaime pelo Código de Obras e Edificações;
- III) Em obras de restauro e recuperação de imóveis tombados deverá ser ouvido o Conselho Municipal de Preservação do Patrimônio Histórico – CONPRESP que emitirá parecer num prazo de 45 dias a partir da data de protocolamento do pedido.
- IV) Na ausência de manifestação no prazo estabelecido, o proprietário do anúncio poderá proceder à sua instalação, observadas as demais disposições desta lei.
- V) Em obras de edificações situadas em áreas envoltórias de bens tombados, devido ao seu caráter transitório, não se aplica o disposto no artigo 13 desta lei.
- VI) As licenças emitidas para os anúncios em telas de proteção ou lona de recobrimento de andaimes terão validade de 2 anos, não renováveis.

§ 5.º - A soma das áreas dos anúncios previstos neste artigo deverá atender à quota estabelecida nos Quadros Anexos para anúncios indicativos salvo para os anúncios publicitários em tela de proteção ou em lona de recobrimento fixada no andaime .

§ 6º - Quando se tratar de imóveis cuja obra tenha sido paralisada, até o seu reinício estes poderão receber o anúncio do tipo envelopamento, que consiste na aplicação de material translúcido ou não de cor branca nas fachadas da edificação, devendo ainda observar altura mínima de instalação de 6,00 m e demais parâmetros estabelecidos para anúncios em empena;

I) O anúncio a que se refere o parágrafo anterior terá prazo de licença de um ano.

CAPÍTULO IV DO ANÚNCIO EM BENS PÚBLICOS

00015



Folha nº 114 do proc.

Nº 406 de 02

Adelina Ciccone - Ass. Parlamentar

PP 100/208

CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

Art. 27º - Os anúncios instalados em bens de uso dominial e de uso especial da União e do Estado e do Município, edificadas, não edificadas e em obra de construção civil, da administração direta, indireta e fundacional, deverão atender às disposições, características e parâmetros estabelecidos nesta lei para os imóveis particulares.

Art. 28º - Os anúncios instalados em faixas de domínio, pertencentes a rede de infraestrutura, faixas de servidão da rede de transporte, redes de transmissão de energia elétrica, de oleodutos, gasodutos e similares deverão obedecer às seguintes restrições:

I - apresentar até 36 m² por face de exposição com área de no máximo 72,00 m², ou área de 48 m² restrito a uma única face.

II - apresentar altura mínima (Hmin) igual ou superior a 3,00m (três metros);

III - apresentar altura máxima (Hmax) igual ou inferior a 9,00m (nove metros),

IV - respeitar distância de no mínimo 75 ,00 (setenta e cinco metros) do próximo anúncio.

CAPÍTULO V MOBILIÁRIO URBANO

Art. 29º - A veiculação de anúncios no mobiliário urbano será feita mediante procedimento licitatório, modalidade concorrência pública, por empresas que possuam comprovadamente capacidade para conceber, desenvolver, fornecer, instalar e manter os equipamentos.

§ 1º - Os elementos de mobiliário e suas quantidades serão definidas no edital do certame licitatório, pelo Poder Público Municipal, cabendo a este a localização de todas as peças

§ 2º - O prazo das concessões, bem como eventuais prorrogações, serão definidos nas respectivas licitações dadas as características de cada tipo de mobiliário urbano e em função da determinação e garantia da equação econômico-financeira atinente à própria concessão.

§ 3º - Aquele mobiliário urbano que já tenha sido regulamentado por legislação municipal específica, continuará sujeito às disposições da mesma, durante a vigência do contrato de concessão, e, no que couber, às desta lei. Ultrapassado o contrato, os prazos fixados na lei acima especificada sujeitar-se-ão às regras do parágrafo anterior.

Art. 30º - É considerado mobiliário urbano de uso e utilidade pública entre outros:

00016



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

- 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 - placa e unidades identificativas 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 os destinados à reciclagem;
- XV - grade de proteção de terra ao pé de árvores;
- XVI - protetores de árvores;
- XVII - quiosque para venda de lanches e produtos em parques;
- XVIII - lixeiras;
- XIX - relógio (tempo e temperatura e poluição);
- XX - estrutura de suporte para terminal da Rede Pública de Informação e Comunicação;
- XXI - suportes cilíndricos para afixação gratuita de pôster para eventos;
- XXII - painéis de mensagens variáveis para uso exclusivo de informações de trânsito;
- XXIII - colunas multiuso;
- XXIV – estações de transferência;

§ 1º - Os abrigos são instalações de proteção aos usuários do sistema de transporte público, contra as intempéries, 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 - O totem indicativo de parada de ônibus, é elemento de comunicação visual, destinado a identificação da parada de ônibus, quando houver impedimento para instalação dos abrigos;

§ 3º - Os 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 - Painel Publicitário Informativo, é um painel luminoso para informação à 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;

00017



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

§ 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, artísticos, localizados no entorno e ainda com a mesma função relativamente a casas de espetáculos, teatros e auditórios;

§ 6º - As placas e unidades identificativas 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, destinado exclusivamente à identificação dos espaços e edifícios públicos;

§ 8º - Cabine de Segurança, é um equipamento destinado a abrigar policiais durante 24 horas/dia, com acesso externo tipo balcão para atendimento aos transeuntes, com capacidade para atendimento de primeiros socorros, contendo pequeno sanitário, prevendo espaço para detenção provisória de pelo menos uma pessoa;

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

§ 10º - As bancas para a comercialização de impressos ou bancas de jornais, 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;

§ 11º - Bicletário, é um equipamento destinado a abrigar bicicletas, adaptável à estações de metrô, ônibus e trens, escolas e instituições, destinado a atender o público em geral;

§ 12º - Grade de Proteção de Terra ao Pé de Árvores, é elaborada em forma de gradil, destinada à proteção das bases de árvores em calçadas, permitindo servir de piso no mesmo nível do pavimento das referidas calçadas;

§ 13º - Os protetores de árvore, são 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 ou pelo concessionário, em material de qualidade não agressiva ao meio ambiente;

§ 14º - 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 portadores de deficiência;

00018



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

§ 15º - Os relógios/termômetros, são equipamentos com iluminação interna, destinados a orientação do público em geral quanto ao horário e temperatura e poluição do local, podendo ser instalados nas vias públicas e nos canteiros centrais e ilhas de travessia de avenidas;

§ 16º - 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, estarão localizadas em locais públicos abrigados, de intenso trânsito de pedestres;

§ 17º - Suportes Cilíndricos para Afixação Gratuita de Posters, são elementos estruturados para receber a aplicação de pequenos posters do tipo "lambe-lambe", sem espaço à publicidade;

§ 18º - Painéis de Mensagens Variáveis para uso Exclusivo de Informações de Trânsito, são equipamentos eletrônicos destinados a veicular mensagens exclusivamente de caráter informativo e de utilidade no que se refere ao sistema viário e de trânsito da Cidade;

§ 19º - As colunas multiuso se destinam 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, venda de ingressos, etc;

§ 20º - As estações de transferência são locais protegidos para passageiros de ônibus em operações de transbordo.

Art. 31º - Poderão explorar anúncios nos mobiliários urbanos, empresas nacionais ou estrangeiras, legalmente constituídas, isoladamente ou em consórcio, participantes do certame licitatório que lhes conferirá a concessão.

§ 1º - As empresas estrangeiras deverão ter representantes legais no Brasil, com poderes para representa-los jurídica e administrativamente.

§ 2º - Não poderão explorar anúncios em mobiliários urbanos, as empresas consideradas inidôneas, concordatárias ou com falência requerida ou decretada ou ainda, que não tenham cumprido, anteriormente, contratos firmados ou que se encontrem, de qualquer maneira, inadimplentes frente a obrigações assumidas com o Poder Público municipal.

§ 3º - O enquadramento estético de anúncio em mobiliário urbano não poderá descaracterizar as definições técnicas constantes desta lei, incidentes sobre os anúncios de maneira geral, independentemente de sua modalidade ou qualquer outra caracterização.

00019



Folha nº <u>118</u> do proc.
Nº <u>406</u> de <u>2012</u>

Adelina Cleone - Ass. Parlamentar
RP. 100.466

CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

§ 4º - Fica vedada a veiculação de anúncios nos mobiliários urbanos por empresas que possuam como dirigentes, gerentes ou sócios detentores de capital social ou componentes de seu quadro técnico, servidores do Município ou de qualquer de suas entidades paraestatais.

§ 5º - As empresas consorciadas não poderão veicular anúncios nos mobiliários isoladamente ou através de mais de um consórcio e responderão solidariamente pelos atos praticados pelo consórcio.

Art. 32º - É vedado a qualquer elemento de mobiliário urbano:

I-) estar projetado sobre o leito carroçável das vias, exceção feita aos postes, luminárias, conjuntos semaforicos e placas de sinalização, no que diz respeito à sua projeção horizontal;

II-) obstruir a circulação de pedestres ou configurar perigo ou impedimento de locomoção de deficientes físicos ou visuais;

III-) causar obstrução ao acesso de faixas de travessias de pedestres, escadas-rolantes ou entradas e saídas de público, sobretudo as de emergência ou para portadores de deficiência;

IV-) estar localizado em ilhas de travessia exceto pontos de ônibus e relógios/termômetros digitais;

V-) estar localizado em esquinas, viadutos, pontos e belvederes, salvo os equipamentos de informação básica ao pedestre;

Parágrafo único - A instalação do mobiliário urbano nas calçadas deverá necessariamente observar uma faixa de circulação de, no mínimo, metade de sua largura, nunca inferior a 1,50m (hum metro e meio), nos calçadões, a faixa de circulação terá 4,50 m (quatro metros e meio) de largura.

CAPÍTULO VI

VEÍCULOS AUTOMOTORES

Art. 33º - Os anúncios em veículos de transporte de passageiros não poderão em hipótese nenhuma, causar impacto visual à paisagem urbana, criar equívoco visual que confunda o seu usuário quanto à prefixo de linha ou qualquer outro elemento

00020



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

identificador que sirva de referência aos que não sabem ler ou possuam limitações visuais, observando-se:-

§ 1º - Nos ônibus só poderão se veiculados anúncios na forma prevista em regulamentação a ser apresentada pelo Executivo.

§ 2º - Nos táxis:

I - poderão veicular anúncios instalados nas laterais respeitando-se as normas de identificação do motorista, frota, ou cooperativa, sem qualquer interferência nas características do veículo.

II - Será permitida a publicidade no vidro traseiro, com a aplicação de película adesiva semi-transparente.

III - Será permitida a instalação sobre a capota de pequenos "back-lights", providos ou não de luminosidade, com altura máxima de 0,40m (quarenta centímetros); no seu sentido longitudinal, com angulação de até 45 (quarenta e cinco) graus, não ultrapassando as extremidades do veículo, com as mensagens publicitárias voltadas para as laterais, não podendo interferir na identificação do dispositivo TÁXI.

§ 3º - Perua Escolar - será permitido somente o anúncio indicativo, que identifica o proprietário e a atividade desenvolvida, sendo terminantemente proibida a veiculação de anúncio publicitário.

§ 4º - Motocicleta - será permitida a publicidade na superfície traseira, ou de qualquer outro equipamento de proteção equivalente, utilizados na atividade de moto-frete, observando as seguintes metragem máximas:-

a-) para a face traseira:- seu maior comprimento deverá ser de 0,50m(cinquenta centímetros), e sua maior altura de 0,80m(oitenta centímetros).

§ 5º - Os procedimentos a serem adotados para a regularização de publicidade em veículos serão objeto de decreto regulamentador.

§ 6º - Nos veículos de frota pertencentes a pessoas jurídicas será permitida a colocação de anúncios de caráter indicativo da empresa possuidora da frota na forma de pintura ou adesivos.

Artigo 34º - Os anúncios cuja modalidade seja do tipo "Painel Eletrônico" poderão ser afixados, transportados e expostos em veículos desde que estacionados nos locais dos eventos correspondentes.

Parágrafo único: Por possuir características específicas, a licença decorrente do órgão competente para veiculação desse anúncio terá prazo de validade de 01 (hum) ano, e se processará dentro de todos os termos da presente lei.

C M S P - A T M

-30-Jan-2003-15:34-005239

000021



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

TÍTULO III

DO PROCEDIMENTO ADMINISTRATIVO

CAPÍTULO I

DO FUNDO DE RECUPERAÇÃO E MANUTENÇÃO DA PAISAGEM URBANA

Art 35º - A utilização da paisagem visando a veiculação de anúncios publicitários por pessoa física ou jurídica, pública ou privada e o imóvel, público ou privado ou bem público no qual tenham instalado, os meios e instrumentos utilizados para a sua veiculação e os usos e finalidades visadas, dependem de prévia autorização onerosa de uso da paisagem concedida pelo Poder Público.

Parágrafo único: Caberá ao Executivo, no prazo máximo de 60 dias a regulamentação do Fundo de Recuperação e Manutenção da Paisagem Urbana.

CAPÍTULO II

DA CLASSIFICAÇÃO DOS ANÚNCIOS

Art.36º - Para efeito desta lei, os anúncios são classificados em:

a) **Anúncio Transitório** - quando permanecer exposto pelo prazo máximo de 30 (trinta) dias e apresentar as seguintes características:

- 1 - área total de anúncio igual ou inferior a 2,00m² (dois metros quadrados);
- 2 - seja instalado no pavimento térreo;
- 3 - não possua qualquer dispositivo elétrico ou mecânico;
- 4 - veicule mensagem esporádica atinente a promoções, ofertas especiais, ofertas imobiliárias e similares;
- 5 - seja único deste tipo por estabelecimento comercial;
- 6- não ter duas autorizações consecutivas emitidas para o mesmo imóvel num período inferior a 60 dias.

b) **Balão ou anúncio inflável** - quando permanecer exposto pelo prazo máximo de 30 (trinta) dias e apresentar as seguintes características:

- 1 - ser inflado por ar ou gás estável;
- 2 - possuir ou não dispositivo luminoso;
- 3 - ser único deste tipo no imóvel;

00022



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

4 - ter sua projeção, em qualquer situação, contida nos limites do imóvel, não podendo avançar sobre os imóveis vizinhos nem sobre o logradouro;

5 - ser utilizado unicamente para veiculação de mensagens atinentes a eventos ou promoções;

6 - não ter duas autorizações consecutivas emitidas para o mesmo imóvel num intervalo inferior a 60 dias.

7- possuir diâmetro máximo de 3,00 m

c) **de finalidade cultural** - quando for integrante de programa cultural, de plano de embelezamento da cidade ou alusivo a data de valor histórico;

d) **de finalidade eleitoral** - quando destinado a propaganda de partidos políticos ou de seus candidatos, na forma prevista na legislação eleitoral federal;

e) **de finalidade educativa**, informativa ou de orientação social, de programas políticos ou ideológicos, religiosa, em caso de plebiscitos ou referendos populares;

f) **anúncios temporários** : destinam-se a veicular mensagens esporádicas, relativas a promoção de vendas de lançamentos imobiliários, ofertas específicas, eventos culturais e artísticos, bem como mensagens de cunho educacional ou de elucidação pública.

g) **Especial** - quando apresentar pelo menos uma das seguintes características :

1 - área total de anúncio superior a 30,00m². (trinta metros quadrados),

2 - altura máxima (Hmax) superior a 6,00m (seis metros);

3 - esteja instalado em empena cega;

4 - possua dispositivo mecânico;

5 - possa apresentar problemas afetos à segurança da população; /

6 - esteja instalado em cobertura da edificação;

7 - seja televisivo,

h) **Complexo** - quando apresentar pelo menos uma das seguintes características:

1- área total do anúncio superior a 5,00 m² e inferior ou igual a 30,00 m²;

2 - altura máxima (Hmax) superior a 4,00m (quatro metros) e igual ou inferior a 6,00m (seis metros);

i) **Simplex** - quando apresentar todas as características abaixo:

1 - área total de anúncio igual ou inferior a 5,00m². (cinco metros quadrados); 2 - altura máxima (Hmax) igual ou inferior a 4,00m (quatro metros);

3 - não possua dispositivo mecânico;

4 - não se encontre instalado em empena cega ou em cobertura de edificação.

00023



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

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

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

§ 3.º - Os anúncios veiculados através de projeção de imagens serão enquadrados de acordo com a classificação da superfície onde a imagem será projetada, devendo respeitar os parâmetros constantes dos quadros anexos da presente lei.

§ 4.º - Novas tecnologias e meios de veiculação de anúncio, bem como projetos diferenciados não previstos nesta legislação serão enquadrados e terão seus parâmetros estabelecidos pela Comissão de Proteção à Paisagem – CPPU nos termos desta lei.

§ 5.º - Não são considerados anúncios os que contenham comunicações institucionais veiculadas por meios próprios, tais como sinalização de trânsito, sinalização de orientação de pedestres e sinalização de denominação de logradouros.

§ 6.º Será admitida a inserção de aplique em peças publicitárias durante o prazo máximo de 30 dias, verificadas as seguintes disposições:

- I) A área do aplique não poderá exceder 20% da área de exposição do anúncio e a espessura não poderá ser superior a 0,50 m.
- II) A área do aplique deverá ser computada na área total máxima do anúncio estabelecida no quadro anexo para efeito de licenciamento.

CAPÍTULO III

SEÇÃO I

DO LICENCIAMENTO

Art. 37º - A colocação de anúncio de finalidade político-partidária fica sujeita à observância da legislação pertinente, dispensando-se o seu licenciamento.

Parágrafo único: Ficam dispensados também de licenciamento os anúncios instalados em mobiliários e equipamentos urbanos, sujeitos aos respectivos contratos de concessão ou permissão, inclusive quanto ao seu cadastramento no órgão competente estabelecido no respectivo contrato.

Art. 38º - A colocação de anúncio transitório fica sujeita à comunicação, por parte do proprietário do anúncio, à Subprefeitura competente, para fins de fiscalização, dispensando-se o seu licenciamento.

00024



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

Folha nº <u>123</u> do proc.
Nº <u>406</u> de <u>ok</u>
Adelino Ciccone - Ass. Parlamentar
RS 100-496

Parágrafo Único - A comunicação a que se refere este artigo deverá indicar a quantidade, os locais de afixação e o período de exposição do anúncio, devendo ser pagos eventuais tributos e preços públicos.

Art. 39º - A colocação de balão e inflável fica sujeita a autorização da Secretaria Municipal de Subprefeituras, dispensando-se o seu licenciamento.

Parágrafo Único - O pedido de autorização a que se refere este artigo deverá ser acompanhado de termo de responsabilidade técnica pela parte elétrica, sistema de ancoragem e fixação, assinado por profissional legalmente habilitado e pelo proprietário do anúncio.

Art. 40º - A colocação de anúncio de finalidade cultural fica sujeita a autorização da Secretaria de Habitação e Desenvolvimento Urbano - SEHAB, após parecer favorável da Secretaria Municipal de Cultura - SMC e da Comissão de Proteção à Paisagem Urbana - CPPU, dispensando seu licenciamento.

Art. 41º - Os anúncios temporários compreendem a exposição de cavaletes, bandeiras, estandartes, plaquetas ou "banners", e a distribuição de folhetos ou assemelhados, que por se constituírem em peças móveis e de caráter transitório, ficam sujeitas ao pagamento da T.F.A. Taxa de Fiscalização de Anúncios, e também ao recolhimento dos preços públicos para utilização do espaço municipal.

Art. 42º - A instalação dos cavaletes e plaquetas, e, a exposição de bandeiras, estandartes e "banners" ou assemelhados, somente poderá ocorrer aos sábados, domingos e feriados, entre 0h (zero hora) e 24h (vinte e quatro horas). A distribuição dos materiais promocionais (folhetos e assemelhados) somente poderá ocorrer aos sábados, domingos e feriados, entre 9h30min e 17h30min.

§ 1º - Define-se como cavalete ou plaqueta o anúncio estruturado, revestido em material translúcido ou não, onde são veiculadas as mensagens, com uma ou duas faces de exposição, respeitadas as dimensões nesta Lei estabelecidas e demais procedimentos pertinentes.

§ 2º - Define-se como bandeira e estandarte o anúncio estruturado, confeccionado em tecido, lona plástica ou similares, onde são veiculadas as mensagens, com uma ou duas faces de exposição, não compreendendo para estes tipos de anúncios quaisquer sistema de fixação, respeitadas as dimensões e demais parâmetros nesta Lei estabelecidos.

§ 3º - Define-se como folheto ou panfleto o anúncio impresso em material de qualquer natureza, de dimensão variada, nunca superior a área determinada para plaquetas e "banners", onde são veiculadas as mensagens publicitárias, distribuído manualmente em espaços pré-determinados.

Art. 43º - Os cavaletes, as bandeiras e os estandartes deverão medir até 1,00 m (um

00025



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

metro) de largura e 1,50m (um metro e cinqüenta centímetros) de altura; as plaquetas e os "banners" deverão medir até 0,60 m (sessenta centímetros) de largura por 0,40m (quarenta centímetros) de altura, ser mantidos em perfeitas condições de fixação.

Art. 44º - Os folhetos, cavaletes, bandeiras, estandartes, plaquetas e "banners" ou assemelhados, deverão atender, ainda aos seguintes requisitos:

I - Reserva de, no mínimo, 1/10 (um décimo) das suas áreas para informação da Razão Social, número de inscrição de Cadastro de Contribuintes Mobiliários - CCM e endereço sede das empresas patrocinadora e divulgadora;

II - Para os folhetos, inclusão obrigatória da frase: "não jogue este impresso na via pública", observando o preceituado pela Lei Municipal 11.837/95;

III - A responsabilidade pela promoção da limpeza completa da área compreendida no raio de 200,00(duzentos) metros do local em que a distribuição for autorizada é da empresa promotora do evento e deverá ser realizada até duas horas depois do término diário da autorização concedida.

Art. 45º - A responsabilidade pela utilização do espaço público será exclusivamente das Empresas de Promoção e Divulgação, que deverão estar inscritas no Cadastro de Contribuintes Mobiliários.

Art. 46º - A autorização para utilização do espaço público deverá ser requerida junto as Subprefeituras, respeitando-se sua área de competência, pela Empresa de Promoção e Divulgação no prazo mínimo de 3 (três) dias de antecedência da data do evento, mediante a apresentação de:

I - Requerimento assinado pela Empresa de Promoção e/ou Divulgação ou seu representante legal, do qual conste o nome da empresa patrocinadora, acompanhado de:

a) - Relação dos pontos de afixação de cavaletes e plaquetas, e da exposição das bandeiras, estandartes, plaquetas e "banners" ou assemelhados, com identificação exata do local, permitindo-se como margem de tolerância, o espaço eqüidistante de até 100 m (cem metros) do local indicado.

b) - Relação dos pontos de distribuição do material promocional (folheto ou assemelhado), constando obrigatoriamente a precisa indicação do cruzamento das vias públicas ou praças onde serão desenvolvidas as atividades.

II - Comprovante do recolhimento dos tributos municipais pertinentes, mediante apresentação de Certidão Negativa de Débito, expedida pela Secretaria das Finanças, com prazo de validade em vigor;

III - Prova de inscrição da Promotora do Evento no Cadastro dos Contribuintes Mobiliários - CCM;

00026



Folha nº <u>125</u> do proc.
Nº <u>406</u> de <u>02</u>

Adelina Cicone - Ass. Parlamentar

CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

IV - Certidões Negativas de débitos da Receita Federal, INSS e Sindicato Representativo da classe;

V - Não serão protocolizados requerimentos incompletos, com erros ou desacompanhados dos elementos previstos neste artigo;

VI - Esses procedimentos efetivam a regularização do anúncio temporário junto ao Poder Público ficando isento das demais disposições constantes na presente Lei, quanto ao licenciamento.

Art. 47º - Na guia de arrecadação paga no banco, deverão constar as razões sociais tanto da empresa promotora quanto da empresa patrocinadora, para que a guia tenha valor fiscal, e os recolhimentos somente serão feitos após a autorização de que trata o artigo anterior.

Art. 48º - Deferido o pedido, no prazo máximo de 03 (três) dias, contados da data de protocolo da solicitação junto ao competente, serão entregues, aos interessados, as respectivas autorizações, contra a apresentação do comprovante do recolhimento do preço público, devidamente autenticado por instituição financeira autorizada;

Parágrafo único - A autorização será fornecida à requerente através de cópia chancelada pela Prefeitura, com validade para 30 dias, contados da data do deferimento do pedido, abrangendo os feriados e finais de semana correspondentes, ou apenas para um final de semana. Em ambos os casos as autorizações deverão ser publicadas no Diário Oficial do Município.

Art. 49º - Os preços públicos a serem recolhidos pela utilização do espaço público, nos termos desta Lei, serão regulamentados por decreto específico, cobrados por pacotes, na seguinte proporção:

I - Trintídio:

Pacote 01:

(04 folhetos; 20 cavaletes e 10 plaquetas/"banners"/estandartes ou bandeiras) Pacote 02:

(08 folhetos; 40 cavaletes e 20 plaquetas/"banners"/estandartes ou bandeiras) Pacote 03:

(12 folhetos; 60 cavaletes e 30 plaquetas/"banners"/estandartes ou bandeiras) Pacote 04: (05 folhetos)

Pacote 05: (20 cavaletes)

Pacote 06: (05 bicicletas)

II - Final de semana:

Pacote 01: (04 folhetos; 20 cavaletes e 10 plaquetas/"banners"/estandartes ou bandeiras)

22000



Folha nº 126 do proc.

Nº 406 de 02

Adelina Ciccone - Ass. Parlamentar

RF. 100.406

CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

Pacote 02: (08 folhetos; 40 cavaletes e 20 plaquetas/"banners"/estandartes ou bandeiras)

Pacote 03: (12 folhetos; 60 cavaletes e 30 plaquetas/"banners"/estandartes ou bandeiras)

Pacote 04: (05 folhetos)

Pacote 05: (20 cavaletes)

Pacote 06: (05 bicicletas)

§ 1º - Para o cálculo dos preços públicos a serem recolhidos, será utilizada a legislação pertinente ou índice equivalente correspondente ao mês do dia do protocolo do requerimento que solicita a autorização.

§ 2º - Para um mesmo ponto de distribuição de folhetos ou assemelhados, poderão ser concedidas, no máximo, 05 (cinco) autorizações distintas, para os dias permitidos (sábados, domingos e feriados) evitando-se aglomeração de pessoas e transtorno no fluxo de veículos. Ao Poder Público caberá a responsabilidade desse controle e fiscalização.

§ 3º - Será permitida a utilização de bicicletas ou similares para veiculação de publicidade, respeitando-se para esta modalidade os preceitos que definem a TFA - Taxa de Fiscalização de Anúncios, obedecendo o estabelecido no art. 46 desta lei com referência a metragem do anúncio.

Art. 50º - O pedido de licenciamento do anúncio simples, será feito pela Internet. Nos casos em que não for possível este procedimento será necessária a apresentação dos seguintes documentos:

I - Requerimento apropriado devidamente preenchido e assinado por pessoa física ou jurídica, que declarará, sob sua exclusiva responsabilidade:

II - os elementos que caracterizam o anúncio;

III - o número do cadastro de Contribuintes Mobiliários - CCM no Município de São Paulo do proprietário do anúncio;

IV - o número do Contribuinte do Imposto Predial e Territorial Urbano - IPTU relativo ao imóvel onde se pretende instalar o anúncio;

V - a identificação e a autorização do proprietário ou do possuidor do imóvel onde se pretende instalar o anúncio.

VI - Outros documentos que vierem a ser especificados por ato do Executivo.

Parágrafo único - A autorização de que trata o inciso V deve conter expressa autorização, irrevogável e irretratável enquanto permanecer o anúncio, para entrada de agente do Poder Público no imóvel para vistoriar ou remover o anúncio, quando for considerado necessário pela autoridade municipal em cumprimento de disposições desta lei.

00028



Folha nº 127 do proc.

Nº 406 de 02

Adelina Cicone - Ass. Parlamentar

RF. 100.406

CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

Arti 51º - Para o pedido de licenciamento de anúncio complexo, será necessária a apresentação dos seguintes documentos:

I - Requerimento apropriado mencionado no inciso I do artigo 50º;

II - termo de responsabilidade técnica pela parte estrutural do anúncio, assinado por profissional legalmente habilitado, com firma reconhecida, pelo proprietário do anúncio e pela empresa instaladora;

III - termo de responsabilidade técnica pela parte elétrica do anúncio, assinado por profissional legalmente habilitado, com firma reconhecida, pelo proprietário do anúncio e pela empresa instaladora, no caso de anúncio dotado de dispositivo elétrico, independentemente de sua voltagem;

IV - Indicação de empresa instaladora responsável pela instalação do anúncio, bem como os números de suas inscrições junto ao Conselho Regional de Engenharia, Arquitetura e Agronomia - CREA e junto ao Cadastro de Empresas de Publicidade Exterior - CADEPEX, de que trata o artigo 60º desta Lei;

V - indicação do número de inscrição do proprietário do anúncio junto ao Cadastro de Empresas de Publicidade Exterior - CADEPEX, no caso do anúncio não estar relacionado com a atividade exercida no local de instalação;

VI- Outros documentos que vierem a ser especificados por ato do Executivo.

Art. 52º -Para o pedido de licenciamento de anúncio especial, será necessária a apresentação dos seguintes documentos:

I - Documentos mencionados nos incisos I a VI do artigo 51º;

II - Projeto do anúncio, contendo representação gráfica, em 02 (duas) vias, composta de plantas, elevações, seções e detalhes das características do anúncio e da edificação onde será instalado, indicando sua localização, em escala adequada, assinada por profissional habilitado, pelo proprietário do anúncio e pela empresa instaladora.

III- Declaração de dados técnicos pela parte estrutural e elétrica do anúncio, devidamente assinada pelos profissionais habilitados com firma reconhecida, proprietário do anúncio e pela empresa instaladora.

IV - Outros documentos que vierem a ser especificados por ato do Executivo.

Art. 53º - Se o pedido de licenciamento de anúncios especiais e complexos for requerido por órgão da administração direta, fundo especial, autarquia, fundação pública, empresa pública, sociedade de economia mista ou outra entidade controlada direta ou indiretamente pela União, Estados, Distrito Federal e Municípios, não será exigida a apresentação da empresa instaladora no ato do protocolamento.

§ 1.º - Com a apresentação dos documentos exigidos nos artigos 51º e 52º, estando o anúncio de acordo com as normas técnicas e de segurança, será expedido o Alvará de Aprovação para que o requerente possa proceder à licitação, nos termos

00029



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

da legislação vigente, visando contratar empresa responsável pela instalação do anúncio.

§ 2.º - O requerente terá o prazo de 180 (cento e oitenta) dias, contados a partir da publicação do Alvará de Aprovação, para apresentar a empresa instaladora, sob pena de ser indeferido o pedido de licença do anúncio.

§ 3.º - Após a apresentação da empresa instaladora será expedido o Alvará de Instalação de Anúncio.

Art. 54º. O pedido de licenciamento de anuncio especial será analisado pelo órgão responsável pelos aspectos de segurança, que emitirá parecer técnico.

§ 1.º - Havendo parecer desfavorável, o pedido de licenciamento será indeferido

§ 2.º - Havendo parecer favorável, e estando o anúncio de acordo com as normas técnicas, será expedido o Alvará de Instalação de Anúncio.

Art. 55º - O interessado terá o prazo de 90 (noventa) dias, contados a partir da data de expedição do Alvará de Instalação de Anúncio complexo ou especial, para comunicar ao órgão competente a instalação do anúncio e apresentar:

I- Contrato com empresa de manutenção do anúncio, quando o seu proprietário não for à empresa instaladora, bem como o número de sua inscrição junto ao Conselho Regional de Engenharia, Arquitetura e Agronomia - CREA e junto ao Cadastro de Empresas de Publicidade Exterior - CADEPEX;

II - Fotografia datada caracterizando perfeitamente o anúncio;

III - Apresentação da apólice de seguro do anúncio;

IV- Outros documentos que vierem a ser especificados por ato do Executivo.

Parágrafo único - O não atendimento ao disposto neste artigo, no prazo estabelecido, implicará na caducidade do Alvará de Instalação de Anúncio, propiciando o seu cancelamento e o indeferimento do pedido de licença.

Art. 56º - Verificado, pelo órgão competente, que o anúncio se encontra instalado em conformidade com o Alvará de Instalação de Anúncio complexo ou especial, o pedido de autorização será deferido e expedida a licença do Anúncio.

Art. 57º - O despacho de indeferimento de pedido de autorização de anúncio deverá ser devidamente fundamentado.

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

Art. 58º - 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 em Diário Oficial do Município.

§ 1.º - Os pedidos de reconsideração de despacho ou de recurso não terão efeito suspensivo, salvo no caso de instalação de anúncio previsto no artigo 59º.

00030



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

§ 2.º - O despacho da autoridade da última instância de recurso bem como o decurso do prazo recursal, encerram definitivamente a instância administrativa.

Art. 59º - O Poder Público Municipal deverá observar os seguintes prazos na tramitação dos pedidos de autorização:

I - 30 (trinta) dias para deferir ou indeferir o pedido de autorização para anúncio simples, contados a partir da data do seu protocolamento;

II - 45 (quarenta e cinco) dias para expedir o Alvará de Instalação de Anúncio ou indeferir o pedido de autorização para anúncio complexo ou especial, contados a partir da data do seu protocolamento;

III - 30 (trinta) dias para deferir ou indeferir o pedido de autorização para anúncio complexo ou especial, contados a partir da data em que o interessado comunicar a instalação do anúncio de acordo com o Alvará de Instalação expedido, nos termos do artigo 55º.

§ 1.º - O curso dos prazos previstos neste artigo ficará suspenso durante a pendência do atendimento, pelo interessado, de exigências feitas em "comunique-se".

§ 2.º - Decorridos os prazos estabelecidos nos incisos I e II deste artigo, o interessado deverá comunicar o órgão competente e, após 15 (quinze) dias desta comunicação, não havendo o indeferimento do pedido, poderá instalar o anúncio.

§ 3.º - A instalação prevista no parágrafo anterior não exime o interessado de atender a todas as disposições desta lei e recolher, de imediato, a taxa de fiscalização de anúncios - TFA.

§ 4.º - Na situação prevista no artigo 59º o interessado fica isento das sanções previstas pela exibição de anúncio sem a devida licença ou alvará de instalação.

Art. 60º - Fica criado o Cadastro de Empresas de Publicidade Exterior - CADEPEX, destinado ao registro de pessoas jurídicas cujo objeto social seja a venda, instalação, manutenção, locação, exibição ou exploração, por qualquer forma, ou seja responsável por comunicação visual exterior.

§ 1.º - O Cadastro de Empresas de Publicidade Exterior - CADEPEX será implantado na Secretaria da Habitação e do Desenvolvimento Urbano - SEHAB.

§ 2.º - Para requerer o cadastramento no Cadastro de Empresas de Publicidade Exterior - CADEPEX, a empresa interessada deverá apresentar :

- cópia do contrato social, acompanhada da última alteração, se houver, que comprove sua atividade no ramo com capital mínimo de R\$ 10.000 (dez mil reais)
- prova de inscrição no Cadastro de Contribuintes Mobiliários - CCM no Município de São Paulo;
- prova de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas - CNPJ;
- prova de inscrição no Conselho Regional de Engenharia, Arquitetura e Agronomia - CREA;

00031



Folha nº	130	do proc.
Nº	406	de 02

Adelina Cicone - Ass. Parlamentar

RF. 100.408

CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

- e) cópia da Carteira do CREA de seu responsável técnico;
- f) prova de regularidade do recolhimento do Fundo de Garantia por Tempo de Serviço - FGTS e do Programa de Integração Social - PIS;
- g) Prova de regularidade junto ao Instituto Nacional de Seguro Social - INSS;
- h) declaração de quitação dos recolhimentos das contribuições para o Sindicato Patronal e prova de recolhimento da contribuição sindical dos empregados;
- i) prova de recolhimento do Imposto sobre Serviço de qualquer natureza devido ao município sede da empresa relativo ao mês anterior ao pedido de cadastramento ou o respectivo alvará de funcionamento ou instrumento equivalente em se tratando de empresa nova.

§ 3.º - Caso o município sede da empresa não preveja a exibição de publicidade entre os serviços sujeitos ao ISS, deverá o requerente anexar a listagem oficial comprobatória daquela isenção.

§ 4.º - Os registros das empresas cadastradas terão validade de 1 (hum) ano e deverão ser renovados, a pedido das próprias empresas, mediante a apresentação dos documentos relacionados no parágrafo 2.º devidamente atualizados.

l) Para renovação do CADEPEX de empresas instaladoras deverão ser apresentadas as declarações de dados técnicos que acompanham a licenciamento dos anúncios.

§ 5.º - Serão automaticamente cancelados os registros que não forem renovados por mais de dois anos consecutivos.

SEÇÃO II

DA RENOVAÇÃO DA LICENÇA DO ANÚNCIO

Art. 61º - A renovação da licença do anúncio será feita mediante simples declaração do interessado de que não houve alteração nas características constantes da autorização original e apresentação dos termos de responsabilidade na forma constante do artigo 51º e 52º, e do contrato de manutenção, e apólice de seguro devidamente atualizados, quando for o caso.

Art. 62º - Qualquer alteração em anúncio ou na sua estrutura de sustentação implica na exigência de imediata solicitação de nova licença exceto quanto à inserção de aplique prevista no parágrafo 6º do artigo 36.

Parágrafo único - Fica dispensado da exigência prevista neste artigo o anúncio constituído de quadro próprio destinado à afixação de mensagem trocada

00032



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

periodicamente, desde que não ocorram alterações na sua estrutura, forma ou dimensões.

SEÇÃO III

DO CANCELAMENTO DA LICENÇA DO ANÚNCIO

Art. 63º - A licença do anúncio será automaticamente extinta nos seguintes casos:

- I - Por solicitação do interessado, mediante requerimento padronizado;
- II - Na data de vencimento do prazo de sua validade, caso não haja pedido de renovação;
- III - Quando ocorrer alteração nas características do anúncio;
- IV - Quando ocorrer mudança de local de instalação de anúncio;
- V - Quando ocorrer alteração nas características do imóvel,
- VI - Quando ocorrer alteração no número do Contribuinte do Imposto Predial e Territorial Urbano - IPTU, desde que por solicitação do contribuinte;
- VII - Quando ocorrer alteração no Cadastro de Contribuintes Mobiliários - CCM;
- VIII - Quando ocorrer o cancelamento da inscrição da empresa de manutenção no Cadastro de Empresas de Publicidade Exterior - CADEPEX, no caso de anúncio complexo ou de anúncio especial;
- IX - Quando o proprietário não apresentar contrato com nova empresa de manutenção quando for solicitado;
- X - Por infringência a qualquer disposição desta lei ou de seu decreto regulamentar, caso não sejam sanadas as irregularidades dentro dos prazos previstos.
- XI - Pelo não atendimento a eventuais exigências dos órgãos competentes.
- XII - Pela ocorrência do disposto nos incisos IX e X do Art. 10º.

SEÇÃO IV

DO CADASTRO DE ANÚNCIOS – CADAN

00033



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

Art. 64º - O licenciamento do anúncio implica no seu registro no Cadastro de Anúncios - CADAN, criado pela Lei n.º 8.730 de 07 de junho de 1.978.

§ 1.º - O registro no Cadastro de Anúncios - CADAN poderá ser promovido de ofício.

§ 2.º - Na hipótese do parágrafo anterior, o responsável pelo anúncio, ou o proprietário ou possuidor do imóvel onde este estiver instalado, será notificado a prestar as declarações e apresentar os documentos necessários previstos nesta lei.

§ 3º O anúncio instalado em mobiliário ou equipamento urbano não dependerá de registro no CADAN, sujeitando-se ao que tenha ficado disposto no respectivo contrato de permissão ou concessão.

Art. 65º - O registro de ofício no Cadastro de Anúncios - CADAN não implica o reconhecimento da regularidade do anúncio.

Art. 66º - O anúncio deverá ser identificado através do número de seu Alvará de Instalação ou de sua Licença, bem como do número de inscrição no Cadastro de Contribuintes Mobiliários - CCM, do proprietário do anúncio.

§ 1.º - Os números da Autorização ou do Alvará de Instalação e do CCM poderão ser reproduzidos no anúncio através de pintura, adesivo, autocolante ou, ainda, ser incorporado ao anúncio como parte integrante de seu material e confecção, devendo sempre apresentar condições análogas às do próprio anúncio, no tocante à resistência e durabilidade.

§ 2.º - Os números da Autorização ou do Alvará de Instalação e do CCM deverão estar em posição destacada em relação às outras mensagens que integram o conteúdo do anúncio.

§ 3.º - Os anúncios instalados em cobertura de edificação ou em locais fora do alcance visual do pedestre deverão também ter os números da Autorização ou do Alvará de Instalação e do CCM afixados, permanentemente, no acesso principal da edificação ou do imóvel em que se encontrem, e mantidos em posição visível para o público, de forma destacada e separada de outros veículos de comunicação visual eventualmente afixados no local.

§ 4.º - A inscrição dos números da Autorização ou do Alvará de Instalação e do CCM deverá oferecer perfeitas condições de legibilidade ao nível do pedestre, mesmo à distância, salvo nas hipóteses previstas no parágrafo anterior.

Art. 67º - Além da obrigatoriedade de identificação do anúncio, através da inscrição dos números da Autorização ou do Alvará de Instalação e do cadastro de Contribuintes Mobiliários - CCM, o responsável pelo anúncio deverá manter, à disposição da fiscalização, 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 - TFA.

00034



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

SEÇÃO V DOS RESPONSÁVEIS PELO ANÚNCIO

Art. 68º - São solidariamente responsáveis pelo anúncio:

I - A empresa registrada no CADEPEX que tenha requerido a licença do anúncio;

II - O proprietário ou o possuidor do imóvel onde o anúncio estiver instalado;

III - O anunciante

IV As empresas concessionárias ou permissionárias de mobiliário e equipamento urbano.

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

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

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

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

Art. 69º - As empresas que assinarem contratos de manutenção de anúncios de propriedade de terceiros se submetem aos seguintes procedimentos:

I) Comunicar imediatamente à SEHAB no caso de rompimento do contrato de manutenção ressaltando sua responsabilidade;

II) Firmar contratos de manutenção que, assinados também pelo (s) engenheiro (s) responsável (eis) como garantidores pela sua efetividade, deverão relacionar o anúncio ou anúncios, seus tipos, dimensões e localizações, bem como seus números de alvará.

III) Apresentar à SEHAB relatórios trimestrais assinados pelos engenheiros responsáveis relacionando todos os anúncios sob sua responsabilidade e as correspondentes vistorias.

IV) Atender à intimação pela falta de manutenção do anúncio sob sua responsabilidade, sob pena de ter seu CADEPEX suspenso.

00035



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

Folha nº 134 do proc.
Nº 406 de 62
Adelina Cicone - Ass. Parlamentar
RF. 100.105

Parágrafo único – ocorrendo a rescisão do contrato de manutenção, ou tendo sido suspenso o CADEPEX da empresa mantenedora, a SEHAB abrirá prazo de 15 (quinze) dias para a empresa proprietária do anúncio apresentar novo contrato.

SEÇÃO VI

DAS INSTÂNCIAS ADMINISTRATIVAS E COMPETÊNCIAS

Art. 70º - Para apreciação e decisão da matéria tratada nesta lei, serão observadas as seguintes instâncias administrativas:-

- I- No âmbito da competência da Secretaria da Habitação e do Desenvolvimento Urbano - SEHAB:
 - a) Diretor de Divisão Técnica;
 - b) Diretor do Departamento Técnico;
 - c) Secretário da Habitação e do Desenvolvimento Urbano;
 - d) Comissão de Proteção à Paisagem Urbana – CPPU;
 - e) Prefeito.
- II- No âmbito da competência das Subprefeituras:-
 - a) Supervisor do Uso e Ocupação do Solo;
 - b) Subprefeito;
 - c) Secretário da Secretaria de Subprefeituras;
 - d) Comissão de Proteção à Paisagem Urbana – CPPU;
 - e) Prefeito.

Art. 71º. Compete à Secretaria da Habitação e do Desenvolvimento Urbano, para os fins destas leis:

- I - Supervisionar e articular a atuação das Subprefeituras em matéria de paisagem urbana;
- II – Cadastrar, inscrever e aprovar os anúncios no Cadastro de Anúncios - CADAN;
- III- Adotar os procedimentos para o cumprimento do disposto nesta lei;

00036



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

IV - Expedir atos normativos administrativos para fiel execução desta lei e de seu regulamento, decidindo e apreciando sobre a matéria pertinente, nos termos do artigo 70o.

V - Cadastrar as empresas de publicidade exterior.

Art. 72º. Compete à Comissão de Proteção à Paisagem - CPPU, para os fins destas lei:

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

II - Apreciar os relatórios de gestão da paisagem urbana a serem anualmente apresentados pelas subprefeituras, apresentando as recomendações que couberem;

III - Dirimir dúvidas na interpretação de dispositivos desta lei ou em face de casos omissos;

IV - Propor atos normativos sobre a ordenação dos anúncios, paisagem e meio ambiente;

V- Expedir atos normativos administrativos para fiel execução desta lei e de seu regulamento, decidindo e apreciando sobre a matéria pertinente, nos termos do artigo 70o.

Art. 73º. Compete às Subprefeituras:

I - receber a comunicação de colocação de anúncios transitórios, temporários e de anúncios infláveis, inclusive sob a forma de balão;

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

Art. 74º - 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 e outros aspectos conexos.

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

00037



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

CAPÍTULO IV DO PROCEDIMENTO LICENCIATÓRIO Das infrações e penalidades

Art. 75º - Para os fins desta lei, consideram-se infrações:

I - exhibir anúncio:

- a) sem a necessária licença ou , alvará de instalação,
- b) com dimensões maiores que as aprovadas;
- c) fora do prazo constante da licença ou do alvará de instalação;

II - manter o anúncio:

- a) em mau estado de conservação;

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

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

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

§ 1.º - Para todos os efeitos desta lei, respondem solidariamente pela infração praticada o infrator e os responsáveis pelo anúncio nos termos do artigo 71.60

§ 2.º - O enquadramento previsto no inciso II deste artigo independe da regularidade do anúncio.

Art. 76º - A inobservância das disposições desta lei sujeita os infratores às seguintes penalidades:

I - responsáveis pelo anúncio:

- a) multa;
- b) cancelamento da autorização;
- c) remoção do anúncio.

II - Empresas instaladora e de manutenção:

- a) suspensão do registro no Cadastro de Empresas de Publicidade Exterior - CADEPEX por prazo não superior a 1 (hum) ano ou até ser sanada a irregularidade que a motivou, sob pena do cancelamento definitivo do registro.

00038



Folha nº 137 do proc.

Nº 406 de 02

Adelina Cicone - Ass. Parlamentar

RF. 100.406

CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

Parágrafo único - Sem prejuízo das demais penalidades cabíveis, a Municipalidade comunicará ao órgão federal fiscalizador do exercício profissional qualquer irregularidade que envolver os responsáveis técnicos pelo anúncio ou as empresas de manutenção e instalação.

Art. 77º - Na aplicação da primeira multa, sem prejuízo das demais penalidades cabíveis, o infrator será intimado a regularizar o anúncio ou a removê-lo, quando for o caso, dentro dos seguintes prazos:

I - 30 (trinta) dias, no caso de anúncio especial;

II - 15 (quinze) dias, no caso dos demais anúncios;

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

§ 1.º - Os prazos estabelecidos nos incisos I e II deste artigo poderão ser prorrogados uma única vez, por igual período, por motivo de força maior devidamente comprovado, mediante requerimento do interessado.

§ 2.º - O poder público poderá interditar e providenciar a remoção imediata do anúncio em caso de risco iminente de segurança ou reincidência na prática de infração, não se responsabilizando por quaisquer danos causados ao anúncio, quando da remoção.

§ 3.º - Nos demais casos, os responsáveis serão obrigados a remover o anúncio irregularmente instalado, sob pena da Municipalidade promover a sua imediata remoção após expirado o prazo fixado em segunda notificação ao responsável pelo anúncio para esta finalidade, sem que o mesmo tenha sido removido.

Art. 78º - As multas serão aplicadas da seguinte forma:

I - primeira multa correspondente a R\$ 1000 (mil reais) para anúncios com área até 10 m² (dez metros quadrados);

II - para cada metro quadrado que exceder a 10 m² (dez metros quadrados) será acrescida R\$ 50 (cinquenta reais);

III - persistindo a infração após a aplicação da primeira multa e da intimação de que trata o artigo 77, sem que sejam respeitados os prazos previstos, será aplicada uma multa correspondente ao dobro da primeira e reaplicada a cada 15 (quinze) dias a partir da lavratura da multa anterior, até a efetiva regularização ou remoção do anúncio.

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

TÍTULO IV DAS DISPOSIÇÕES FINAIS E TRANSITÓRIAS

00039



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

Art. 79º - As licenças expedidas sob a vigência da legislação anterior terão sua validade respeitada.

§ 1º Havendo mais de uma peça publicitária num mesmo lote terá a precedência o proprietário do anúncio cuja peça tenha a licença mais antiga em curso, e como segundo critério o contrato de locação mais antigo do espaço junto ao proprietário ou possuidor do imóvel.

§ 2º A adequação dos anúncios publicitários aos termos desta lei obedecerá os seguintes prazos a partir da promulgação desta lei:

- I) 6 meses para os anúncios instalados nas vias N1 ;
- II) 12 meses para os anúncios instalados nas vias N2;
- III) 18 meses para os anúncios instalados nas vias N3.

§ 3º As licenças que vencerem antes do prazo previsto no parágrafo anterior terão sua validade prorrogada até o final dos referidos prazos.

Art. 80º - O Poder Executivo promoverá as medidas necessárias para viabilizar a aplicação, em sistema computadorizado, das normas desta lei.

Art. 81º - O Poder Executivo deverá fixar, por portaria, a padronização dos modelos de requerimentos e demais documentos necessários.

Art. 82º - Os pedidos de autorização e licença de anúncios protocolados anteriormente à data da publicação desta lei, serão analisados nos termos da legislação vigente à época.

Art. 83º - O Poder Executivo poderá celebrar termo de cooperação com a iniciativa privada, visando à execução e manutenção de melhorias urbanas, ambientais e paisagísticas, e à conservação de áreas públicas, atendido o interesse público.

§ 1.º - 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 destas placas na paisagem.

§ 2.º - Nos casos em que, em função da celebração de termo de cooperação, for permitida a instalação de publicidade em bens públicos municipais de uso comum, deverão ser observadas as normas desta lei e as disposições a serem estabelecidas em decreto do Executivo.

§ 3.º - Os termos de cooperação previstos no parágrafo anterior terão prazo de validade de no máximo 3 (três) anos e deverão ser publicados na íntegra no Diário Oficial do Município, no prazo máximo de 30 (trinta) dias da sua assinatura.

00040



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

Art. 84º - O poder público poderá firmar convênios com entidades de classe para a implantação de cadastros profissionais de empresas promotoras de eventos e do Cadeplex, ou outros que promovam a agilização da observância desta lei.

Art. 85º - Fazem parte integrante desta lei :

Anexo I – Locais para fins de adequação ao disposto nesta lei.

Anexo II – Anúncios Publicitários.

Anexo III – Anúncios Indicativos.

Art. 86º - O Poder Executivo regulamentará a presente lei no prazo de 180 (cento e oitenta) dias após sua publicação.

Art. 87º - A SMSP e/ou as Subprefeituras poderão celebrar contratos com empresas privadas delegando as atividades previstas nesta lei, com vista a maior eficiência e transparência na Fiscalização dos Anúncios:

§ 1º - As empresas contratantes, poderão prestar serviços de Fiscalização, durante o prazo estabelecido entre as partes, com ressarcimento dos recursos apropriados.

§ 2º - As empresas contratantes poderão prestar serviços de Remoção de Anúncios, durante o prazo estabelecido entre as partes, com ressarcimento dos recursos apropriados.

§ 3º - Os recursos para a implementação das medidas deste artigo serão originários do Fundo Municipal de Melhoria da Paisagem.

Artigo 88º - As despesas com a execução desta lei correrão por conta das dotações orçamentárias próprias.

Artigo 89º - Ficam mantidas as disposições Decreto n.º 33.394, de 14 de julho de 1.993, com as alterações posteriores, até nova regulamentação.

Artigo 90º - Ficam mantidas as disposições dos Decretos n.º 33.389, n.º 33.390, n.º 33.391, n.º 33.392, n.º 33.393, n.º 33.394 e n.º 33.395, todos de 14 de julho de 1.993, observadas as disposições da presente lei.

Artigo 91º - Esta lei entrará em vigor na data de sua publicação, revogadas as disposições em contrário, em especial, as Leis n.º 12.115, de 28 de junho de 1996, n.º 12.513, de 05 de novembro de 1997, 12.515, de 1997 e n.º 13.100, de 08 de dezembro de 2000.

São Paulo, de 2003

Sala das Comissões

00041



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

Anexo I

Relação de vias

1. Av. Giovanni Gronchi
2. Av. Águas Espraiadas
3. Rua Pamplona
4. Av. Roque Petroni / Av. Prof. Vicente Rao
5. Av. Ver. João de Luca / Av. Cupecê
6. Marginal Pinheiros – Sentido Cebolão
7. Marginal Pinheiros – Sentido Interlagos
8. Av. do Estado / Av. Francisco Mesquita
9. Av. Ermano Marchetti / Marques de S. Vicente / Nicolas Bôer / Faustolo
10. Av. 9 de Julho / Av. Cidade Jardim
11. Av. Tiradentes / Av. Santos Dumont / Av. Voluntários da Pátria / Av. Santa Inês
12. Av. Rangel Pestana / Av. Celso Garcia
13. Av. Salim F. Maluf / Av. Ver. Abel Ferreira / Av. Pres. Dutra
14. Av. 23 de Maio / Av. Rubem Berta / Av. Moreira Guimarães
15. Av. Cruzeiro do Sul / Zaki Narchi / Av. Dumont Villares
16. Av. Pompéia / Av. Caetano Álvares / Av. Braz Leme / Av. Imirim
17. Av. Interlagos / v. Sem. Teotônio Vilela
18. Av. Guarapiranga / Av. Robert Kenedy / Av. Rio Bonito / Av. Washington Luís
19. Av. Corifeu de A Marques / Av. Vital Brasil / Av. Alvarenga
20. Rua da Consolação / Av. Rebouças / Av. Eusébio Matoso / Av. Francisco Morato

00042



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

Folha nº 141 do proc.
Nº 406 de 02
Adelina Cicone - Ass. Parlamentar
RF 100.106

21. Av. Casa Verde / Av. Ordem e Progresso / Av. Alfredo Pujol / R. Hélio de Barros
22. Av. Inajar de Souza / Nossa Senhora do Ó / Av. Dep. Emílio Carlos
23. Av. Alcântara Machado / Rua Melo Freire / Av. Conde de Frontim
24. Av. Amador Bueno da Veiga / Av. São Miguel
25. Av. Eng. Oscar Americano / Av. Morumbi / Av. Padre Lebre
26. Av. Ibirapuera / Av. Ver. José Diniz / Av. Adolfo Pinheiro / Antônio de Macedo Soares
27. Av. Valdemar Ferreira / Rua Sapetuba / Três Poderes / Rod. Raposo Tavares
28. Av. Dr. Arnaldo / Rua Heitor Penteado / Rua Cerro Corá / Rua Aurélia
29. Av. Nova Cantareira / Doutor Zuqim / Maria Amália Lopes de Oliveira
30. Av. Otto Baumgart / Rua Maria Cândida / Rua Chico Pontes
31. Av. Aricanduva / Av. Assis Ribeiro / Via Parque / Rod. Fernão Dias
32. Av. João XXIII / Av. Itaquera
33. Av. Domingos de Moraes / Av. Jabaquara / Av. Armando de Arruda Pereira
34. Av. Liberdade / Rua Vergueiro
35. Av. Brasil / Rua Henrique Schauman / Av. Paulo VI / Av. Sumaré / Av. Antártica
36. Av. Eliseu de Almeida / Pça. Aureliano Pimentel / Av. Pirajussara / Av. Mal. Hastinfilo de Moura / Estr. Campo Limpo
37. Marginal Tietê – Sentido Lapa
38. Marginal Tietê – Sentido Penha
39. Av. Abraão de Moraes / Av. Ricardo Jafet / Av. Dom Pedro I / Av. do Cursino / Av. Gentil de Moura
40. Av. Prof. Luís Inácio de Anhaia Melo
41. Av. Faria Lima / Largo da Batata / Hélio Pelegrino
42. Av. República do Líbano / Av. Indianópolis

00043



Folha nº <u>142</u> do proc.
Nº <u>406</u> de <u>02</u>

Adelina Cicone - Ass. Parlamentar

RP 107406

CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

43. Av. Pedroso de Moraes / Prof. Fonseca Rodrigues / Gastão Vidigal
44. Av. Tancredo Neves / Via Anchieta / Av. Padre Arlindo Vieira
45. Av. Juntas Provisórias / Av. Almirante Delamare
46. Av. dos Bandeirantes / Av. Luís Carlos Berrini / Rua Funchal
47. Av. Santo Amaro / Av. João Dias / Estr. Itapecerica / Rua Henri Dunant
48. Rua Estela / Rua Nicolau de Souza Queiroz / Av. Lins de Vasconcelos
49. Rua Maestro Cardim / Rua 13 de Maio / Rua Manoel Dutra / Av. Brigadeiro Luís Antônio / Av. Mal. Stenio de Albuquerque
50. Av. Paulista / Al. Santos / Av. Bernardino de Campos
51. Av. Jorge João Saad / Av. Maria Coelho de Aguiar
52. Av. Prestes Maia / Al. Gleite / Av. São João / Elevado Costa e Silva / Av. Francisco Matarazzo / Rua Ministro Godói
53. Rua Amaral Gurgel / Rua Álvaro de Carvalho / Rua Augusta / Rua Santo Antônio / Acesso ao Viaduto D. Paulina / Rua Asdrúbal do Nascimento
54. Av. Escola Politécnica / Av. Queiroz Filho / Av. Jaguaré / v. Presidente Altino / Rua Francisco Ferrari
55. Av. Ascendino Reis / Rua Sena Madureira
56. Av. Raimundo Pereira de Magalhães / Rod. Bandeirantes

00044

Anexo II – Anúncios Publicitários:

Vias Estruturais	ALIE e INE				Empena			Cobertura **	
	H mín (m)	H máx (m)	COTA	Rarefação (m) - (1)	Hed	Área máx.	Rarefação (m)	Hed	H do anúncio
N1	3,00	6,00	3	9,00	20	70%	50	20	1+1/4Hed
	10,00	15,00	3	50,00					
N2	3,00	6,00	3	9,00	20	50%	50	20	1+1/4Hed
	10,00	15,00	3	50,00					
N3	3,00	6,00	3	9,00	20	50%	50	20	1+1/4Hed
	10,00	15,00	3	30,00					
*Coletoras	3,00	6,00	3	9,00	20	50%	50	20	1+1/4Hed
	10,00	15,00	3	30,00					

(1) Os anúncios televisivos não se enquadram na rarefação proposta devendo entretanto ser respeitada a rarefação de 350 metros entre anúncios deste tipo, instalados na mesma visibilidade e no mesmo fluxo da via.

* Conforme condições de utilização previstas no artigo 11º inciso XV

** Altura do anúncio limitada a 12 metros para prédios acima de 15 metros.

OBS.: ALIE: Área Livre do imóvel edificado / INE : Imóvel não edificado

Folha nº 2473 do proc.
Nº 406 de 02
Adelino Ciccone - Ass. Parlamentar
RF: 100.406

00045

ANEXO III - ANÚNCIOS INDICATIVOS

VIAS ESTRUTURAIS	FACHADA				ALIE E INE		QUOTA
	PARALELO		PERPENDICULAR		Hmin.	Hmax	
	Hmin.	Hmax	Hmin.	Hmax			
N I	2,20	6,0	2,80	6,0	---	6,0	2,0
N 2 / N 3	2,20	6,0	2,80	6,0	---	6,0	2,0
COLETORAS	2,20	6,0	2,80	6,0	---	6,0	1,0
LOCAIS	2,20	6,0	2,80	6,0	-	6,0	1,0
ENVOLTÓRIAS (1)	2,20	6,0	2,80	6,0	---		0,8

(1) - Quando em área livre, apenas em muro ou anteparo vertical.

Myriam Athie
autora

Folha nº 244 do proc.
Nº 4662 de 02
Adelino Cícero - Ass. Parlamentar
RF. 100.406

00046

9

CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

SEGUE, juntado nesta data, papel p/ informação/
documento, rubricado sob folha nº 145-149, disp/53 A)

03 102 103 a)

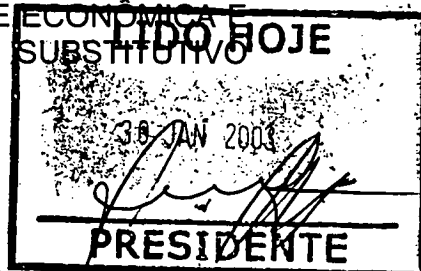
Denise A. Tanouye Montini
Ass. Téc. Dir. IV - RF 10.750



Câmara Municipal de São Paulo

Folha nº 145 do proc.
nº 01-406 de 2002
Denise A. Tardes e Montini
Ass. Téc. Dir. IV - RF 10.750

PARECER CONJUNTO DAS COMISSÕES REUNIDAS DE
CONSTITUIÇÃO E JUSTIÇA; DE POLÍTICA URBANA,
METROPOLITANA E MEIO AMBIENTE; DE ADMINISTRAÇÃO
PÚBLICA; DE TRÂNSITO, TRANSPORTE E ATIVIDADE ECONÔMICA E
DE FINANÇAS E ORÇAMENTO SOBRE O SUBSTITUTIVO
APRESENTADO AO PROJETO DE LEI Nº 406/02



Trata-se o presente de substitutivo apresentado em Plenário, na forma do artigo 270 do Regimento Interno, ao projeto de lei 406/02, de autoria da nobre Vereadora Myryam Athie, que disciplina o uso da paisagem urbana para fins de ordenação de anúncios.

O substitutivo apresentado visa aperfeiçoar o projeto original sem modificações, no entanto, que alterem a fundamentação jurídica já exarada no parecer da Comissão de Constituição e Justiça.

Face ao exposto, opina-se pela

LEGALIDADE

No mérito, nada há a opor ao substitutivo apresentado pela própria autora, que tem o intuito de aperfeiçoar o projeto original, adequando-o melhor as necessidades do Município de São Paulo.

Face ao exposto, o parecer das comissões de mérito é

FAVORÁVEL

Sob o aspecto financeiro, nada há a opor ao substitutivo, uma vez que as despesas para sua execução correrão por conta de dotações orçamentárias próprias, suplementadas se necessário.

Face ao exposto, o parecer é

FAVORÁVEL.

COMISSÃO DE CONSTITUIÇÃO E JUSTIÇA

COMISSÃO DE POLÍTICA URBANA, METROPOLITANA E MEIO
AMBIENTE

[Handwritten signatures and initials]



Câmara Municipal de São Paulo

Folha nº 146do proc.

nº 01-406de 20.02.

Denise A. Tanóbye Montini
Ass. Téc. Dir. IV - RF 10.750

PARECER CONJUNTO DAS COMISSÕES REUNIDAS DE
CONSTITUIÇÃO E JUSTIÇA; DE POLÍTICA URBANA,
METROPOLITANA E MEIO AMBIENTE; DE ADMINISTRAÇÃO
PÚBLICA; DE TRÂNSITO, TRANSPORTE E ATIVIDADE ECONÔMICA E
DE FINANÇAS E ORÇAMENTO SOBRE O SUBSTITUTIVO
APRESENTADO AO PROJETO DE LEI Nº 406/02

COMISSÃO DE ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA

COMISSÃO DE TRÂNSITO, TRANSPORTE E ATIVIDADE ECONÔMICA

COMISSÃO DE FINANÇAS E ORÇAMENTO



Folha nº 148.....do proc.

nº 01-406.....de 2002

Denise A. Taniguchi Montini

Ass. Téc. Dir. IV / RF 10.750

VOTAÇÃO NOMINAL

Substitutivo ao Projeto de Lei nº 406/02, Ver. Myryam Athie

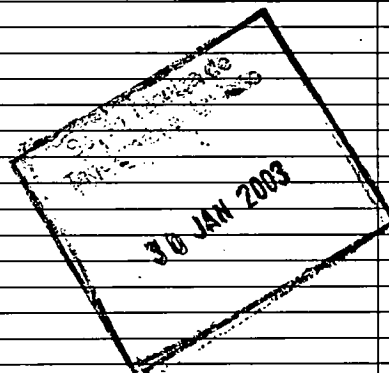
22ª SESSÃO DA CONVOCAÇÃO EXTRAORDINÁRIA

Nº Sessão: 512

Nº Vot.: 4

Data Sessão: 30/01/2003

Partido	UF	Nome do Vereador	Voto	Partido	UF	Nome do Vereador	Voto
PRESIDENTE			SIM				
PC DO B	SP	ALCIDES AMAZONAS	ABST.				
PC DO B	SP	ANA MARTINS	ABST.				
PL	SP	ANTONIO CARLOS RODRIGUES	SIM				
PL	SP	ANTONIO PAES - BARATÃO	SIM				
PTB	SP	ATILIO FRANCISCO DA SILVA	SIM				
PT	SP	AUGUSTO CAMPOS	SIM				
PT	SP	BETO CUSTÓDIO	SIM				
PDT	SP	CARLOS APOLINÁRIO	SIM				
PFL	SP	CELSO CARDOSO	SIM				
PT	SP	CLAUDETE ALVES	SIM				
PC DO B	SP	CLAUDIO FONSECA	ABST.				
PSDB	SP	DALTON SILVANO	SIM				
PPS	SP	EDVALDO ESTIMA	SIM				
PDT	SP	ELISEU GABRIEL	SIM				
PSD	SP	FARHAT, JOSÉ ROGÉRIO	SIM				
PSDB	SP	GILSON BARRETO	SIM				
PMDB	SP	GOULART, ANTONIO	SIM				
PDT	SP	HUMBERTO MARTINS	SIM				
PT	SP	JOÃO ANTÔNIO	SIM				
PMDB	SP	JOOJI HATO	SIM				
PT	SP	JOSÉ LAURINDO	SIM				
PT	SP	JOSÉ MENTOR	SIM				
PMDB	SP	JOSÉ OLÍMPIO	SIM				
PMDB	SP	JOSÉ VIVIANI FERRAZ	SIM				
PPS	SP	MYRYAM ATHIE	SIM				
PT	SP	NABIL BONDUKI	NAO				
PTB	SP	PAULO FRANGE	SIM				
PL	SP	RAUL CORTEZ	SIM				
PMDB	SP	ROGER LIN	SIM				
PB	SP	SALIM CURIATI	SIM				
PSB	SP	TONINHO CAMPANHA	SIM				
PL	SP	TONINHO PAIVA	SIM				
PSL	SP	VANDERLEI DE JESUS	SIM				
PT	SP	VICENTE CÂNDIDO	SIM				
PPB	SP	WADIH MUTRAN	SIM				
PT		Edvaldo Cardoso	SIM				
PSB		Rubens Calvo	~				



Presid.: ARSELINO TATTO

1º Vice.: *

1º Secr.: *

Votos Sim: 32 34

Votos Não: 1

Votos Abst: 3

Total: 36

Operad.: PAINEL ELETRÔNICO

Emissão em: 30/01/03 - 22:50



Câmara Municipal de São Paulo

DEPARTAMENTO TÉCNICO DE TAQUIGRAFIA

Folha nº 145 do 1º de 1907 do proc.
de 2002
Ass. Téc. Dir. IV - RF 10.750

Rod.: 06 Folha: 27 Taq.: Monteiro Sessão: 190-SE
Orador: Data: 07-11-02 Sem Revisão da Taquigrafia

76. PL 406/02, da Vereadora Myryam Athie (PMDB)

Disciplina o uso da paisagem urbana para fins de



Câmara Municipal de São Paulo

DEPARTAMENTO TÉCNICO DE TAQUIGRAFIA

Folha nº 146 do 130-A7 do proc.

01.406 de 20.02
Ass. Tec. Dir. IV - R# 10.750

Rod.: 06	Folha: 28	Taq.: Monteiro	Sessão: 190-SE
Orador:	Data: 07-11-02	Sem Revisão da Taquigrafia	

ordenação de anúncios.

Fase da discussão: 1ª

Aprovação mediante voto favorável da maioria absoluta dos membros da Câmara.

O SR. PRESIDENTE (Goulart - PMDB) - Solicito à Sra. Secretária que faça a leitura do Parecer das Comissões.

- É lido o seguinte:



Câmara Municipal de São Paulo

DEPARTAMENTO TÉCNICO DE TAQUIGRAFIA DT-10

Folha nº 147 do 151-A do proc.

01/06/2002
Ass. Téc. Dir. IV - RF 10.750

Rod.: 06 Folha: 29

Taq.: Monteiro

Sessão: 190-SE

Orador:

Data: 07-11-02

Sem Revisão da Taquigrafia

O SR. PRESIDENTE (Goulart - PMDB) - Em discussão. Tem a palavra o nobre Vereador Roberto Tripoli. (Pausa) S.Exa. desiste. Não há mais oradores inscritos; está encerrada a discussão. A votos. Os Srs. Vereadores favoráveis permaneçam como estão; os contrários, ou aqueles que desejarem verificação nominal de votação, manifestem-se agora.

O SR. SALIM CURIATI (PPB) (Pela ordem) - Sr. Presidente, registre o voto contrário deste Vereador.

O SR. RICARDO MONTORO (PSDB) - (Pela ordem) - Sr. Presidente, registre o voto contrário da bancada do PSDB.

A SRA. ANA MARTINS (PC do B) - (Pela ordem) - Sr. Presidente, registre o voto contrário da bancada do PC do B.

O SR. PRESIDENTE (Goulart - PMDB) - Registrem-se os votos contrários das bancadas do PSDB e do PC do B e do Vereador Salim



Câmara Municipal de São Paulo

DEPARTAMENTO TÉCNICO DE TAQUIGRAFIA

Ass. Téc. Dir. IV - RF 10.750

Folha nº 148 do proc. 152 71

de 2002

Rod.: 06 Folha: 30

Taq.: Monteiro

Sessão: 190-SE

Orador:

Data: 07-11-02

Sem Revisão da Taquigrafia

Curiati. Está aprovado.

Passemos ao item seguinte.

77. PL 611/02, da Vereadora Claudete Alves (PT)

)Monteiro(

77. PL 611/02, da Vereadora Claudete Alves (PT). Introduz alterações e acrescenta dispositivos na Lei nº 11.434/93, que dispõe sobre a organização dos Quadros dos Profissionais de Educação da Prefeitura do Município de São Paulo. Fase da discussão: 1ª. Aprovação mediante voto favorável da maioria absoluta dos membros da Câmara.

O SR. PRESIDENTE (Goulart - PMDB) - Peço que seja lido o parecer das Comissões.

- É lido o seguinte:

(Parecer das Comissões)



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

Papel para informação, rubricado como folha n.º 153 ✓

do processo n.º 01-406 de 2002 03, 02, 03 (a) Denise A. Tanouye Montini
Ass. Téc. Dir. IV - RF 10.750

À LEG. 3 – SR. CHEFE:

O substitutivo da autora, às fls. 99/144, ao presente projeto, foi aprovado em 2ª discussão e votação na 22ª Sessão de Convocação Extraordinária, de 30 de janeiro do corrente, estando em condições de ser encaminhado à sanção.

03/02/03

KAREN LIMA VIEIRA

Assessor Técnico Legislativo Chefe Subst.
ATM

RECEBIDO EM LEG. 3

04 / 02 / 03

Sra. Paula,

Juntar ao presente processo o memorando Leg.3 n.º 04/2003.

03/02/2003

JOSÉ CRISTINO SOUZA SANTOS
Chefe de Seção Técnica IV Substituto

Sr. Chefe,

Juntado conforme solicitação de V. Sª.

03/02/2003

Paula Kawase
Oficial Legislativo

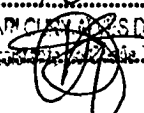
Denise A. Tanouya Honório
Ass. Téc. Dir. IV - RF 10.220

SE GUE...14...juntado 2... nesta data, documento e papel para informação, rubricado

sob folha 1... nº 154/154.....

Em 03/02/03.....

ROSMÁRIO DOS SANTOS

(a)




Folha nº	154	do proc.
nº	01-406	de 2002

ROSAMARIA CUPY ALVES DOS SANTOS
Assessoria da Diretoria Técnica

CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

São Paulo, 03 de fevereiro de 2003.

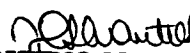
MEMORANDO LEG.3 nº 04/2003

Ao DT.7

Senhora Diretora,

Tendo sido observadas incorreções de numeração e de grafia no texto referente ao Projeto de Lei nº 406/02, de autoria da Vereadora Myryam Athie, que dispõe sobre a ordenação de anúncios na paisagem do Município de São Paulo e dá outras providências, solicito o encaminhamento do presente à Presidência da Casa, para que a mesma autorize, se assim entenda, a correção dos erros apontados.

Segue anexo relação das incorreções encontradas.


JOSÉ CRISTINO SOUZA SANTOS
Chefe de Seção Técnica IV Substituto



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

Art. 8º

Renumeração dos incisos VIII a XXXV para VII a XXXIV e por consequência das remissões feitas a esses incisos:

no artigo 16, § 2º - devendo nele constar " ... inciso X do artigo 8º ...";

no artigo 20, "caput" - devendo nele constar " ... inciso XV do artigo 8º ...".

Art. 48

Inclusão da expressão "ao órgão", no artigo 48, após "... solicitando junto ..." ficando o artigo assim redigido:

"Art. 48 - Deferido o pedido, no prazo máximo de 03 (três) dias, contados da data de protocolo da solicitação junto ao órgão competente, serão entregues, aos interessados, as respectivas autorizações, contra a apresentação do comprovante do recolhimento do preço público, devidamente autenticado por instituição financeira autorizada."

Art. 49, § 3º

Correção da remissão, neste artigo, de artigo 46 para artigo 43, ficando o artigo 49, § 3º assim redigido:

"Art. 46 -

§ 3º - Será permitida a utilização de bicicletas ou similares para veiculação de publicidade, respeitando-se para esta modalidade os preceitos que definem a TFA - Taxa de Fiscalização de Anúncios, obedecendo o estabelecido no artigo 43 desta lei, com referência à metragem do anúncio."

Art. 60, 2ª alínea "f"

Correção de numeração da 2ª alínea "f" para alínea "g"

Art. 69, 2º inciso III

Correção de numeração do 2º inciso III para inciso IV

Art. 75, § 1º

Correção da remissão, no parágrafo 1º deste artigo, de artigo 71 para artigo 68, ficando o artigo 75, § 1º assim redigido:

JOSÉ CRISTINO SOUZA SANTOS
Chefe de Seção Técnica IV Substituto



Folha nº	136	do proc.
nº	01-406	de 02
ROSMARICIVY ALVES DOS SANTOS		
Assistente de Chefe Técnica		

CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

“Art. 75 -

§ 1º - Para todos os efeitos desta lei, respondem solidariamente pela infração praticada o infrator e os responsáveis pelo anúncio nos termos do artigo 68.”

Art. 87, parágrafos 1º e 2º

Substituição da expressão “contratantes” por “contratadas”, em ambos os parágrafos deste artigo, ficando os mesmos assim redigidos:

“Art. 87 -

§ 1º - As empresas contratadas poderão prestar serviços de fiscalização durante o prazo estabelecido entre as partes, com ressarcimento dos recursos apropriados.

§ 2º - As empresas contratadas poderão prestar serviços de remoção de anúncios durante o prazo estabelecido entre as partes, com ressarcimento dos recursos apropriados.

.....”

Jose Crustino Souza Santos
JOSÉ CRUSTINO SOUZA SANTOS
Chefe de Seção Técnica IV Subseção



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

Papel para informação, rubricado como folha nº

157

do processo nº

01-406

de 2002

, 03/02/03

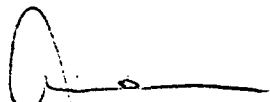
(a)

ROSMARI CORREIA DOS SANTOS
Assistente de Chefe Técnica

À Presidência – Senhor Chefe de Gabinete,

Solicito atendimento.

06/02/03


Sônia Maria Verzolla
Diretor Técnico de Departamento

*Tendo em
vista as questões técnicas
de grafia e numeração
do cliente ao mesmo
e concordo com o
despacho.*

6-2-03

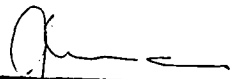
[Handwritten signature]

À Leg.3

Sr. Chefe,

Com a devida autorização do Sr. Presidente, para as providências necessárias.

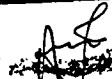
07/02/2003


SÔNIA MARIA VERZOLLA
Diretor Técnico de Departamento
DT7

RECEBIDO EM LEG3

EM 07/02/2003

AS 16:40



ANA MARIA FERNANDES
Assistente Parlamentar

Sr. Orlando,

Oficiar ao Executivo encaminhando cópia autêntica. Preparar registro e carta de lei.

03/02/2003


JOSÉ CRISTINO SOUZA SANTOS
Chefe de Seção Técnica IV Substituto

Sr. Chefe,

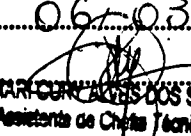
Oficiado, conforme solicitação de V. S^a.

03/02/2003


ORLANDO KOCI MENDES
Assistente de Chefe Técnica

S E G U E juntado nesta data, documento e papel para Informação, rubricado
sob folha nº 158 a 237, digo, 158 a 236.

Em 06/03/03

(a)

ROSMAR GONÇALVES DOS SANTOS
Assistente de Chefe Técnica



Folha nº.....158.....do proc.
nº 01-406 de 02
.....P.....

ROSAMARI CURY ALVES DOS SANTOS
Assistente de Gestão Técnica

CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

São Paulo, 40 de fevereiro de 2003.

18 - OF-LEG3
OFÍCIO N.0020/2003

Senhora Prefeita,

Encaminho a Vossa Excelência cópia autêntica da lei decretada pela Câmara em sessão de 30 de janeiro do corrente, relativa ao Projeto de Lei nº 406/02, de autoria da Vereadora Myryam Athie, que dispõe sobre a ordenação de anúncios na paisagem do Município de São Paulo e dá outras providências.

Valho-me da oportunidade para renovar a Vossa Excelência os meus protestos de elevado apreço e distinta consideração.


ARSELINO TATTO
Presidente

Anexos: Anexos I, II e III.

A Sua Excelência a Senhora
Doutora Marta Suplicy
Digníssima Prefeita do Município de São Paulo.


JCSS/okm



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

-----Cópia autêntica. LEI DECRETADA NA SESSÃO DE 30 DE JANEIRO DE 2003. Cópia extraída de fls. 99/139 do Processo. (PROJETO DE LEI Nº 406/02). (Ver. Myryam Athie - PPS). Dispõe sobre a ordenação de anúncios na paisagem do Município de São Paulo e dá outras providências. A CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO decreta: TÍTULO I DISPOSIÇÕES GERAIS CAPÍTULO I DOS OBJETIVOS, DIRETRIZES E DEFINIÇÕES Art. 1º - Esta lei dispõe sobre a ordenação da paisagem para a veiculação de anúncios desde que visíveis a partir de logradouro público no território do Município de São Paulo. Art. 2º - A colocação de anúncios publicitários observará as disposições do Plano Diretor Estratégico relativas à ordenação da paisagem, da Rede Viária Estrutural, em harmonia com o sistema de uso e ocupação do solo, a topografia, especialmente os cursos d'água, as linhas de drenagem e os talwegues, considerados eixos básicos estruturadores da paisagem. Art. 3º - Sem prejuízo das demais normas relativas ao uso da paisagem, a ordenação de anúncios far-se-á nos termos desta lei e compreenderá a fixação de diretrizes para a veiculação, preservando concomitantemente a paisagem e, quanto à sua gestão, estabelecerá um padrão de visibilidade que garanta a segurança dos pedestres e de veículos e também a preservação dos padrões estéticos, paisagísticos, culturais, históricos e geográficos da cidade. Art. 4º - Todos têm direito à boa qualidade estética e referencial da paisagem municipal, sendo dever do Poder Público Municipal e da coletividade protegê-la e promovê-la para as atuais e futuras gerações. Parágrafo único - A paisagem municipal constitui direito difuso de todos. Art. 5º - Considera-se paisagem, para fins de aplicação desta lei, 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, os elementos de sinalização urbana, equipamentos de informação e comodidade pública, logradouros públicos, visíveis por qualquer observador situado em áreas de uso comum do povo. Art. 6º - Constituem objetivos da ordenação da paisagem do Município de São Paulo a realização do interesse público em compatibilidade com os direitos fundamentais da pessoa humana e as necessidades de conforto ambiental, com melhoria da qualidade de vida urbana, e assegurando, dentre outros, os seguintes: I - o bem-estar estético,



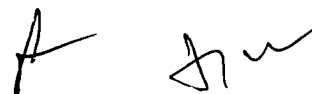
CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

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 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 - fácil acesso e utilização das funções e serviços de interesse coletivo nas vias e logradouros; X - 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. 7º - Constituem diretrizes a serem observadas na colocação de anúncios na paisagem municipal: I - livre acesso de pessoas e bens à infra-estrutura urbana; II - 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 - combate à poluição visual bem como à degradação ambiental; IV - proteção, preservação e recuperação do patrimônio cultural, histórico, artístico, paisagístico, de consagração popular, bem como do meio-ambiente natural ou construído da cidade; V - compatibilização entre as modalidades de anúncios com os locais onde possam ser veiculados, nos termos desta lei; VI - agilidade nos procedimentos de autorização da veiculação de anúncios, bem como de fiscalização e de licenciamento, observados os princípios da prevalência do interesse público, imparcialidade, legalidade, publicidade e moralidade; VII - responsabilização solidária do proprietário do anúncio, do proprietário do imóvel ou seu possuidor e do anunciante, pelas infrações e ações lesivas que praticarem; VIII - implantação de sistema de fiscalização efetiva, ágil, moderna, planejada e permanente; IX - proposição pelo Executivo da criação do Fundo de Recuperação e Manutenção da Paisagem Urbana.

Art. 8º - Para os efeitos de aplicação desta lei, ficam estabelecidas as seguintes definições: I - altura do anúncio (h) - é o resultado obtido pela diferença entre a altura máxima (hmax) e a altura mínima (hmin), ($h = h_{\max} - h_{\min}$), devendo ser considerada a estrutura de sustentação, no caso de anúncio localizado na cobertura da edificação, observado o seguinte: a) altura mínima (hmin) - é a distância vertical


2





CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

entre o ponto mais baixo do anúncio e o ponto mais alto do solo imediatamente abaixo do anúncio ou do passeio, quando o solo estiver em plano inferior ao mesmo; b) altura máxima (hmax) - é a distância vertical entre o ponto mais alto do anúncio e o ponto mais alto do solo imediatamente abaixo do anúncio ou do passeio, quando o solo estiver em plano inferior ao mesmo; II - altura da edificação (hed) - é a distância vertical entre a cobertura da edificação e o ponto mais alto do solo imediatamente abaixo do anúncio; III - andar - é o volume compreendido entre dois pavimentos consecutivos, ou entre o pavimento e o nível superior de sua cobertura; IV - anúncio - é qualquer veículo de comunicação visual presente na paisagem visível de 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 os profissionais que dele fazem uso, podendo também ser composto de logomarca e referência a outras empresas fornecedoras, colaboradoras ou patrocinadoras das atividades desenvolvidas no local, desde que esta última não ultrapasse 1/3 (um terço) da área total do anúncio; b) anúncio publicitário - é aquele destinado à veiculação de publicidade instalado fora do local onde se exerce a atividade, podendo ser instalado de acordo com os parâmetros estabelecidos na presente lei, e quando em área livre, conforme quadro anexo, observar as seguintes características: 1) estar instalado em altura mínima de 3,00 m (três metros) e altura máxima de até 6,00 m (seis metros); 2) estar instalado em altura mínima de 10,00 m (dez metros) e altura máxima de até 15,00 m (quinze metros); V - aplique - elemento acessório ao anúncio publicitário de inserção temporária; VI - área livre de imóvel edificado - é a área descoberta existente entre a edificação e qualquer divisa do imóvel que a contém; VII - área total do anúncio - é a soma das áreas de todas as superfícies de exposição do anúncio, expressa em metros quadrados; VIII - ático - é a parte do volume superior de uma edificação, destinada a abrigar casa de máquinas, piso técnico de elevadores, caixas d'água e equipamentos e máquinas de circulação vertical; IX - bem de valor cultural - é 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; X - complementar - é o elemento da edificação, constante do projeto aprovado,

 3  



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

independente da edificação principal, compreendendo torres, caixas d'água e chaminés; XI – coroamento - elemento de vedação que envolve o ático; XII - edificação - é a obra coberta destinada a abrigar atividade humana ou qualquer instalação, equipamento e material; XIII - edificação permanente - é aquela fixada no solo em caráter duradouro; XIV - edificação transitória - é aquela construída sobre o solo de modo não-fixo ou de pequenas dimensões em caráter não-permanente, pois facilmente removível; XV - empena cega - é a face lateral externa da edificação que não apresenta aberturas destinadas à iluminação, ventilação e insolação; XVI – envelopamento - recobrimento das fachadas da edificação em obra com material translúcido ou não; XVII - espessura do anúncio - é a distância entre a face anterior e a posterior; XVIII - face de quadra - são todos os lotes que apresentem o mesmo código de logradouro (codlog), o mesmo Setor e a mesma Quadra Fiscal; XIX - fachada - é qualquer face externa da edificação que apresente aberturas destinadas à iluminação, ventilação e/ou insolação; XX - gleba - é a área de terra que ainda não foi objeto de loteamento ou desmembramento; XXI - imóvel edificado - é aquele ocupado total ou parcialmente com edificação permanente; XXII - imóvel não-edificado - é aquele não-ocupado ou ocupado com edificação transitória; XXIII - lote - é a parcela de terreno contida em uma quadra, resultante de loteamento, desmembramento ou desdobro e com pelo menos uma divisa lindeira a logradouro público; XXIV - lote lindeiro - é a parcela do terreno contida em uma quadra, resultante de loteamento, desmembramento ou desdobro e com pelo menos uma divisa com logradouro público relacionado nesta lei como N1, N2, N3; XXV - marquise - é o elemento da edificação construído em balanço em relação à fachada, integrante de projeto aprovado ou regularizado, destinado à cobertura e à proteção de transeuntes; XXVI - obra - é o processo e o que resulta de trabalho ou ação humana realizado em imóvel, que implique em alteração de seu estado físico anterior; XXVII - quota - é o coeficiente que, multiplicado pela testada do imóvel onde se situa o anúncio, possibilita obter a área máxima de anúncio permitida no imóvel; XXVIII - rarefação - é a diminuição e espaçamento de mensagens publicitárias no mesmo fluxo e sentido da via em que estiverem instaladas; XXIX - rede viária estrutural - é aquela constante das definições do Plano Diretor Estratégico - Lei Municipal nº 13.430, de 13/09/2002; XXX - saliência - é o elemento arquitetônico proeminente, engastado ou

4



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

aposto em edificação ou muro; XXXI - área de exposição do anúncio - é 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; XXXII - testada ou alinhamento - é a linha divisória entre o imóvel de propriedade particular ou pública e o logradouro ou via pública; XXXIII - vedado transparente - é qualquer vedação do imóvel constituída por material transparente; XXXIV - face de visibilidade - é a visibilidade aplicada aos lotes que apresentam testada de fundo ou lateral voltada diretamente ao sistema viário classificado como N1, N2, N3. Art. 9º - Para efeitos desta lei não são considerados anúncios: I - 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 - logotipos ou logomarcas de postos de abastecimento e serviços, quando veiculados nos equipamentos próprios do mobiliário obrigatório, como bombas, densímetros e similares; III - denominações de prédios e condomínios; IV - os que contenham referências que indiquem lotação, capacidade e as 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 0,20 m² (vinte decímetros quadrados); IX - os que apresentem área de exposição igual ou inferior a 1,50 m² (um metro e cinquenta decímetros quadrados) e ainda observem as seguintes condições: 1) não disponham de dispositivos mecânicos ou de sistema elétrico/eletrônico; 2) apresentem altura máxima (hmax) igual ou inferior a 3,00 m (três metros); 3) sejam únicos no estabelecimento e encontrem-se instalados no pavimento térreo; 4) sejam pintados ou instalados exclusivamente paralelos à fachada, ou quando em área livre do imóvel, paralelos ao alinhamento; X - aqueles instalados em áreas de proteção ambiental que contenham mensagens institucionais com patrocínio; XI - logotipo de construtora responsável por obra quando em tela de proteção; XII - adesivos em vedos transparentes com até 0,30 m



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

(trinta centímetros) de altura, desde que respeitada a quantidade de, no máximo, 03 (três) por estabelecimento. CAPÍTULO II DAS NORMAS GERAIS Art. 10 - Todo anúncio deverá observar, entre outras, as seguintes normas: I - oferecer condições de segurança ao público; II - ser mantido em bom estado de conservação, no que tange à estabilidade, resistência dos materiais e aspecto visual; III - receber tratamento final adequado em todas as suas superfícies, inclusive na sua estrutura, ainda que não utilizada para anunciar; IV - ter a área destinada à mensagem recoberta por material equivalente ao utilizado para veiculação, na cor branca na ausência de anunciante; V - não possuir estrutura de madeira para anúncios publicitários situados nas vias constantes do Anexo I, e nas vias coletoras situadas no perímetro do centro expandido; VI - atender às normas técnicas pertinentes à segurança e estabilidade de seus elementos; VII - atender às 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; VIII - respeitar a vegetação arbórea significativa definida por legislação específica constante do Plano Diretor Estratégico; IX - 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; X - 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; XI - quando houver anúncios indicativos e publicitários no mesmo lote, deve a área máxima de cada um obedecer a quota para anúncios indicativos estabelecida nos quadros anexos e aplicada também aos anúncios publicitários, observados os demais parâmetros estabelecidos pela presente lei. Art. 11 - É vedada a instalação de anúncios em: I - leitos dos rios e cursos d'água, e em 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 parágrafo 6º do artigo 30; III - imóveis situados



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

nas zonas de uso estritamente residenciais definidas no Plano Diretor Estratégico, salvo os anúncios indicativos; 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 e aos denominados anúncios temporários; V - torres ou postes de transmissão de energia elétrica; VI - nos dutos de gás, abastecimento de água, hidrantes e torres d'água e outros similares; VII - placas acopladas à sinalização de trânsito; VIII - obras públicas de arte, tais como pontes, passarelas, viadutos, túneis, ainda que de domínio estadual e federal; a) é vedada a instalação de anúncios a uma distância inferior a 30,00 m (trinta metros) de pontes ou viadutos, bem como de seus respectivos acessos; b) ao longo de vias elevadas serão permitidos anúncios em empenas cegas e coberturas em faixa de até 50,00 m (cinquenta metros) do alinhamento do elevado; IX - nas vias e passeios públicos, inclusive na pavimentação asfáltica do leito carroçável, exceto as previsões quanto ao mobiliário urbano e os denominados anúncios temporários, devidamente licenciados; X - de propaganda eleitoral, com exceção nos períodos permitidos por lei, independente do material utilizado, em veículos de transporte coletivo; XI - nas partes internas e externas de cemitérios; XII - nas partes internas e externas de hospitais e prontos-socorros e postos de atendimento médico, exceto os que digam respeito à denominação e eventos relacionados com a área da saúde; XIII - em bens públicos municipais dominiais e de uso especial, salvo nos autódromos, estádios, escolas, centros desportivos e locais de prática do desporto em geral, e nas situações previstas em lei; XIV - quando colado ou pintado nas colunas, paredes, muros e demais partes externas de edificação, salvo quando pintado em chaminés de indústria nos termos da Lei nº 10.897, de 05 de dezembro de 1990; a) somente serão permitidos anúncios pintados nas empenas cegas se forem de finalidade cultural; XV - em vias coletoras e locais, assim definidas pela Lei Municipal nº 13.430/02, exceto: a) quando de natureza indicativa; b) anúncios localizados a uma distância inferior ou igual a 120,00 m (cento e vinte metros) de uma via classificada como N1, N2 ou N3, contados a partir do seu alinhamento, conforme o Plano Diretor Estratégico do Município de São Paulo. Art. 12 - 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



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

as edificações vizinhas; III - prejudique, por qualquer forma, a insolação ou a aeração da edificação em que estiver instalado ou a dos imóveis edificados 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 para a prevenção e o combate a incêndio, pelas normas de segurança. Art. 13 - Tendo como referência a Lei Municipal nº 13.430, de 13/09/2002 – Plano Diretor Estratégico, são estabelecidos os seguintes critérios: I - em se tratando de bens de valor cultural, classificados como bens tombados individualmente, áreas tombadas e áreas envoltórias, deverá ser ouvido o Conselho Municipal de Preservação do Patrimônio Histórico Cultural e Ambiental da Cidade São Paulo – CONPRESP. § 1º - O Executivo, no prazo máximo de 180 (cento e oitenta) dias, a partir da publicação desta lei, deverá dar publicidade à lista dos bens tombados e descrição dos respectivos perímetros envoltórios e visuais consoante os níveis de preservação para atendimento do disposto no inciso I do artigo 12. § 2º - O não-cumprimento do disposto no parágrafo anterior implicará no tratamento do anúncio, segundo os termos da presente lei, independentemente de manifestação do CONPRESP. TÍTULO II CAPÍTULO I DA ORDENAÇÃO DA PAISAGEM Art. 15 - Considera-se, para efeito desta lei, como utilização da paisagem urbana todos os anúncios, desde que visíveis do logradouro público, instalados em: I - imóvel particular: a) edificado; b) não-edificado; c) em obras de construção civil; II - bem público: a) edificado; b) não-edificado; c) em obra pública de construção civil; d) em faixa de domínio, pertencente a redes de infra-estrutura, faixa de servidão de redes de transporte, de redes de transmissão de energia elétrica, de oleodutos, gasodutos e similares; III - mobiliário urbano; IV - veículos automotores. § 1º - Para fins do disposto neste artigo, considera-se visível o anúncio instalado em espaço externo ou interno da edificação. § 2º - No caso de se encontrar afixado em espaço interno de edificação, o anúncio será considerado visível quando localizado até 0,50 m (cinquenta centímetros) de qualquer abertura ou vedo transparente que se comunique diretamente com o exterior. § 3º - Para efeito da rarefação dos anúncios publicitários definida no inciso XXVIII do artigo 8º aplicam-se as seguintes disposições: a) a distância entre anúncios será medida a



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

partir de suas extremidades; b) será permitido o agrupamento de até 03 (três) anúncios publicitários, desde que estejam instalados paralelos ao alinhamento, possuam altura máxima de 6,00 m (seis metros) e obedeçam à distância de 9,00 m (nove metros) de outro anúncio ou agrupamento no mesmo lote; c) quando em lotes diferentes, os anúncios ou agrupamentos deverão obedecer às distâncias definidas no Quadro Anexo.

CAPÍTULO II DO ANÚNCIO EM IMÓVEL PARTICULAR EDIFICADO SEÇÃO I

NA FACHADA Art. 16 - O anúncio instalado em fachada será considerado: I -

paralelo, quando a superfície de exposição do anúncio estiver posicionada em relação ao plano da fachada a uma distância de, no máximo, 0,30 m (trinta centímetros) deste;

II - perpendicular, quando o eixo de sua estrutura estiver posicionado perpendicularmente em relação ao plano da fachada, devendo o anúncio apresentar

espessura de, no máximo, 0,40 m (quarenta centímetros). § 1º - No cálculo da distância

mencionada no inciso I deverá ser considerada a estrutura do anúncio. § 2º - Não serão

permitidos anúncios instalados em marquise, saliências ou recobrimento de fachada,

mesmo constantes de projeto de edificação aprovado ou regularizado. § 3º - Quando

instalado em fachada construída no alinhamento, o anúncio poderá avançar até 1,20 m

(um metro e vinte centímetros) sobre o passeio, desde que este avanço não exceda a

2/3 (dois terços) da largura do passeio. Art. 17 - O anúncio instalado na fachada da

edificação deverá ainda atender às seguintes condições: I - observar as características e

parâmetros estabelecidos nos Quadros Anexos; II - observar as características

arquitetônicas e as funções definidas no projeto de construção ou reforma da

edificação; III - ter sua projeção ortogonal totalmente contida dentro dos limites

externos da fachada onde se encontra e não prejudicar a área de exposição de outro

anúncio. § 1º - Será admitido toldo retrátil como anúncio, desde que indicativo e com

as características de anúncio simples. § 2º - Para os anúncios instalados em elementos

complementares da edificação conforme definido no inciso X do artigo 8º e

constituídos por adesivos aplicados em vedos transparentes aplicam-se os termos deste

artigo. Art. 18 - O anúncio simples instalado paralelamente em fachada recuada do

alinhamento poderá ter a altura mínima (hmin) igual ou superior a 1,00 m (um metro),

respeitada a circulação de pedestres e a iluminação e aeração do imóvel. Art. 19 - O

anúncio, quando único na fachada em que estiver instalado, fica dispensado do



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

ROSDRI CURY ALVES DOS SANTOS
Assessoria de Comunicação Técnica

atendimento à altura máxima (hmax) estabelecida nos Quadros Anexos. SEÇÃO II NA EMPENA CEGA Art. 20 - O anúncio instalado em empena cega, definida no inciso XV do artigo 8º desta lei, deverá atender às seguintes condições: I - observar os parâmetros estabelecidos nos Quadros Anexos; II - encontrar-se em edificação sem anúncio na cobertura, na mesma visibilidade; III - ser único em cada empena cega por bloco de edificação; IV - apresentar área máxima em função da área total da empena em que estiver instalado, conforme Quadro Anexo; V - apresentar projeção ortogonal contida nos limites do perímetro da empena; VI - apresentar espessura máxima de 0,30 m (trinta centímetros), exceto o equipamento de iluminação. § 1º - Quando da instalação do anúncio, a empena cega deverá ser totalmente recuperada. § 2º - A área do anúncio em empena cega não será considerada na área total máxima permitida para o imóvel, obtida pela quota. Art. 21 - Quando da retirada do anúncio instalado em empena cega, esta deverá ser recuperada, observando-se, quanto à responsabilidade, o disposto no artigo 68. Parágrafo único - A aprovação de anúncio em empena cega fica condicionada à recuperação da fachada principal do imóvel e à manutenção em bom estado das mesmas durante o período em que o anúncio estiver instalado. SEÇÃO III NA COBERTURA Art. 22 - Será permitida a instalação de anúncio na cobertura da edificação nas seguintes condições: I - observar os parâmetros constantes dos Quadros Anexos; II - ter apenas um anúncio visível, em cada momento de exposição; III - não apresentar estrutura de madeira; IV - ter sua projeção ortogonal contida nos limites do perímetro da cobertura, ou do coroamento; V - não interferir em helipontos, heliportos, lajes de segurança ou raio de ação de pára-raios; VI - encontrar-se em edificação sem anúncio na empena cega, na mesma visibilidade. Parágrafo único - A área do anúncio na cobertura de edificação não será considerada na área total máxima permitida para o imóvel, obtida pela quota. Art. 23 - Para os anúncios instalados no coroamento dos edifícios aplicam-se os dispositivos do artigo anterior. SEÇÃO IV NA ÁREA LIVRE DO IMÓVEL EDIFICADO E DO IMÓVEL NÃO-EDIFICADO Art. 24 - O anúncio instalado na área livre de imóvel edificado ou em imóvel não-edificado deverá atender às seguintes condições: I - observar as características e os parâmetros estabelecidos nos Quadros Anexos; II - apresentar projeção horizontal inteiramente contida nos limites do imóvel; III - não estar instalado em sobreposição a outro anúncio; IV - apresentar



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

uniformidade de dimensões, formas e materiais, quando houver mais de um anúncio nas mesmas circunstâncias no mesmo imóvel, excluídos os anúncios indicativos; V - quando paralelo à testada do lote, manter distância mínima de 1,00 m (um metro) da extremidade lateral do próximo anúncio; VI - fica dispensado do atendimento da altura máxima (hmax) estabelecida no Quadro Anexo o anúncio indicativo instalado na área livre do imóvel edificado, observada a quantidade de 01 (um) por acesso, com altura máxima de até 10,00 m (dez metros) e área máxima de até 20,00 m² (vinte metros quadrados) por face de exposição, respeitada a quota destinada ao imóvel. Parágrafo único - A instalação desse tipo de anúncio na área livre do imóvel não impede os demais, desde que atendam o Quadro Anexo para anúncios indicativos. SEÇÃO V NOS "SHOPPING CENTERS" e HIPERMERCADOS Art. 25 - Os anúncios indicativos instalados em imóveis destinados a "shopping centers" e hipermercados deverão obedecer as características e parâmetros estabelecidos nos Quadros Anexos. § 1º - Serão admitidos anúncios indicativos instalados na área livre do imóvel, com a área e a altura máxima de um único engenho por acesso, desde que a sua altura máxima (hmax) não ultrapasse 25,00 m (vinte e cinco metros) e a projeção do anúncio esteja inscrita em circunferência com diâmetro não superior a 3,00 m (três metros) em imóveis com área superior a 5.000,00 m² (cinco mil metros quadrados). § 2º - Ficam dispensados de atendimento da altura máxima (hmax) os anúncios instalados nas fachadas dos "shopping centers" e hipermercados, respeitada a quota estabelecida no Quadro Anexo. CAPÍTULO III DO ANÚNCIO EM OBRA DE CONSTRUÇÃO CIVIL PARTICULAR Art. 26 - Em obra de construção civil particular, os anúncios indicativos e publicitários instalados em área livre e tapume, deverão atender às seguintes condições: I - observar as características e os parâmetros estabelecidos nos Quadros Anexos de anúncios indicativos; II - não apresentar avanço sobre o passeio; III - não estar instalado na fachada, na empena cega ou na cobertura da edificação, salvo quando em tela de proteção, ou lona de recobrimento fixada no andaime, observado o disposto no parágrafo 3º; IV - os anúncios publicitários deverão observar a rarefação prevista no Quadro Anexo respectivo. § 1º - Será admitido anúncio colocado em tapume, instalado totalmente dentro de seus limites, desde que constituído com material de qualidade comprovada, acabamento adequado e mantido



Folha nº	170	do proc.
nº	01-406	02
ROSAMARI CURY LINS DOS SANTOS		

CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

em bom estado de conservação e com espessura de até 0,10 m (dez centímetros), altura máxima de 6,00 m (seis metros), área máxima de 50% (cinquenta por cento) da área total do tapume, respeitando, quando mais de um anúncio, o distanciamento de 1,00 m (um metro) entre eles. § 2º - Será admitida a pintura decorativa em tapume, com inscrição de logotipo ou mensagem publicitária, sendo considerada, nesta hipótese, para efeito de cálculo da quota do anúncio, a área do logotipo ou da mensagem publicitária. § 3º - Serão admitidos anúncios publicitários em telas de proteção ou em lonas de recobrimento de andaimes, observadas as seguintes condições: I - possuir área máxima de 70% da superfície em que estiver instalado; II - não avançar sobre o passeio, exceto quando em imóveis situados no alinhamento, devendo, nesse caso, respeitar o avanço permitido para andaime pelo Código de Obras e Edificações; III - em obras de restauro e recuperação de imóveis tombados deverá ser ouvido o Conselho Municipal de Preservação do Patrimônio Histórico – CONPRESP, que emitirá parecer num prazo de 45 (quarenta e cinco) dias, a partir da data de protocolamento do pedido; IV - na ausência de manifestação no prazo estabelecido, o proprietário do anúncio poderá proceder à sua instalação, observadas as demais disposições desta lei; V - em obras de edificações situadas em áreas envoltórias de bens tombados, devido ao seu caráter transitório, não se aplica o disposto no artigo 13 desta lei; VI - as licenças emitidas para os anúncios em telas de proteção ou lona de recobrimento de andaimes terão validade de 02 (dois) anos, não renováveis. § 5º - A soma das áreas dos anúncios previstos neste artigo deverá atender à quota estabelecida nos Quadros Anexos para anúncios indicativos, salvo para os anúncios publicitários em tela de proteção ou em lona de recobrimento fixada no andaime. § 6º - Quando se tratar de imóveis cuja obra tenha sido paralisada, até o seu reinício estes poderão receber o anúncio do tipo envelopamento, que consiste na aplicação de material translúcido ou não de cor branca nas fachadas da edificação, devendo ainda observar altura mínima de instalação de 6,00 m (seis metros) e demais parâmetros estabelecidos para anúncios em empena; I - o anúncio a que se refere o parágrafo anterior terá prazo de licença de 01 (um) ano.

CAPÍTULO IV DO ANÚNCIO EM BENS PÚBLICOS Art. 27 - Os anúncios instalados em bens de uso dominial e de uso especial da União, do Estado e do Município, edificados, não-edificados e em obra de construção civil, da administração



Folha nº	171	do proc.
nº	01.406	de 02
ROSAMARIA CUNHA DOS SANTOS		
Assessoria de Legislação		

CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

direta, indireta e fundacional, deverão atender às disposições, características e parâmetros estabelecidos nesta lei para os imóveis particulares. Art. 28 - Os anúncios instalados em faixas de domínio, pertencentes à rede de infra-estrutura, faixas de servidão da rede de transporte, redes de transmissão de energia elétrica, de oleodutos, gasodutos e similares deverão obedecer às seguintes restrições: I - apresentar até 36,00 m² (trinta e seis metros quadrados) por face de exposição com área de, no máximo, 72,00 m² (setenta e dois metros quadrados), ou área de 48,00 m² (quarenta e oito metros quadrados), restrito a uma única face; II - apresentar altura mínima (hmin) igual ou superior a 3,00 m (três metros); III - apresentar altura máxima (hmax) igual ou inferior a 9,00 m (nove metros); IV - respeitar distância de no mínimo 75,00 m (setenta e cinco metros) do próximo anúncio. CAPÍTULO V MOBILIÁRIO URBANO Art. 29 - A veiculação de anúncios no mobiliário urbano será feita mediante procedimento licitatório, modalidade concorrência pública, por empresas que possuam comprovadamente capacidade para conceber, desenvolver, fornecer, instalar e manter os equipamentos. § 1º - Os elementos de mobiliário e suas quantidades serão definidas no edital do certame licitatório, pelo Poder Público Municipal, cabendo a este a localização de todas as peças. § 2º - O prazo das concessões, bem como eventuais prorrogações, serão definidos nas respectivas licitações, dadas as características de cada tipo de mobiliário urbano e em função da determinação e garantia da equação econômico-financeira atinente à própria concessão. § 3º - Aquele mobiliário urbano que já tenha sido regulamentado por legislação municipal específica continuará sujeito às disposições da mesma, durante a vigência do contrato de concessão, e, no que couber, às desta lei. Ultimado o contrato, os prazos fixados na lei acima especificada sujeitar-se-ão às regras do parágrafo anterior. Art. 30 - É considerado mobiliário urbano de uso e utilidade pública, entre 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 - placa e unidades identificativas 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



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

ROSAMARI CURY ALVES DOS SANTOS
Assistente de Câmara Técnica

e revistas; XIII - bicicletário; XIV - estrutura para disposição de sacos plásticos de lixo e os destinados à reciclagem; XV - grade de proteção de terra ao pé de árvores; XVI - protetores de árvores; XVII - quiosque para venda de lanches e produtos em parques; XVIII - lixeiras; XIX - relógio (tempo, temperatura e poluição); XX - estrutura de suporte para terminal da Rede Pública de Informação e Comunicação; XXI - suportes cilíndricos para afixação gratuita de pôster para eventos; XXII - painéis de mensagens variáveis para uso exclusivo de informações de trânsito; XXIII - colunas multiuso; XXIV - estações de transferência. § 1º - Os abrigos são instalações de proteção aos usuários do sistema de transporte público, contra as intempéries, 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 - O totem indicativo de parada de ônibus é elemento de comunicação visual destinado à identificação da parada de ônibus, quando houver impedimento para instalação dos abrigos. § 3º - Os 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 - Pannel publicitário informativo é um pannel 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 - Pannel 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, artísticos, localizados no entorno e ainda com a mesma função relativamente a casas de espetáculos, teatros e auditórios. § 6º - As placas e unidades identificativas 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, destinado exclusivamente à identificação dos espaços e edifícios públicos. § 8º - Cabine de segurança é um equipamento destinado a abrigar policiais durante 24 horas/dia, com acesso externo tipo balcão para atendimento aos transeuntes, com capacidade para atendimento de



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

ROSAMARIA ALVES DOS SANTOS
Assistente Social

primeiros socorros, contendo pequeno sanitário, prevendo espaço para detenção provisória de, pelo menos, 01 (uma) pessoa. § 9º - Os quiosques são equipamentos destinados à comercialização e/ou prestação de serviços diversos, implantados em praças e logradouros públicos, nos locais e quantidades a serem estipulados pelo Poder Público Municipal, sem prejuízo do comércio local regularmente estabelecido e do trânsito de pedestres. § 10 - As bancas para a comercialização de impressos ou bancas de jornais, 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 - Bicletário é um equipamento destinado a abrigar bicicletas, adaptável a estações de metrô, ônibus e trens, escolas e instituições, destinado a atender o público em geral. § 12 - Grade de proteção de terra ao pé de árvores é elaborada em forma de gradil, destinada à proteção das bases de árvores em calçadas, permitindo servir de piso no mesmo nível do pavimento das referidas calçadas. § 13 - Os protetores de árvore são 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 ou pelo concessionário, em material de qualidade não-agressiva 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 portadores de deficiência. § 15 - Os 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 e nos canteiros centrais e 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, estarão localizadas em locais públicos abrigados, de intenso trânsito de pedestres. § 17 - Suportes cilíndricos para afixação gratuita de pôsteres são elementos estruturados para receber a aplicação de pequenos pôsteres do tipo "lambe-lambe", sem espaço à publicidade. § 18 - Painéis de mensagens variáveis para uso exclusivo de informações de trânsito são equipamentos eletrônicos destinados



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

a veicular mensagens exclusivamente de caráter informativo e de utilidade, no que se refere ao sistema viário e de trânsito da Cidade. § 19 - As colunas multiuso se destinam 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, venda de ingressos, etc. § 20 - As estações de transferência são locais protegidos para passageiros de ônibus em operações de transbordo. Art. 31 - Poderão explorar anúncios nos mobiliários urbanos empresas nacionais ou estrangeiras, legalmente constituídas, isoladamente ou em consórcio, participantes do certame licitatório que lhes conferirá a concessão. § 1º - As empresas estrangeiras deverão ter representantes legais no Brasil, com poderes para representá-los jurídica e administrativamente. § 2º - Não poderão explorar anúncios em mobiliários urbanos as empresas consideradas inidôneas, concordatárias ou com falência requerida ou decretada ou ainda, que não tenham cumprido, anteriormente, contratos firmados ou que se encontrem, de qualquer maneira, inadimplentes frente a obrigações assumidas com o Poder Público Municipal. § 3º - O enquadramento estético de anúncio em mobiliário urbano não poderá descaracterizar as definições técnicas constantes desta lei, incidentes sobre os anúncios de maneira geral, independentemente de sua modalidade ou qualquer outra caracterização. § 4º - Fica vedada a veiculação de anúncios nos mobiliários urbanos por empresas que possuam como dirigentes, gerentes ou sócios detentores de capital social ou componentes de seu quadro técnico, servidores do Município ou de qualquer de suas entidades paraestatais. § 5º - As empresas consorciadas não poderão veicular anúncios nos mobiliários isoladamente ou através de mais de um consórcio e responderão solidariamente pelos atos praticados pelo consórcio. Art. 32 - É vedado a qualquer elemento de mobiliário urbano: I - estar projetado sobre o leito carroçável das vias, exceção feita aos postes, luminárias, conjuntos semaforicos e placas de sinalização, no que diz respeito à sua projeção horizontal; II - obstruir a circulação de pedestres ou configurar perigo ou impedimento de locomoção de deficientes físicos ou visuais; III - causar obstrução ao acesso de faixas de travessias de pedestres, escadas-rolantes ou entradas e saídas de público, sobretudo as de emergência ou para portadores de deficiência; IV - estar localizado em ilhas de travessia, exceto pontos de ônibus e relógios/termômetros digitais; V -



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

estar localizado em esquinas, viadutos, pontos e belvederes, salvo os equipamentos de informação básica ao pedestre. Parágrafo único - A instalação do mobiliário urbano nas calçadas deverá necessariamente observar uma faixa de circulação de, no mínimo, metade de sua largura, nunca inferior a 1,50 m (um metro e cinquenta centímetros), nos calçadões, a faixa de circulação terá 4,50 m (quatro metros e cinquenta centímetros) de largura. CAPÍTULO VI VEÍCULOS AUTOMOTORES Art. 33 - Os anúncios em veículos de transporte de passageiros não poderão, em hipótese nenhuma, causar impacto visual à paisagem urbana, criar equívoco visual que confunda o seu usuário quanto a prefixo de linha ou qualquer outro elemento identificador que sirva de referência aos que não sabem ler ou possuam limitações visuais, observando-se: § 1º - Nos ônibus só poderão ser veiculados anúncios na forma prevista em regulamentação a ser apresentada pelo Executivo. § 2º - Nos táxis: I - poderão veicular anúncios instalados nas laterais, respeitando-se as normas de identificação do motorista, frota ou cooperativa, sem qualquer interferência nas características do veículo; II - será permitida a publicidade no vidro traseiro, com a aplicação de película adesiva semi-transparente; III - será permitida a instalação sobre a capota de pequenos "back-lights", providos ou não de luminosidade, com altura máxima de 0,40 m (quarenta centímetros); no seu sentido longitudinal, com angulação de até 45 (quarenta e cinco) graus, não ultrapassando as extremidades do veículo, com as mensagens publicitárias voltadas para as laterais, não podendo interferir na identificação do dispositivo TÁXI. § 3º - Perua escolar - será permitido somente o anúncio indicativo, que identifica o proprietário e a atividade desenvolvida, sendo terminantemente proibida a veiculação de anúncio publicitário. § 4º - Motocicleta - será permitida a publicidade na superfície traseira, ou de qualquer outro equipamento de proteção equivalente, utilizados na atividade de moto-frete, observando as seguintes metragens máximas: a) para a face traseira: seu maior comprimento deverá ser de 0,50 m (cinquenta centímetros), e sua maior altura de 0,80 m (oitenta centímetros). § 5º - Os procedimentos a serem adotados para a regularização de publicidade em veículos serão objeto de decreto regulamentador. § 6º - Nos veículos de frota pertencentes a pessoas jurídicas será permitida a colocação de anúncios de caráter indicativo da empresa possuidora da frota na forma de pintura ou adesivos. Art. 34 - Os anúncios cuja modalidade seja do tipo



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

“painel eletrônico” poderão ser afixados, transportados e expostos em veículos desde que estacionados nos locais dos eventos correspondentes. Parágrafo único - Por possuir características específicas, a licença decorrente do órgão competente para veiculação desse anúncio terá prazo de validade de 01 (um) ano, e se processará dentro de todos os termos da presente lei. TÍTULO III DO PROCEDIMENTO ADMINISTRATIVO CAPÍTULO I DO FUNDO DE RECUPERAÇÃO E MANUTENÇÃO DA PAISAGEM URBANA Art. 35 - A utilização da paisagem visando à veiculação de anúncios publicitários por pessoa física ou jurídica, pública ou privada e o imóvel, público ou privado ou bem público no qual tenham instalado, os meios e instrumentos utilizados para a sua veiculação e os usos e finalidades visadas, dependem de prévia autorização onerosa de uso da paisagem concedida pelo Poder Público. Parágrafo único - Caberá ao Executivo, no prazo máximo de 60 (sessenta) dias, a regulamentação do Fundo de Recuperação e Manutenção da Paisagem Urbana. CAPÍTULO II DA CLASSIFICAÇÃO DOS ANÚNCIOS Art. 36 - Para efeito desta lei, os anúncios são classificados em: a) anúncio transitório - quando permanecer exposto pelo prazo máximo de 30 (trinta) dias e apresentar as seguintes características: 1) área total de anúncio igual ou inferior a 2,00 m² (dois metros quadrados); 2) seja instalado no pavimento térreo; 3) não possua qualquer dispositivo elétrico ou mecânico; 4) veicule mensagem esporádica atinente a promoções, ofertas especiais, ofertas imobiliárias e similares; 5) seja único deste tipo por estabelecimento comercial; 6) não ter 02 (duas) autorizações consecutivas emitidas para o mesmo imóvel num período inferior a 60 (sessenta) dias; b) balão ou anúncio inflável - quando permanecer exposto pelo prazo máximo de 30 (trinta) dias e apresentar as seguintes características: 1) ser inflado por ar ou gás estável; 2) possuir ou não dispositivo luminoso; 3) ser único deste tipo no imóvel; 4) ter sua projeção, em qualquer situação, contida nos limites do imóvel, não podendo avançar sobre os imóveis vizinhos nem sobre o logradouro; 5) ser utilizado unicamente para veiculação de mensagens atinentes a eventos ou promoções; 6) não ter 02 (duas) autorizações consecutivas emitidas para o mesmo imóvel num intervalo inferior a 60 (sessenta) dias; 7) possuir diâmetro máximo de 3,00 m (três metros); c) de finalidade cultural - quando for integrante de programa cultural, de plano de embelezamento da cidade ou alusivo à data de valor histórico; d) de finalidade eleitoral



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

- quando destinado à propaganda de partidos políticos ou de seus candidatos, na forma prevista na legislação eleitoral federal; e) de finalidade educativa, informativa ou de orientação social, de programas políticos ou ideológicos, religiosa, em caso de plebiscitos ou referendos populares; f) anúncios temporários - destinam-se a veicular mensagens esporádicas, relativas à promoção de vendas de lançamentos imobiliários, ofertas específicas, eventos culturais e artísticos, bem como mensagens de cunho educacional ou de elucidação pública; g) especial - quando apresentar pelo menos uma das seguintes características: 1) área total de anúncio superior a 30,00 m² (trinta metros quadrados); 2) altura máxima (hmax) superior a 6,00 m (seis metros); 3) esteja instalado em empena cega; 4) possua dispositivo mecânico; 5) possa apresentar problemas afetos à segurança da população; 6) esteja instalado em cobertura da edificação; 7) seja televisivo; h) complexo - quando apresentar pelo menos uma das seguintes características: 1) área total do anúncio superior a 5,00 m² (cinco metros quadrados) e inferior ou igual a 30,00 m² (trinta metros quadrados); 2) altura máxima (hmax) superior a 4,00 m (quatro metros) e igual ou inferior a 6,00 m (seis metros); i) simples - quando apresentar todas as características abaixo: 1) área total de anúncio igual ou inferior a 5,00 m² (cinco metros quadrados); 2) altura máxima (hmax) igual ou inferior a 4,00 m (quatro metros); 3) não possua dispositivo mecânico; 4) não se encontre instalado em empena cega ou em cobertura de edificação. § 1º - Nos anúncios de finalidade cultural, o espaço reservado para o patrocinador será determinado pelos órgãos municipais competentes. § 2º - Os anúncios referentes a propaganda eleitoral deverão ser retirados no prazo máximo de 15 (quinze) dias, a contar da data da realização de eleições ou plebiscitos. § 3º - Os anúncios veiculados através de projeção de imagens serão enquadrados de acordo com a classificação da superfície onde a imagem será projetada, devendo respeitar os parâmetros constantes dos Quadros Anexos da presente lei. § 4º - Novas tecnologias e meios de veiculação de anúncio, bem como projetos diferenciados não previstos nesta legislação, serão enquadrados e terão seus parâmetros estabelecidos pela Comissão de Proteção à Paisagem Urbana – CPPU, nos termos desta lei. § 5º - Não são considerados anúncios os que contenham comunicações institucionais veiculadas por meios próprios, tais como sinalização de trânsito, sinalização de orientação de pedestres e sinalização de denominação de



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

logradouros. § 6º - Será admitida a inserção de aplique em peças publicitárias durante o prazo máximo de 30 (trinta) dias, verificadas as seguintes disposições: I - a área do aplique não poderá exceder 20% (vinte por cento) da área de exposição do anúncio e a espessura não poderá ser superior a 0,50 m (cinquenta centímetros); II - a área do aplique deverá ser computada na área total máxima do anúncio estabelecida no Quadro Anexo para efeito de licenciamento. CAPÍTULO III SEÇÃO I DO LICENCIAMENTO Art. 37 - A colocação de anúncio de finalidade político-partidária fica sujeita à observância da legislação pertinente, dispensando-se o seu licenciamento. Parágrafo único - Ficam dispensados também de licenciamento os anúncios instalados em mobiliários e equipamentos urbanos, sujeitos aos respectivos contratos de concessão ou permissão, inclusive quanto ao seu cadastramento no órgão competente estabelecido no respectivo contrato. Art. 38 - A colocação de anúncio transitório fica sujeita à comunicação, por parte do proprietário do anúncio, à Subprefeitura competente, para fins de fiscalização, dispensando-se o seu licenciamento. Parágrafo único - A comunicação a que se refere este artigo deverá indicar a quantidade, os locais de afixação e o período de exposição do anúncio, devendo ser pagos eventuais tributos e preços públicos. Art. 39 - A colocação de balão e inflável fica sujeita à autorização da Secretaria Municipal de Subprefeituras, dispensando-se o seu licenciamento. Parágrafo único - O pedido de autorização a que se refere este artigo deverá ser acompanhado de termo de responsabilidade técnica pela parte elétrica, sistema de ancoragem e fixação, assinado por profissional legalmente habilitado e pelo proprietário do anúncio. Art. 40 - A colocação de anúncio de finalidade cultural fica sujeita à autorização da Secretaria de Habitação e Desenvolvimento Urbano - SEHAB, após parecer favorável da Secretaria Municipal de Cultura - SMC e da Comissão de Proteção à Paisagem Urbana - CPPU, dispensando seu licenciamento. Art. 41 - Os anúncios temporários compreendem a exposição de cavaletes, bandeiras, estandartes, plaquetas ou "banners", e a distribuição de folhetos ou assemelhados, que por se constituírem em peças móveis e de caráter transitório, ficam sujeitas ao pagamento da TFA - Taxa de Fiscalização de Anúncios, e também ao recolhimento dos preços públicos para utilização do espaço municipal. Art. 42 - A instalação dos cavaletes e plaquetas, e a exposição de bandeiras, estandartes e "banners" ou assemelhados,



Folha nº 129 do proc.
nº 01.406 de 02
Assistente de Chefe Técnica

CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

somente poderá ocorrer aos sábados, domingos e feriados, entre 0h (zero hora) e 24h (vinte e quatro horas). A distribuição dos materiais promocionais (folhetos e assemelhados) somente poderá ocorrer aos sábados, domingos e feriados, entre 9h30min e 17h30min. § 1º - Define-se como cavalete ou plaqueta o anúncio estruturado, revestido em material translúcido ou não, onde são veiculadas as mensagens, com uma ou duas faces de exposição, respeitadas as dimensões nesta lei estabelecidas e demais procedimentos pertinentes. § 2º - Define-se como bandeira e estandarte o anúncio estruturado, confeccionado em tecido, lona plástica ou similares, onde são veiculadas as mensagens, com uma ou duas faces de exposição, não compreendendo para estes tipos de anúncios quaisquer sistema de fixação, respeitadas as dimensões e demais parâmetros nesta lei estabelecidos. § 3º - Define-se como folheto ou panfleto o anúncio impresso em material de qualquer natureza, de dimensão variada, nunca superior a área determinada para plaquetas e “banners”, onde são veiculadas as mensagens publicitárias, distribuído manualmente em espaços pré-determinados. Art. 43 - Os cavaletes, as bandeiras e os estandartes deverão medir até 1,00 m (um metro) de largura e 1,50 m (um metro e cinquenta centímetros) de altura; as plaquetas e os “banners” deverão medir até 0,60 m (sessenta centímetros) de largura por 0,40 m (quarenta centímetros) de altura e ser mantidos em perfeitas condições de fixação. Art. 44 - Os folhetos, cavaletes, bandeiras, estandartes, plaquetas e “banners” ou assemelhados, deverão atender, ainda, aos seguintes requisitos: I - reserva de, no mínimo, 1/10 (um décimo) das suas áreas para informação da razão social, número de inscrição de Cadastro de Contribuintes Mobiliários - CCM e endereço sede das empresas patrocinadora e divulgadora; II - para os folhetos, inclusão obrigatória da frase: “não jogue este impresso na via pública”, observando o preceituado pela Lei Municipal nº 11.837/95; III - a responsabilidade pela promoção da limpeza completa da área compreendida no raio de 200,00 m (duzentos metros) do local em que a distribuição for autorizada é da empresa promotora do evento e deverá ser realizada até 02 (duas) horas depois do término diário da autorização concedida. Art. 45 - A responsabilidade pela utilização do espaço público será exclusivamente das empresas de promoção e divulgação, que deverão estar inscritas no Cadastro de Contribuintes Mobiliários. Art. 46 - A autorização para utilização do espaço público deverá ser



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

requerida junto às Subprefeituras, respeitando-se sua área de competência, pela empresa de promoção e divulgação, no prazo mínimo de 03 (três) dias de antecedência da data do evento, mediante a apresentação de: I - requerimento assinado pela empresa de promoção e/ou divulgação ou seu representante legal, do qual conste o nome da empresa patrocinadora, acompanhado de: a) relação dos pontos de afixação de cavaletes e plaquetas, e da exposição das bandeiras, estandartes, plaquetas e “banners” ou assemelhados, com identificação exata do local, permitindo-se como margem de tolerância, o espaço equidistante de até 100,00 m (cem metros) do local indicado; b) relação dos pontos de distribuição do material promocional (folheto ou assemelhado), constando obrigatoriamente a precisa indicação do cruzamento das vias públicas ou praças onde serão desenvolvidas as atividades; II - comprovante do recolhimento dos tributos municipais pertinentes, mediante apresentação de Certidão Negativa de Débito, expedida pela Secretaria das Finanças, com prazo de validade em vigor; III - prova de inscrição da promotora do evento no Cadastro dos Contribuintes Mobiliários - CCM; IV - Certidões Negativas de Débitos da Receita Federal, INSS e sindicato representativo da classe; V - não serão protocolizados requerimentos incompletos, com erros ou desacompanhados dos elementos previstos neste artigo; VI - esses procedimentos efetivam a regularização do anúncio temporário junto ao Poder Público, ficando isento das demais disposições constantes na presente lei, quanto ao licenciamento. Art. 47 - Na guia de arrecadação paga no banco deverão constar as razões sociais tanto da empresa promotora quanto da empresa patrocinadora, para que a guia tenha valor fiscal, e os recolhimentos somente serão feitos após a autorização de que trata o artigo anterior. Art. 48 - Deferido o pedido, no prazo máximo de 03 (três) dias, contados da data de protocolo da solicitação junto ao órgão competente, serão entregues, aos interessados, as respectivas autorizações, contra a apresentação do comprovante do recolhimento do preço público, devidamente autenticado por instituição financeira autorizada. Parágrafo único - A autorização será fornecida à requerente através de cópia chancelada pela Prefeitura, com validade para 30 (trinta) dias, contados da data do deferimento do pedido, abrangendo os feriados e finais de semana correspondentes, ou apenas para um final de semana. Em ambos os casos, as autorizações deverão ser publicadas no Diário Oficial do Município. Art. 49 - Os



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

preços públicos a serem recolhidos pela utilização do espaço público, nos termos desta lei, serão regulamentados por decreto específico, cobrados por pacotes, na seguinte proporção: I – trintídio - Pacote 01: 04 folhetos, 20 cavaletes e 10 plaquetas/“banners”/estandartes ou bandeiras; Pacote 02: 08 folhetos, 40 cavaletes e 20 plaquetas/“banners”/estandartes ou bandeiras; Pacote 03: 12 folhetos, 60 cavaletes e 30 plaquetas/“banners”/estandartes ou bandeiras; Pacote 04: 05 folhetos; Pacote 05: 20 cavaletes; Pacote 06: 05 bicicletas; II - final de semana - Pacote 01: 04 folhetos, 20 cavaletes e 10 plaquetas/“banners”/estandartes ou bandeiras; Pacote 02: 08 folhetos, 40 cavaletes e 20 plaquetas/“banners”/estandartes ou bandeiras; Pacote 03: 12 folhetos, 60 cavaletes e 30 plaquetas/“banners”/estandartes ou bandeiras; Pacote 04: 05 folhetos; Pacote 05: 20 cavaletes; Pacote 06: 05 bicicletas. § 1º - Para o cálculo dos preços públicos a serem recolhidos, será utilizada a legislação pertinente ou índice equivalente correspondente ao mês do dia do protocolo do requerimento que solicita a autorização. § 2º - Para um mesmo ponto de distribuição de folhetos ou assemelhados, poderão ser concedidas, no máximo, 05 (cinco) autorizações distintas, para os dias permitidos (sábados, domingos e feriados), evitando-se aglomeração de pessoas e transtorno no fluxo de veículos. Ao Poder Público caberá a responsabilidade desse controle e fiscalização. § 3º - Será permitida a utilização de bicicletas ou similares para veiculação de publicidade, respeitando-se para esta modalidade os preceitos que definem a TFA - Taxa de Fiscalização de Anúncios, obedecendo o estabelecido no artigo 43 desta lei, com referência à metragem do anúncio. Art. 50 - O pedido de licenciamento do anúncio simples será feito pela Internet. Nos casos em que não for possível este procedimento será necessária a apresentação dos seguintes documentos: I - requerimento apropriado devidamente preenchido e assinado por pessoa física ou jurídica, que declarará, sob sua exclusiva responsabilidade; II - os elementos que caracterizam o anúncio; III - o número do Cadastro de Contribuintes Mobiliários - CCM no Município de São Paulo do proprietário do anúncio; IV - o número do contribuinte do Imposto Predial e Territorial Urbano – IPTU, relativo ao imóvel onde se pretende instalar o anúncio; V - a identificação e a autorização do proprietário ou do possuidor do imóvel onde se pretende instalar o anúncio; VI - outros documentos que vierem a ser especificados por ato do Executivo. Parágrafo único - A autorização de



Folha nº	42	do proc.
nº	01-406	de 02
ROSAMERY ALVES DOS SANTOS		
Assistente de Chefe Técnica		

CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

que trata o inciso V deve conter expressa autorização, irrevogável e irretratável enquanto permanecer o anúncio, para entrada de agente do Poder Público no imóvel para vistoriar ou remover o anúncio, quando for considerado necessário pela autoridade municipal em cumprimento de disposições desta lei. Art. 51 - Para o pedido de licenciamento de anúncio complexo, será necessária a apresentação dos seguintes documentos: I - requerimento apropriado mencionado no inciso I do artigo 50; II - Termo de responsabilidade técnica pela parte estrutural do anúncio, assinado por profissional legalmente habilitado, com firma reconhecida, pelo proprietário do anúncio e pela empresa instaladora; III - Termo de responsabilidade técnica pela parte elétrica do anúncio, assinado por profissional legalmente habilitado, com firma reconhecida, pelo proprietário do anúncio e pela empresa instaladora, no caso de anúncio dotado de dispositivo elétrico, independentemente de sua voltagem; IV - indicação de empresa instaladora responsável pela instalação do anúncio, bem como os números de suas inscrições junto ao Conselho Regional de Engenharia, Arquitetura e Agronomia - CREA e junto ao Cadastro de Empresas de Publicidade Exterior - CADEPEX, de que trata o artigo 60 desta lei; V - indicação do número de inscrição do proprietário do anúncio junto ao Cadastro de Empresas de Publicidade Exterior - CADEPEX, no caso do anúncio não estar relacionado com a atividade exercida no local de instalação; VI - outros documentos que vierem a ser especificados por ato do Executivo. Art. 52 - Para o pedido de licenciamento de anúncio especial, será necessária a apresentação dos seguintes documentos: I - documentos mencionados nos incisos I a VI do artigo 51; II - projeto do anúncio, contendo representação gráfica, em 02 (duas) vias, composta de plantas, elevações, seções e detalhes das características do anúncio e da edificação onde será instalado, indicando sua localização, em escala adequada, assinada por profissional habilitado, pelo proprietário do anúncio e pela empresa instaladora; III - declaração de dados técnicos pela parte estrutural e elétrica do anúncio, devidamente assinada pelos profissionais habilitados com firma reconhecida, proprietário do anúncio e pela empresa instaladora; IV - outros documentos que vierem a ser especificados por ato do Executivo. Art. 53 - Se o pedido de licenciamento de anúncios especiais e complexos for requerido por órgão da administração direta, fundo especial, autarquia, fundação pública, empresa pública,



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

sociedade de economia mista ou outra entidade controlada direta ou indiretamente pela União, Estados, Distrito Federal e Municípios, não será exigida a apresentação da empresa instaladora no ato do protocolamento. § 1º - Com a apresentação dos documentos exigidos nos artigos 51 e 52, estando o anúncio de acordo com as normas técnicas e de segurança, será expedido o Alvará de Aprovação para que o requerente possa proceder à licitação, nos termos da legislação vigente, visando contratar empresa responsável pela instalação do anúncio. § 2º - O requerente terá o prazo de 180 (cento e oitenta) dias, contados a partir da publicação do Alvará de Aprovação, para apresentar a empresa instaladora, sob pena de ser indeferido o pedido de licença do anúncio. § 3º - Após a apresentação da empresa instaladora será expedido o Alvará de Instalação de Anúncio. Art. 54 - O pedido de licenciamento de anúncio especial será analisado pelo órgão responsável pelos aspectos de segurança, que emitirá parecer técnico. § 1º - Havendo parecer desfavorável, o pedido de licenciamento será indeferido. § 2º - Havendo parecer favorável e estando o anúncio de acordo com as normas técnicas, será expedido o Alvará de Instalação de Anúncio. Art. 55 - O interessado terá o prazo de 90 (noventa) dias, contados a partir da data de expedição do Alvará de Instalação de Anúncio complexo ou especial, para comunicar ao órgão competente a instalação do anúncio e apresentar: I - contrato com empresa de manutenção do anúncio, quando o seu proprietário não for à empresa instaladora, bem como o número de sua inscrição junto ao Conselho Regional de Engenharia, Arquitetura e Agronomia - CREA e junto ao Cadastro de Empresas de Publicidade Exterior - CADEPEX; II - fotografia datada caracterizando perfeitamente o anúncio; III - apresentação da apólice de seguro do anúncio; IV - outros documentos que vierem a ser especificados por ato do Executivo. Parágrafo único - O não-atendimento ao disposto neste artigo, no prazo estabelecido, implicará na caducidade do Alvará de Instalação de Anúncio, propiciando o seu cancelamento e o indeferimento do pedido de licença. Art. 56 - Verificado, pelo órgão competente, que o anúncio se encontra instalado em conformidade com o Alvará de Instalação de Anúncio complexo ou especial, o pedido de autorização será deferido e expedida a licença do anúncio. Art. 57 - O despacho de indeferimento de pedido de autorização de anúncio deverá ser devidamente fundamentado. Parágrafo único - O indeferimento do pedido não dá ao



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

requerente o direito à devolução de eventuais taxas ou emolumentos pagos. Art. 58 - 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 em Diário Oficial do Município. § 1º - Os pedidos de reconsideração de despacho ou de recurso não terão efeito suspensivo, salvo no caso de instalação de anúncio previsto no artigo 59. § 2º - O despacho da autoridade da última instância de recurso, bem como o decurso do prazo recursal, encerram definitivamente a instância administrativa. Art. 59 - O Poder Público Municipal deverá observar os seguintes prazos na tramitação dos pedidos de autorização: I - 30 (trinta) dias para deferir ou indeferir o pedido de autorização para anúncio simples, contados a partir da data do seu protocolamento; II - 45 (quarenta e cinco) dias para expedir o Alvará de Instalação de Anúncio ou indeferir o pedido de autorização para anúncio complexo ou especial, contados a partir da data do seu protocolamento; III - 30 (trinta) dias para deferir ou indeferir o pedido de autorização para anúncio complexo ou especial, contados a partir da data em que o interessado comunicar a instalação do anúncio de acordo com o Alvará de Instalação expedido, nos termos do artigo 55. § 1º - O curso dos prazos previstos neste artigo ficará suspenso durante a pendência do atendimento, pelo interessado, de exigências feitas em "comunique-se". § 2º - Decorridos os prazos estabelecidos nos incisos I e II deste artigo, o interessado deverá comunicar o órgão competente e, após 15 (quinze) dias desta comunicação, não havendo o indeferimento do pedido, poderá instalar o anúncio. § 3º - A instalação prevista no parágrafo anterior não exime o interessado de atender a todas as disposições desta lei e recolher, de imediato, a Taxa de Fiscalização de Anúncios - TFA. § 4º - Na situação prevista no artigo 59 o interessado fica isento das sanções previstas pela exibição de anúncio sem a devida licença ou Alvará de Instalação. Art. 60 - Fica criado o Cadastro de Empresas de Publicidade Exterior - CADEPEX, destinado ao registro de pessoas jurídicas, cujo objeto social seja a venda, instalação, manutenção, locação, exibição ou exploração, por qualquer forma, ou seja responsável por comunicação visual exterior. § 1º - O Cadastro de Empresas de Publicidade Exterior - CADEPEX será implantado na Secretaria da Habitação e do Desenvolvimento Urbano - SEHAB. § 2º - Para requerer o cadastramento no Cadastro de Empresas de Publicidade Exterior - CADEPEX, a empresa interessada deverá



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

apresentar: a) cópia do contrato social, acompanhada da última alteração, se houver, que comprove sua atividade no ramo, com capital mínimo de R\$ 10.000,00 (dez mil reais); b) prova de inscrição no Cadastro de Contribuintes Mobiliários - CCM no Município de São Paulo; c) prova de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas - CNPJ; d) prova de inscrição no Conselho Regional de Engenharia, Arquitetura e Agronomia - CREA; e) cópia da Carteira do CREA de seu responsável técnico; f) prova de regularidade do recolhimento do Fundo de Garantia por Tempo de Serviço - FGTS e do Programa de Integração Social - PIS; g) prova de regularidade junto ao Instituto Nacional de Seguro Social - INSS; h) declaração de quitação dos recolhimentos das contribuições para o sindicato patronal e prova de recolhimento da contribuição sindical dos empregados; i) prova de recolhimento do Imposto sobre Serviço de Qualquer Natureza devido ao Município sede da empresa relativo ao mês anterior ao pedido de cadastramento ou o respectivo alvará de funcionamento ou instrumento equivalente, em se tratando de empresa nova. § 3º - Caso o Município sede da empresa não preveja a exibição de publicidade entre os serviços sujeitos ao ISS, deverá o requerente anexar a listagem oficial comprobatória daquela isenção. § 4º - Os registros das empresas cadastradas terão validade de 01 (um) ano e deverão ser renovados, a pedido das próprias empresas, mediante a apresentação dos documentos relacionados no parágrafo 2º, devidamente atualizados. I - Para renovação do CADEPEX de empresas instaladoras deverão ser apresentadas as declarações de dados técnicos que acompanham o licenciamento dos anúncios. § 5º - Serão automaticamente cancelados os registros que não forem renovados por mais de 02 (dois) anos consecutivos. SEÇÃO II DA RENOVAÇÃO DA LICENÇA DO ANÚNCIO Art. 61 - A renovação da licença do anúncio será feita mediante simples declaração do interessado de que não houve alteração nas características constantes da autorização original e apresentação dos termos de responsabilidade na forma constante dos artigos 51 e 52, e do contrato de manutenção e apólice de seguro devidamente atualizados, quando for o caso. Art. 62 - Qualquer alteração em anúncio ou na sua estrutura de sustentação implica na exigência de imediata solicitação de nova licença, exceto quanto à inserção de aplicação prevista no parágrafo 6º do artigo 36. Parágrafo único - Fica dispensado da exigência prevista neste artigo o anúncio constituído de



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

ROSMARI CURY ALVES DOS SANTES
Assessora de Câmara Técnica

quadro próprio destinado à afixação de mensagem trocada periodicamente, desde que não ocorram alterações na sua estrutura, forma ou dimensões. SEÇÃO III DO CANCELAMENTO DA LICENÇA DO ANÚNCIO Art. 63 - A licença do anúncio será automaticamente extinta nos seguintes casos: I - por solicitação do interessado, mediante requerimento padronizado; II - na data de vencimento do prazo de sua validade, caso não haja pedido de renovação; III - quando ocorrer alteração nas características do anúncio; IV - quando ocorrer mudança de local de instalação de anúncio; V - quando ocorrer alteração nas características do imóvel; VI - quando ocorrer alteração no número do contribuinte do Imposto Predial e Territorial Urbano - IPTU, desde que por solicitação do contribuinte; VII - quando ocorrer alteração no Cadastro de Contribuintes Mobiliários - CCM; VIII - quando ocorrer o cancelamento da inscrição da empresa de manutenção no Cadastro de Empresas de Publicidade Exterior - CADEPEX, no caso de anúncio complexo ou de anúncio especial; IX - quando o proprietário não apresentar contrato com nova empresa de manutenção, quando for solicitado; X - por infringência a qualquer disposição desta lei ou de seu decreto regulamentar, caso não sejam sanadas as irregularidades dentro dos prazos previstos; XI - pelo não-atendimento a eventuais exigências dos órgãos competentes; XII - pela ocorrência do disposto nos incisos IX e X do artigo 10. SEÇÃO IV DO CADASTRO DE ANÚNCIOS - CADAN Art. 64 - O licenciamento do anúncio implica no seu registro no Cadastro de Anúncios - CADAN, criado pela Lei nº 8.730, de 07 de junho de 1978. § 1º - O registro no Cadastro de Anúncios - CADAN poderá ser promovido de ofício. § 2º - Na hipótese do parágrafo anterior, o responsável pelo anúncio, ou o proprietário ou possuidor do imóvel onde este estiver instalado, será notificado a prestar as declarações e apresentar os documentos necessários previstos nesta lei. § 3º - O anúncio instalado em mobiliário ou equipamento urbano não dependerá de registro no CADAN, sujeitando-se ao que tenha ficado disposto no respectivo contrato de permissão ou concessão. Art. 65 - O registro de ofício no Cadastro de Anúncios - CADAN não implica o reconhecimento da regularidade do anúncio. Art. 66 - O anúncio deverá ser identificado através do número de seu Alvará de Instalação ou de sua licença, bem como do número de inscrição no Cadastro de Contribuintes Mobiliários - CCM, do proprietário do anúncio. § 1º - Os números da



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

Autorização ou do Alvará de Instalação e do CCM poderão ser reproduzidos no anúncio através de pintura, adesivo, autocolante ou, ainda, ser incorporado ao anúncio como parte integrante de seu material e confecção, devendo sempre apresentar condições análogas às do próprio anúncio, no tocante à resistência e durabilidade. § 2º - Os números da Autorização ou do Alvará de Instalação e do CCM deverão estar em posição destacada em relação às outras mensagens que integram o conteúdo do anúncio. § 3º - Os anúncios instalados em cobertura de edificação ou em locais fora do alcance visual do pedestre deverão também ter os números da Autorização ou do Alvará de Instalação e do CCM afixados, permanentemente, no acesso principal da edificação ou do imóvel em que se encontrem, e mantidos em posição visível para o público, de forma destacada e separada de outros veículos de comunicação visual eventualmente afixados no local. § 4º - A inscrição dos números da Autorização ou do Alvará de Instalação e do CCM deverá oferecer perfeitas condições de legibilidade ao nível do pedestre, mesmo à distância, salvo nas hipóteses previstas no parágrafo anterior. Art. 67 - Além da obrigatoriedade de identificação do anúncio, através da inscrição dos números da Autorização ou do Alvará de Instalação e do Cadastro de Contribuintes Mobiliários - CCM, o responsável pelo anúncio deverá manter, à disposição da fiscalização, 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 - TFA.

SEÇÃO V DOS RESPONSÁVEIS PELO ANÚNCIO Art. 68 - São solidariamente responsáveis pelo anúncio: I - a empresa registrada no CADEPEX que tenha requerido a licença do anúncio; II - o proprietário ou o possuidor do imóvel onde o anúncio estiver instalado; III - o anunciante; IV - as empresas concessionárias ou permissionárias de mobiliário e equipamento urbano. § 1º - A empresa instaladora é também solidariamente responsável pelos aspectos técnicos e de segurança de instalação de 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



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

criminalmente pela veracidade das informações prestadas. Art. 69 - As empresas que assinarem contratos de manutenção de anúncios de propriedade de terceiros se submetem aos seguintes procedimentos: I - comunicar imediatamente à SEHAB no caso de rompimento do contrato de manutenção, ressaltando sua responsabilidade; II - firmar contratos de manutenção que, assinados também pelo(s) engenheiro(s) responsável(eis) como garantidores pela sua efetividade, deverão relacionar o anúncio ou anúncios, seus tipos, dimensões e localizações, bem como seus números de alvará. III - apresentar à SEHAB relatórios trimestrais assinados pelos engenheiros responsáveis relacionando todos os anúncios sob sua responsabilidade e as correspondentes vistorias; IV - atender à intimação pela falta de manutenção do anúncio sob sua responsabilidade, sob pena de ter seu CADEPEX suspenso. Parágrafo único - Ocorrendo a rescisão do contrato de manutenção, ou tendo sido suspenso o CADEPEX da empresa mantenedora, a SEHAB abrirá prazo de 15 (quinze) dias para a empresa proprietária do anúncio apresentar novo contrato. SEÇÃO VI DAS INSTÂNCIAS ADMINISTRATIVAS E COMPETÊNCIAS Art. 70 - Para apreciação e decisão da matéria tratada nesta lei, serão observadas as seguintes instâncias administrativas: I - no âmbito da competência da Secretaria da Habitação e do Desenvolvimento Urbano - SEHAB: a) Diretor de Divisão Técnica; b) Diretor do Departamento Técnico; c) Secretário da Habitação e do Desenvolvimento Urbano; d) Comissão de Proteção à Paisagem Urbana - CPPU; e) Prefeito; II - no âmbito da competência das Subprefeituras: a) Supervisor do Uso e Ocupação do Solo; b) Subprefeito; c) Secretário da Secretaria de Subprefeituras; d) Comissão de Proteção à Paisagem Urbana - CPPU; e) Prefeito. Art. 71 - Compete à Secretaria da Habitação e do Desenvolvimento Urbano - SEHAB, para os fins desta lei: I - supervisionar e articular a atuação das Subprefeituras em matéria de paisagem urbana; II - cadastrar, inscrever e aprovar os anúncios no Cadastro de Anúncios - CADAN; III - adotar os procedimentos para o cumprimento do disposto nesta lei; IV - expedir atos normativos administrativos para fiel execução desta lei e de seu regulamento, decidindo e apreciando sobre a matéria pertinente, nos termos do artigo 70; V - cadastrar as empresas de publicidade exterior. Art. 72 - Compete à Comissão de Proteção à Paisagem - CPPU, para os fins desta lei: I - propor à Comissão Municipal de Política



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

Urbana diretrizes relativas à política municipal de proteção e promoção da boa qualidade da paisagem urbana; II - apreciar os relatórios de gestão da paisagem urbana a serem anualmente apresentados pelas Subprefeituras, apresentando as recomendações que couberem; III - dirimir dúvidas na interpretação de dispositivos desta lei ou em face de casos omissos; IV - propor atos normativos sobre a ordenação dos anúncios, paisagem e meio ambiente; V - expedir atos normativos administrativos para fiel execução desta lei e de seu regulamento, decidindo e apreciando sobre a matéria pertinente, nos termos do artigo 70. Art. 73 - Compete às Subprefeituras: I - receber a comunicação de colocação de anúncios transitórios, temporários e de anúncios infláveis, inclusive sob a forma de balão; II - fiscalizar o cumprimento desta lei e punir os infratores e responsáveis, aplicando as penalidades cabíveis. Art. 74 - 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 e outros aspectos conexos; II - emitir parecer, no âmbito de suas atribuições, quanto ao enquadramento das situações não previstas ou passíveis de dúvidas. CAPÍTULO IV DO PROCEDIMENTO LICENCIATÓRIO DAS INFRAÇÕES E PENALIDADES Art. 75 - Para os fins desta lei, consideram-se infrações: I - exibir anúncio: a) sem a necessária licença ou Alvará de Instalação; b) com dimensões maiores que as aprovadas; c) fora do prazo constante da licença ou do Alvará de Instalação; II - manter o anúncio: a) em mau estado de conservação; III - não atender à intimação do órgão competente para regularização ou remoção do anúncio; IV - veicular qualquer tipo de anúncio em desacordo com o disposto nesta lei e nas leis estaduais e federais pertinentes; V - praticar qualquer outra violação às normas previstas nesta lei ou em seu decreto regulamentar. § 1º - Para todos os efeitos desta lei, respondem solidariamente pela infração praticada o infrator e os responsáveis pelo anúncio nos termos do artigo 68. § 2º - O enquadramento previsto no inciso II deste artigo independe da regularidade do anúncio. Art. 76 - A inobservância das disposições desta lei sujeita os infratores às seguintes penalidades: I - responsáveis pelo anúncio: a) multa; b) cancelamento da autorização; c) remoção do anúncio; II - empresas instaladoras e de manutenção: a) suspensão do registro no Cadastro de Empresas de Publicidade Exterior - CADEPEX por prazo não superior a



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

01 (um) ano ou até ser sanada a irregularidade que a motivou, sob pena do cancelamento definitivo do registro. Parágrafo único - Sem prejuízo das demais penalidades cabíveis, a Municipalidade comunicará ao órgão federal fiscalizador do exercício profissional qualquer irregularidade que envolver os responsáveis técnicos pelo anúncio ou as empresas de manutenção e instalação. Art. 77 - Na aplicação da primeira multa, sem prejuízo das demais penalidades cabíveis, o infrator será intimado a regularizar o anúncio ou a removê-lo, quando for o caso, dentro dos seguintes prazos:

I - 30 (trinta) dias, no caso de anúncio especial; II - 15 (quinze) dias, no caso dos demais anúncios; III - 24 (vinte e quatro) horas, no caso de anúncio que apresente risco iminente. § 1º - Os prazos estabelecidos nos incisos I e II deste artigo poderão ser prorrogados uma única vez, por igual período, por motivo de força maior devidamente comprovado, mediante requerimento do interessado. § 2º - O Poder Público poderá interditar e providenciar a remoção imediata do anúncio em caso de risco iminente de

segurança ou reincidência na prática de infração, não se responsabilizando por quaisquer danos causados ao anúncio, quando da remoção. § 3º - Nos demais casos, os responsáveis serão obrigados a remover o anúncio irregularmente instalado, sob pena da Municipalidade promover a sua imediata remoção após expirado o prazo fixado em segunda notificação ao responsável pelo anúncio para esta finalidade, sem que o mesmo tenha sido removido. Art. 78 - As multas serão aplicadas da seguinte forma: I - primeira multa correspondente a R\$ 1.000,00 (um mil reais) para anúncios com área

até 10,00 m² (dez metros quadrados); II - para cada metro quadrado que exceder a 10,00 m² (dez metros quadrados) será acrescido R\$ 50,00 (cinquenta reais); III - persistindo a infração após a aplicação da primeira multa e da intimação de que trata o artigo 77, sem que sejam respeitados os prazos previstos, será aplicada uma multa correspondente ao dobro da primeira e reaplicada a cada 15 (quinze) dias a partir da lavratura da multa anterior, até a efetiva regularização ou remoção do anúncio. § 1º - No caso do anúncio apresentar risco iminente, a segunda multa, bem como as reaplicações subseqüentes, se darão a cada 24 (vinte e quatro) horas a partir da lavratura da multa anterior. TÍTULO IV DAS DISPOSIÇÕES FINAIS E TRANSITÓRIAS Art. 79 - As licenças expedidas sob a vigência da legislação

anterior terão sua validade respeitada. § 1º - Havendo mais de uma peça publicitária



Folha nº	191	do proc.
nº	01-406	de 02
ROSAMARIA ALVES DOS SANTOS		
Assistente de Câmara Técnica		

CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

num mesmo lote terá a precedência o proprietário do anúncio cuja peça tenha a licença mais antiga em curso, e como segundo critério, o contrato de locação mais antigo do espaço junto ao proprietário ou possuidor do imóvel. § 2º - A adequação dos anúncios publicitários aos termos desta lei obedecerá os seguintes prazos a partir da promulgação desta lei: I - 06 (seis) meses para os anúncios instalados nas vias N1; II - 12 (doze) meses para os anúncios instalados nas vias N2; III) 18 (dezoito) meses para os anúncios instalados nas vias N3. § 3º - As licenças que vencerem antes do prazo previsto no parágrafo anterior terão sua validade prorrogada até o final dos referidos prazos. Art. 80 - O Poder Executivo promoverá as medidas necessárias para viabilizar a aplicação, em sistema computadorizado, das normas desta lei. Art. 81 - O Poder Executivo deverá fixar, por portaria, a padronização dos modelos de requerimentos e demais documentos necessários. Art. 82 - Os pedidos de autorização e licença de anúncios protocolados anteriormente à data da publicação desta lei, serão analisados nos termos da legislação vigente à época. Art. 83 - O Poder Executivo poderá celebrar termo de cooperação com a iniciativa privada, visando à execução e manutenção de melhorias urbanas, ambientais e paisagísticas, e à conservação de áreas públicas, 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 - Nos casos em que, em função da celebração de termo de cooperação, for permitida a instalação de publicidade em bens públicos municipais de uso comum, deverão ser observadas as normas desta lei e as disposições a serem estabelecidas em decreto do Executivo. § 3º - Os termos de cooperação previstos no parágrafo anterior terão prazo de validade de, no máximo, 03 (três) anos e deverão ser publicados na íntegra no Diário Oficial do Município, no prazo máximo de 30 (trinta) dias da sua assinatura. Art. 84 - O Poder Público poderá firmar convênios com entidades de classe para a implantação de cadastros profissionais de empresas promotoras de eventos e do CADEPEX, ou outros que promovam a agilização da observância desta lei. Art. 85 - Fazem parte integrante desta lei: Anexo I - Locais para fins de adequação ao disposto nesta lei; Anexo II - Anúncios Publicitários; Anexo III - Anúncios Indicativos. Art. 86 - O Poder Executivo regulamentará a presente lei no



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

prazo de 180 (cento e oitenta) dias após sua publicação. Art. 87 - A SMSP e/ou as Subprefeituras poderão celebrar contratos com empresas privadas, delegando as atividades previstas nesta lei, com vista a maior eficiência e transparência na fiscalização dos anúncios. § 1º - As empresas contratadas poderão prestar serviços de fiscalização durante o prazo estabelecido entre as partes, com ressarcimento dos recursos apropriados. § 2º - As empresas contratadas poderão prestar serviços de remoção de anúncios durante o prazo estabelecido entre as partes, com ressarcimento dos recursos apropriados. § 3º - Os recursos para a implementação das medidas deste artigo serão originários do Fundo Municipal de Melhoria da Paisagem. Art. 88 - As despesas com a execução desta lei correrão por conta das dotações orçamentárias próprias. Art. 89 - Ficam mantidas as disposições do Decreto nº 33.394, de 14 de julho de 1993, com as alterações posteriores, até nova regulamentação. Art. 90 - Ficam mantidas as disposições dos Decretos nº 33.389, nº 33.390, nº 33.391, nº 33.392, nº 33.393, nº 33.394 e nº 33.395, todos de 14 de julho de 1993, observadas as disposições da presente lei. Art. 91 - Esta lei entrará em vigor na data de sua publicação, revogadas as disposições em contrário, em especial, as Leis nº 12.115, de 28 de junho de 1996, nº 12.513, de 05 de novembro de 1997, nº 12.515, de 1997 e nº 13.100, de 08 de dezembro de 2000. Eu, ZULE ASSATO, Assistente de Chefia Técnica, padrão "QPA-10-C" extraí a presente cópia fielmente de fls. do livro competente nº 55 e digitei. Eu, KATHYA REGINA TORALES DE SOUZA, Assistente Parlamentar, padrão "QPA-05-A" a conferi. São Paulo, 03 de fevereiro de 2003. Chefe da Seção Técnica de Preparo e Registro de Documentos Legislativos, JOSÉ CRISTINO SOUZA SANTOS Visto, Sônia Maria Verzolla Diretora do Departamento dos Serviços Legislativos da Câmara Municipal de São Paulo.-
Diretor Téc. Depto.
Chefe de Seção Técnica IV Substituto

aa) Arselino Tatto; Jooji Hato; Cláudio Fonseca; Celso Cardoso; Myryam Athie; Eliseu Gabriel; Edivaldo Estima

JCSS/za



Folha nº	193	do proc.
nº	01-406	de 02
Assinado por: ROSA MARIA SANTOS		
Assinado por: [illegible]		

CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

LEI Nº DE DE 2003.

Dispõe sobre a ordenação de anúncios na paisagem do Município de São Paulo e dá outras providências.

Faço saber que a Câmara, em sessão de 30 de janeiro de 2003, decretou a seguinte lei:

TÍTULO I DISPOSIÇÕES GERAIS CAPÍTULO I DOS OBJETIVOS, DIRETRIZES E DEFINIÇÕES

Art. 1º - Esta lei dispõe sobre a ordenação da paisagem para a veiculação de anúncios desde que visíveis a partir de logradouro público no território do Município de São Paulo.

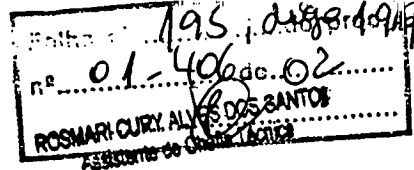
Art. 2º - A colocação de anúncios publicitários observará as disposições do Plano Diretor Estratégico relativas à ordenação da paisagem, da Rede Viária Estrutural, em harmonia com o sistema de uso e ocupação do solo, a topografia, especialmente os cursos d'água, as linhas de drenagem e os talvegues, considerados eixos básicos estruturadores da paisagem.

Art. 3º - Sem prejuízo das demais normas relativas ao uso da paisagem, a ordenação de anúncios far-se-á nos termos desta lei e compreenderá a fixação de diretrizes para a veiculação, preservando concomitantemente a paisagem e, quanto à sua gestão, estabelecerá um padrão de visibilidade que garanta a segurança dos pedestres e de veículos e também a preservação dos padrões estéticos, paisagísticos, culturais, históricos e geográficos da cidade.

Art. 4º - Todos têm direito à boa qualidade estética e referencial da paisagem municipal, sendo dever do Poder Público Municipal e da coletividade protegê-la e promovê-la para as atuais e futuras gerações.

Parágrafo único - A paisagem municipal constitui direito difuso de todos.

Art. 5º - Considera-se paisagem, para fins de aplicação desta lei, 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, os elementos de sinalização urbana, equipamentos de informação e comodidade pública,



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

logradouros públicos, visíveis por qualquer observador situado em áreas de uso comum do povo.

Art. 6º - Constituem objetivos da ordenação da paisagem do Município de São Paulo a realização do interesse público em compatibilidade com os direitos fundamentais da pessoa humana e as necessidades de conforto ambiental, com melhoria da qualidade de vida urbana, e 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 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 - fácil acesso e utilização das funções e serviços de interesse coletivo nas vias e logradouros;
- X - 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. 7º - Constituem diretrizes a serem observadas na colocação de anúncios na paisagem municipal:

- I - livre acesso de pessoas e bens à infra-estrutura urbana;
- II - 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 - combate à poluição visual bem como à degradação ambiental;
- IV - proteção, preservação e recuperação do patrimônio cultural, histórico, artístico, paisagístico, de consagração popular, bem como do meio-ambiente natural ou construído da cidade;
- V - compatibilização entre as modalidades de anúncios com os locais onde possam ser veiculados, nos termos desta lei;
- VI - agilidade nos procedimentos de autorização da veiculação de anúncios, bem como de fiscalização e de licenciamento, observados os princípios da prevalência do interesse público, imparcialidade, legalidade, publicidade e moralidade;
- VII - responsabilização solidária do proprietário do anúncio, do proprietário do imóvel ou seu possuidor e do anunciante, pelas infrações e ações lesivas que praticarem;
- VIII - implantação de sistema de fiscalização efetiva, ágil, moderna, planejada e permanente;
- IX - proposição pelo Executivo da criação do Fundo de Recuperação e Manutenção da Paisagem Urbana.



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

Folha nº 196 de 195
nº 01-406.02
ROSMÁRIO ALMEIDA SANTOS

Art. 8º - Para os efeitos de aplicação desta lei, ficam estabelecidas as seguintes definições:

I - altura do anúncio (h) - é o resultado obtido pela diferença entre a altura máxima (hmax) e a altura mínima (hmin), ($h = h_{\max} - h_{\min}$), devendo ser considerada a estrutura de sustentação, no caso de anúncio localizado na cobertura da edificação, observado o seguinte:

a) altura mínima (hmin) - é a distância vertical entre o ponto mais baixo do anúncio e o ponto mais alto do solo imediatamente abaixo do anúncio ou do passeio, quando o solo estiver em plano inferior ao mesmo;

b) altura máxima (hmax) - é a distância vertical entre o ponto mais alto do anúncio e o ponto mais alto do solo imediatamente abaixo do anúncio ou do passeio, quando o solo estiver em plano inferior ao mesmo;

II - altura da edificação (hed) - é a distância vertical entre a cobertura da edificação e o ponto mais alto do solo imediatamente abaixo do anúncio;

III - andar - é o volume compreendido entre dois pavimentos consecutivos, ou entre o pavimento e o nível superior de sua cobertura;

IV - anúncio - é qualquer veículo de comunicação visual presente na paisagem visível de 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 os profissionais que dele fazem uso, podendo também ser composto de logomarca e referência a outras empresas fornecedoras, colaboradoras ou patrocinadoras das atividades desenvolvidas no local, desde que esta última não ultrapasse 1/3 (um terço) da área total do anúncio;

b) anúncio publicitário - é aquele destinado à veiculação de publicidade instalado fora do local onde se exerce a atividade, podendo ser instalado de acordo com os parâmetros estabelecidos na presente lei, e quando em área livre, conforme quadro anexo, observar as seguintes características:

1) estar instalado em altura mínima de 3,00 m (três metros) e altura máxima de até 6,00 m (seis metros);

2) estar instalado em altura mínima de 10,00 m (dez metros) e altura máxima de até 15,00 m (quinze metros);

V - aplique - elemento acessório ao anúncio publicitário de inserção temporária;

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

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

VIII - ático - é a parte do volume superior de uma edificação, destinada a abrigar casa de máquinas, piso técnico de elevadores, caixas d'água e equipamentos e máquinas de circulação vertical;

IX - bem de valor cultural - é 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;

[Assinatura]



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

Folha nº 1793 do proc. nº 01-406 de 02
Assinatura de [illegible]
Assessoria de [illegible]

X - complementar - é o elemento da edificação, constante do projeto aprovado, independente da edificação principal, compreendendo torres, caixas d'água e chaminés;

XI - coroamento - elemento de vedação que envolve o ático;

XII - edificação - é a obra coberta destinada a abrigar atividade humana ou qualquer instalação, equipamento e material;

XIII - edificação permanente - é aquela fixada no solo em caráter duradouro;

XIV - edificação transitória - é aquela construída sobre o solo de modo não-fixo ou de pequenas dimensões em caráter não-permanente, pois facilmente removível;

XV - empena cega - é a face lateral externa da edificação que não apresenta aberturas destinadas à iluminação, ventilação e insolação;

XVI - envelopamento - recobrimento das fachadas da edificação em obra com material translúcido ou não;

XVII - espessura do anúncio - é a distância entre a face anterior e a posterior;

XVIII - face de quadra - são todos os lotes que apresentem o mesmo código de logradouro (codlog), o mesmo Setor e a mesma Quadra Fiscal;

XIX - fachada - é qualquer face externa da edificação que apresente aberturas destinadas à iluminação, ventilação e/ou insolação;

XX - gleba - é a área de terra que ainda não foi objeto de loteamento ou desmembramento;

XXI - imóvel edificado - é aquele ocupado total ou parcialmente com edificação permanente;

XXII - imóvel não-edificado - é aquele não-ocupado ou ocupado com edificação transitória;

XXIII - lote - é a parcela de terreno contida em uma quadra, resultante de loteamento, desmembramento ou desdobro e com pelo menos uma divisa lindeira a logradouro público;

XXIV - lote lindeiro - é a parcela do terreno contida em uma quadra, resultante de loteamento, desmembramento ou desdobro e com pelo menos uma divisa com logradouro público relacionado nesta lei como N1, N2, N3;

XXV - marquise - é o elemento da edificação construído em balanço em relação à fachada, integrante de projeto aprovado ou regularizado, destinado à cobertura e à proteção de transeuntes;

XXVI - obra - é o processo e o que resulta de trabalho ou ação humana realizado em imóvel, que implique em alteração de seu estado físico anterior;

XXVII - quota - é o coeficiente que, multiplicado pela testada do imóvel onde se situa o anúncio, possibilita obter a área máxima de anúncio permitida no imóvel;

XXVIII - rarefação - é a diminuição e espaçamento de mensagens publicitárias no mesmo fluxo e sentido da via em que estiverem instaladas;

XXIX - rede viária estrutural - é aquela constante das definições do Plano Diretor Estratégico - Lei Municipal nº 13.430, de 13/09/2002;

XXX - saliência - é o elemento arquitetônico proeminente, engastado ou apostado em edificação ou muro;



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

198 de 1997
Folha nº 198 do proc.
nº 01-406 de 02
ROSMARI CORRÊA SANTOS
Assistente de Câmara Técnica

XXXI - área de exposição do anúncio - é 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;

XXXII - testada ou alinhamento - é a linha divisória entre o imóvel de propriedade particular ou pública e o logradouro ou via pública;

XXXIII - vedado transparente - é qualquer vedação do imóvel constituída por material transparente;

XXXIV - face de visibilidade - é a visibilidade aplicada aos lotes que apresentam testada de fundo ou lateral voltada diretamente ao sistema viário classificado como N1, N2, N3.

Art. 9º - Para efeitos desta lei não são considerados anúncios:

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

III - denominações de prédios e condomínios;

IV - os que contenham referências que indiquem lotação, capacidade e as 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 0,20 m² (vinte decímetros quadrados);

IX - os que apresentem área de exposição igual ou inferior a 1,50 m² (um metro e cinquenta decímetros quadrados) e ainda observem as seguintes condições:

1) não disponham de dispositivos mecânicos ou de sistema elétrico/eletrônico;

2) apresentem altura máxima (hmax) igual ou inferior a 3,00 m (três metros);

3) sejam únicos no estabelecimento e encontrem-se instalados no pavimento térreo;

4) sejam pintados ou instalados exclusivamente paralelos à fachada, ou quando em área livre do imóvel, paralelos ao alinhamento;

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

XI - logotipo de construtora responsável por obra quando em tela de proteção;

XII - adesivos em vedos transparentes com até 0,30 m (trinta centímetros) de altura, desde que respeitada a quantidade de, no máximo, 03 (três) por estabelecimento.



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

Folha nº 199 de 198
nº 01-406 de 02
ROSAMARI GERVÁSIO DOS SANTOS
Assistente de Chancelaria Técnica

CAPÍTULO II DAS NORMAS GERAIS

Art. 10 - Todo anúncio deverá observar, entre outras, as seguintes normas:

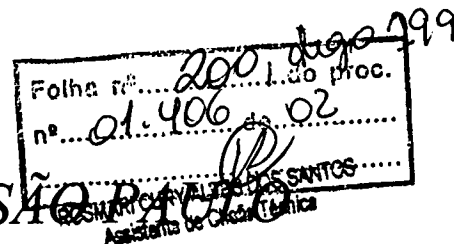
- I - oferecer condições de segurança ao público;
- II - ser mantido em bom estado de conservação, no que tange à estabilidade, resistência dos materiais e aspecto visual;
- III - receber tratamento final adequado em todas as suas superfícies, inclusive na sua estrutura, ainda que não utilizada para anunciar;
- IV - ter a área destinada à mensagem recoberta por material equivalente ao utilizado para veiculação, na cor branca na ausência de anunciante;
- V - não possuir estrutura de madeira para anúncios publicitários situados nas vias constantes do Anexo I, e nas vias coletoras situadas no perímetro do centro expandido;
- VI - atender às normas técnicas pertinentes à segurança e estabilidade de seus elementos;
- VII - atender às 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;
- VIII - respeitar a vegetação arbórea significativa definida por legislação específica constante do Plano Diretor Estratégico;
- IX - 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;
- X - 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;
- XI - quando houver anúncios indicativos e publicitários no mesmo lote, deve a área máxima de cada um obedecer a quota para anúncios indicativos estabelecida nos quadros anexos e aplicada também aos anúncios publicitários, observados os demais parâmetros estabelecidos pela presente lei.

Art. 11 - É vedada a instalação de anúncios em:

- I - leitos dos rios e cursos d'água, e em 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 parágrafo 6º do artigo 30;
- III - imóveis situados nas zonas de uso estritamente residenciais definidas no Plano Diretor Estratégico, salvo os anúncios indicativos;
- IV - postes de iluminação pública ou de rede de telefonia, inclusive cabines e telefones públicos, conforme autorização específica, exceção feita ao



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO



mobiliário urbano nos pontos permitidos pela Prefeitura e aos denominados anúncios temporários;

V - torres ou postes de transmissão de energia elétrica;

VI - nos dutos de gás, abastecimento de água, hidrantes e torres d'água e outros similares;

VII - placas acopladas à sinalização de trânsito;

VIII - obras públicas de arte, tais como pontes, passarelas, viadutos, túneis, ainda que de domínio estadual e federal;

a) é vedada a instalação de anúncios a uma distância inferior a 30,00 m (trinta metros) de pontes ou viadutos, bem como de seus respectivos acessos;

b) ao longo de vias elevadas serão permitidos anúncios em empenas cegas e coberturas em faixa de até 50,00 m (cinquenta metros) do alinhamento do elevado;

IX - nas vias e passeios públicos, inclusive na pavimentação asfáltica do leito carroçável, exceto as previsões quanto ao mobiliário urbano e os denominados anúncios temporários, devidamente licenciados;

X - de propaganda eleitoral, com exceção nos períodos permitidos por lei, independente do material utilizado, em veículos de transporte coletivo;

XI - nas partes internas e externas de cemitérios;

XII - nas partes internas e externas de hospitais e prontos-socorros e postos de atendimento médico, exceto os que digam respeito à denominação e eventos relacionados com a área da saúde;

XIII - em bens públicos municipais dominiais e de uso especial, salvo nos autódromos, estádios, escolas, centros desportivos e locais de prática do desporto em geral, e nas situações previstas em lei;

XIV - quando colado ou pintado nas colunas, paredes, muros e demais partes externas de edificação, salvo quando pintado em chaminés de indústria nos termos da Lei nº 10.897, de 05 de dezembro de 1990;

a) somente serão permitidos anúncios pintados nas empenas cegas se forem de finalidade cultural;

XV - em vias coletoras e locais, assim definidas pela Lei Municipal nº 13.430/02, exceto:

a) quando de natureza indicativa;

b) anúncios localizados a uma distância inferior ou igual a 120,00 m (cento e vinte metros) de uma via classificada como N1, N2 ou N3, contados a partir do seu alinhamento, conforme o Plano Diretor Estratégico do Município de São Paulo.

Art. 12 - 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;

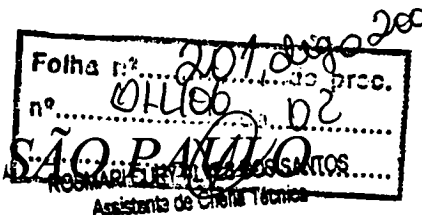
III - prejudique, por qualquer forma, a insolação ou a aeração da edificação em que estiver instalado ou a dos imóveis edificadas vizinhos;

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 para a prevenção e o combate a incêndio, pelas normas de segurança.



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO



Art. 13 - Tendo como referência a Lei Municipal nº 13.430, de 13/09/2002 – Plano Diretor Estratégico, são estabelecidos os seguintes critérios:

I - em se tratando de bens de valor cultural, classificados como bens tombados individualmente, áreas tombadas e áreas envoltórias, deverá ser ouvido o Conselho Municipal de Preservação do Patrimônio Histórico Cultural e Ambiental da Cidade São Paulo – CONPRES.

§ 1º - O Executivo, no prazo máximo de 180 (cento e oitenta) dias, a partir da publicação desta lei, deverá dar publicidade à lista dos bens tombados e descrição dos respectivos perímetros envoltórios e visuais consoante os níveis de preservação para atendimento do disposto no inciso I do artigo 12.

§ 2º - O não-cumprimento do disposto no parágrafo anterior implicará no tratamento do anúncio, segundo os termos da presente lei, independentemente de manifestação do CONPRES.

TÍTULO II CAPÍTULO I DA ORDENAÇÃO DA PAISAGEM

Art. 15 - Considera-se, para efeito desta lei, como utilização da paisagem urbana todos os anúncios, desde que visíveis do logradouro público, instalados em:

I - imóvel particular:

- a) edificado;
- b) não-edificado;
- c) em obras de construção civil;

II - bem público:

- a) edificado;
- b) não-edificado;
- c) em obra pública de construção civil;
- d) em faixa de domínio, pertencente a redes de infra-estrutura, faixa de servidão de redes de transporte, de redes de transmissão de energia elétrica, de oleodutos, gasodutos e similares;

III - mobiliário urbano;

IV - veículos automotores.

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

§ 2º - No caso de se encontrar afixado em espaço interno de edificação, o anúncio será considerado visível quando localizado até 0,50 m (cinquenta centímetros) de qualquer abertura ou vedo transparente que se comunique diretamente com o exterior.

§ 3º - Para efeito da rarefação dos anúncios publicitários definida no inciso XXVIII do artigo 8º aplicam-se as seguintes disposições:

- a) a distância entre anúncios será medida a partir de suas extremidades;
- b) será permitido o agrupamento de até 03 (três) anúncios publicitários, desde que estejam instalados paralelos ao alinhamento, possuam altura máxima de 6,00 m (seis metros) e obedeçam à distância de 9,00 m (nove metros) de outro anúncio ou agrupamento no mesmo lote;



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

Folha nº.....2021.....
nº.....01-406.....
Assistente de Câmara Técnica

c) quando em lotes diferentes, os anúncios ou agrupamentos deverão obedecer às distâncias definidas no Quadro Anexo.

CAPÍTULO II DO ANÚNCIO EM IMÓVEL PARTICULAR EDIFICADO SEÇÃO I NA FACHADA

Art. 16 - O anúncio instalado em fachada será considerado:

I - paralelo, quando a superfície de exposição do anúncio estiver posicionada em relação ao plano da fachada a uma distância de, no máximo, 0,30 m (trinta centímetros) deste;

II - perpendicular, quando o eixo de sua estrutura estiver posicionado perpendicularmente em relação ao plano da fachada, devendo o anúncio apresentar espessura de, no máximo, 0,40 m (quarenta centímetros).

§ 1º - No cálculo da distância mencionada no inciso I deverá ser considerada a estrutura do anúncio.

§ 2º - Não serão permitidos anúncios instalados em marquise, saliências ou recobrimento de fachada, mesmo constantes de projeto de edificação aprovado ou regularizado.

§ 3º - Quando instalado em fachada construída no alinhamento, o anúncio poderá avançar até 1,20 m (um metro e vinte centímetros) sobre o passeio, desde que este avanço não exceda a 2/3 (dois terços) da largura do passeio.

Art. 17 - O anúncio instalado na fachada da edificação deverá ainda atender às seguintes condições:

I - observar as características e parâmetros estabelecidos nos Quadros Anexos;

II - observar as características arquitetônicas e as funções definidas no projeto de construção ou reforma da edificação;

III - ter sua projeção ortogonal totalmente contida dentro dos limites externos da fachada onde se encontra e não prejudicar a área de exposição de outro anúncio.

§ 1º - Será admitido toldo retrátil como anúncio, desde que indicativo e com as características de anúncio simples.

§ 2º - Para os anúncios instalados em elementos complementares da edificação conforme definido no inciso X do artigo 8º e constituídos por adesivos aplicados em vedos transparentes aplicam-se os termos deste artigo.

Art. 18 - O anúncio simples instalado paralelamente em fachada recuada do alinhamento poderá ter a altura mínima (hmin) igual ou superior a 1,00 m (um metro), respeitada a circulação de pedestres e a iluminação e aeração do imóvel.

Art. 19 - O anúncio, quando único na fachada em que estiver instalado, fica dispensado do atendimento à altura máxima (hmax) estabelecida nos Quadros Anexos.

A



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

Folha nº.....	21931	do procº	202
nº.....	01.406	de	02
Assinatura de Chefe Técnico			

SEÇÃO II NA EMPENA CEGA

Art. 20 - O anúncio instalado em empena cega, definida no inciso XV do artigo 8º desta lei, deverá atender às seguintes condições:

- I - observar os parâmetros estabelecidos nos Quadros Anexos;
- II - encontrar-se em edificação sem anúncio na cobertura, na mesma visibilidade;
- III - ser único em cada empena cega por bloco de edificação;
- IV - apresentar área máxima em função da área total da empena em que estiver instalado, conforme Quadro Anexo;
- V - apresentar projeção ortogonal contida nos limites do perímetro da empena;
- VI - apresentar espessura máxima de 0,30 m (trinta centímetros), exceto o equipamento de iluminação.

§ 1º - Quando da instalação do anúncio, a empena cega deverá ser totalmente recuperada.

§ 2º - A área do anúncio em empena cega não será considerada na área total máxima permitida para o imóvel, obtida pela quota.

Art. 21 - Quando da retirada do anúncio instalado em empena cega, esta deverá ser recuperada, observando-se, quanto à responsabilidade, o disposto no artigo 68.

Parágrafo único - A aprovação de anúncio em empena cega fica condicionada à recuperação da fachada principal do imóvel e à manutenção em bom estado das mesmas durante o período em que o anúncio estiver instalado.

SEÇÃO III NA COBERTURA

Art. 22 - Será permitida a instalação de anúncio na cobertura da edificação nas seguintes condições:

- I - observar os parâmetros constantes dos Quadros Anexos;
- II - ter apenas um anúncio visível, em cada momento de exposição;
- III - não apresentar estrutura de madeira;
- IV - ter sua projeção ortogonal contida nos limites do perímetro da cobertura, ou do coroamento;
- V - não interferir em helipontos, heliportos, lajes de segurança ou raio de ação de pára-raios;
- VI - encontrar-se em edificação sem anúncio na empena cega, na mesma visibilidade.

Parágrafo único - A área do anúncio na cobertura de edificação não será considerada na área total máxima permitida para o imóvel, obtida pela quota.

Art. 23 - Para os anúncios instalados no coroamento dos edifícios aplicam-se os dispositivos do artigo anterior.



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

Folha nº 204, de 203
nº 01-406-02
Assistente de Chefe Técnica

SEÇÃO IV NA ÁREA LIVRE DO IMÓVEL EDIFICADO E DO IMÓVEL NÃO-EDIFICADO

Art. 24 - O anúncio instalado na área livre de imóvel edificado ou em imóvel não-edificado deverá atender às seguintes condições:

I - observar as características e os parâmetros estabelecidos nos Quadros Anexos;

II - apresentar projeção horizontal inteiramente contida nos limites do imóvel;

III - não estar instalado em sobreposição a outro anúncio;

IV - apresentar uniformidade de dimensões, formas e materiais, quando houver mais de um anúncio nas mesmas circunstâncias no mesmo imóvel, excluídos os anúncios indicativos;

V - quando paralelo à testada do lote, manter distância mínima de 1,00 m (um metro) da extremidade lateral do próximo anúncio;

VI - fica dispensado do atendimento da altura máxima (h_{max}) estabelecida no Quadro Anexo o anúncio indicativo instalado na área livre do imóvel edificado, observada a quantidade de 01 (um) por acesso, com altura máxima de até 10,00 m (dez metros) e área máxima de até 20,00 m² (vinte metros quadrados) por face de exposição, respeitada a quota destinada ao imóvel.

Parágrafo único - A instalação desse tipo de anúncio na área livre do imóvel não impede os demais, desde que atendam o Quadro Anexo para anúncios indicativos.

SEÇÃO V NOS "SHOPPING CENTERS" e HIPERMERCADOS

Art. 25 - Os anúncios indicativos instalados em imóveis destinados a "shopping centers" e hipermercados deverão obedecer as características e parâmetros estabelecidos nos Quadros Anexos.

§ 1º - Serão admitidos anúncios indicativos instalados na área livre do imóvel, com a área e a altura máxima de um único engenho por acesso, desde que a sua altura máxima (h_{max}) não ultrapasse 25,00 m (vinte e cinco metros) e a projeção do anúncio esteja inscrita em circunferência com diâmetro não superior a 3,00 m (três metros) em imóveis com área superior a 5.000,00 m² (cinco mil metros quadrados).

§ 2º - Ficam dispensados de atendimento da altura máxima (h_{max}) os anúncios instalados nas fachadas dos "shopping centers" e hipermercados, respeitada a quota estabelecida no Quadro Anexo.

CAPÍTULO III DO ANÚNCIO EM OBRA DE CONSTRUÇÃO CIVIL PARTICULAR

Art. 26 - Em obra de construção civil particular, os anúncios indicativos e publicitários instalados em área livre e tapume, deverão atender às seguintes condições:

I - observar as características e os parâmetros estabelecidos nos Quadros Anexos de anúncios indicativos;



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

II - não apresentar avanço sobre o passeio;

III - não estar instalado na fachada, na empena cega ou na cobertura da edificação, salvo quando em tela de proteção, ou lona de recobrimento fixada no andaime, observado o disposto no parágrafo 3º;

IV - os anúncios publicitários deverão observar a rarefação prevista no Quadro Anexo respectivo.

§ 1º - Será admitido anúncio colocado em tapume, instalado totalmente dentro de seus limites, desde que constituído com material de qualidade comprovada, acabamento adequado e mantido em bom estado de conservação e com espessura de até 0,10 m (dez centímetros), altura máxima de 6,00 m (seis metros), área máxima de 50% (cinquenta por cento) da área total do tapume, respeitando, quando mais de um anúncio, o distanciamento de 1,00 m (um metro) entre eles.

§ 2º - Será admitida a pintura decorativa em tapume, com inscrição de logotipo ou mensagem publicitária, sendo considerada, nesta hipótese, para efeito de cálculo da quota do anúncio, a área do logotipo ou da mensagem publicitária.

§ 3º - Serão admitidos anúncios publicitários em telas de proteção ou em lonas de recobrimento de andaimes, observadas as seguintes condições:

I - possuir área máxima de 70% da superfície em que estiver instalado;

II - não avançar sobre o passeio, exceto quando em imóveis situados no alinhamento, devendo, nesse caso, respeitar o avanço permitido para andaime pelo Código de Obras e Edificações;

III - em obras de restauro e recuperação de imóveis tombados deverá ser ouvido o Conselho Municipal de Preservação do Patrimônio Histórico – CONPRESP, que emitirá parecer num prazo de 45 (quarenta e cinco) dias, a partir da data de protocolamento do pedido;

IV - na ausência de manifestação no prazo estabelecido, o proprietário do anúncio poderá proceder à sua instalação, observadas as demais disposições desta lei;

V - em obras de edificações situadas em áreas envoltórias de bens tombados, devido ao seu caráter transitório, não se aplica o disposto no artigo 13 desta lei;

VI - as licenças emitidas para os anúncios em telas de proteção ou lona de recobrimento de andaimes terão validade de 02 (dois) anos, não renováveis.

§ 5º - A soma das áreas dos anúncios previstos neste artigo deverá atender à quota estabelecida nos Quadros Anexos para anúncios indicativos, salvo para os anúncios publicitários em tela de proteção ou em lona de recobrimento fixada no andaime.

§ 6º - Quando se tratar de imóveis cuja obra tenha sido paralisada, até o seu reinício estes poderão receber o anúncio do tipo envelopamento, que consiste na aplicação de material translúcido ou não de cor branca nas fachadas da edificação, devendo ainda observar altura mínima de instalação de 6,00 m (seis metros) e demais parâmetros estabelecidos para anúncios em empena;

I - o anúncio a que se refere o parágrafo anterior terá prazo de licença de 01 (um) ano.

CAPÍTULO IV DO ANÚNCIO EM BENS PÚBLICOS



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

Art. 27 - Os anúncios instalados em bens de uso dominial e de uso especial da União, do Estado e do Município, edificados, não-edificados e em obra de construção civil, da administração direta, indireta e fundacional, deverão atender às disposições, características e parâmetros estabelecidos nesta lei para os imóveis particulares.

Art. 28 - Os anúncios instalados em faixas de domínio, pertencentes à rede de infra-estrutura, faixas de servidão da rede de transporte, redes de transmissão de energia elétrica, de oleodutos, gasodutos e similares deverão obedecer às seguintes restrições:

I - apresentar até 36,00 m² (trinta e seis metros quadrados) por face de exposição com área de, no máximo, 72,00 m² (setenta e dois metros quadrados), ou área de 48,00 m² (quarenta e oito metros quadrados), restrito a uma única face;

II - apresentar altura mínima (hmin) igual ou superior a 3,00 m (três metros);

III - apresentar altura máxima (hmax) igual ou inferior a 9,00 m (nove metros);

IV - respeitar distância de no mínimo 75,00 m (setenta e cinco metros) do próximo anúncio.

CAPÍTULO V MOBILIÁRIO URBANO

Art. 29 - A veiculação de anúncios no mobiliário urbano será feita mediante procedimento licitatório, modalidade concorrência pública, por empresas que possuam comprovadamente capacidade para conceber, desenvolver, fornecer, instalar e manter os equipamentos.

§ 1º - Os elementos de mobiliário e suas quantidades serão definidas no edital do certame licitatório, pelo Poder Público Municipal, cabendo a este a localização de todas as peças.

§ 2º - O prazo das concessões, bem como eventuais prorrogações, serão definidos nas respectivas licitações, dadas as características de cada tipo de mobiliário urbano e em função da determinação e garantia da equação econômico-financeira atinente à própria concessão.

§ 3º - Aquele mobiliário urbano que já tenha sido regulamentado por legislação municipal específica continuará sujeito às disposições da mesma, durante a vigência do contrato de concessão, e, no que couber, às desta lei. Ulтимado o contrato, os prazos fixados na lei acima especificada sujeitar-se-ão às regras do parágrafo anterior.

Art. 30 - É considerado mobiliário urbano de uso e utilidade pública, entre 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);



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

Folha nº... 207... do proc. 206
nº... 01.406 de 02
Assistente de Chama Técnica

- VI - painel publicitário/informativo;
- VII - painel eletrônico para texto informativo;
- VIII - placa e unidades identificativas 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 os destinados à reciclagem;
- XV - grade de proteção de terra ao pé de árvores;
- XVI - protetores de árvores;
- XVII - quiosque para venda de lanches e produtos em parques;
- XVIII - lixeiras;
- XIX - relógio (tempo, temperatura e poluição);
- XX - estrutura de suporte para terminal da Rede Pública de Informação e Comunicação;
- XXI - suportes cilíndricos para afixação gratuita de pôster para eventos;
- XXII - painéis de mensagens variáveis para uso exclusivo de informações de trânsito;
- XXIII - colunas multiuso;
- XXIV - estações de transferência.

§ 1º - Os abrigos são instalações de proteção aos usuários do sistema de transporte público, contra as intempéries, 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 - O totem indicativo de parada de ônibus é elemento de comunicação visual destinado à identificação da parada de ônibus, quando houver impedimento para instalação dos abrigos.

§ 3º - Os 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 - Painel publicitário informativo é um 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, artísticos, localizados no entorno e ainda com a mesma função relativamente a casas de espetáculos, teatros e auditórios.

§ 6º - As placas e unidades identificativas de vias e logradouros públicos são aquelas que identificam as vias e logradouros públicos, instaladas nas respectivas confluências.



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

§ 7º - Totens de identificação de espaços e edifícios públicos são elementos de comunicação visual, destinado exclusivamente à identificação dos espaços e edifícios públicos.

§ 8º - Cabine de segurança é um equipamento destinado a abrigar policiais durante 24 horas/dia, com acesso externo tipo balcão para atendimento aos transeuntes, com capacidade para atendimento de primeiros socorros, contendo pequeno sanitário, prevendo espaço para detenção provisória de, pelo menos, 01 (uma) pessoa.

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

§ 10 - As bancas para a comercialização de impressos ou bancas de jornais, 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 um equipamento destinado a abrigar bicicletas, adaptável a estações de metrô, ônibus e trens, escolas e instituições, destinado a atender o público em geral.

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

§ 13 - Os protetores de árvore são 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 ou pelo concessionário, em material de qualidade não-agressiva 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 portadores de deficiência.

§ 15 - Os 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 e nos canteiros centrais e 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, estarão localizadas em locais públicos abrigados, de intenso trânsito de pedestres.

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

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

[Assinatura]



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

Folha nº.....209.....do proc.
nº.....01-406.....de.....02.....
Assistente de Câmara Técnica

§ 19 - As colunas multiuso se destinam 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, venda de ingressos, etc.

§ 20 - As estações de transferência são locais protegidos para passageiros de ônibus em operações de transbordo.

Art. 31 - Poderão explorar anúncios nos mobiliários urbanos empresas nacionais ou estrangeiras, legalmente constituídas, isoladamente ou em consórcio, participantes do certame licitatório que lhes conferirá a concessão.

§ 1º - As empresas estrangeiras deverão ter representantes legais no Brasil, com poderes para representá-los jurídica e administrativamente.

§ 2º - Não poderão explorar anúncios em mobiliários urbanos as empresas consideradas inidôneas, concordatárias ou com falência requerida ou decretada ou ainda, que não tenham cumprido, anteriormente, contratos firmados ou que se encontrem, de qualquer maneira, inadimplentes frente a obrigações assumidas com o Poder Público Municipal.

§ 3º - O enquadramento estético de anúncio em mobiliário urbano não poderá descaracterizar as definições técnicas constantes desta lei, incidentes sobre os anúncios de maneira geral, independentemente de sua modalidade ou qualquer outra caracterização.

§ 4º - Fica vedada a veiculação de anúncios nos mobiliários urbanos por empresas que possuam como dirigentes, gerentes ou sócios detentores de capital social ou componentes de seu quadro técnico, servidores do Município ou de qualquer de suas entidades paraestatais.

§ 5º - As empresas consorciadas não poderão veicular anúncios nos mobiliários isoladamente ou através de mais de um consórcio e responderão solidariamente pelos atos praticados pelo consórcio.

Art. 32 - É vedado a qualquer elemento de mobiliário urbano:

I - estar projetado sobre o leito carroçável das vias, exceção feita aos postes, luminárias, conjuntos semaforicos e placas de sinalização, no que diz respeito à sua projeção horizontal;

II - obstruir a circulação de pedestres ou configurar perigo ou impedimento de locomoção de deficientes físicos ou visuais;

III - causar obstrução ao acesso de faixas de travessias de pedestres, escadas-rolantes ou entradas e saídas de público, sobretudo as de emergência ou para portadores de deficiência;

IV - estar localizado em ilhas de travessia, exceto pontos de ônibus e relógios/termômetros digitais;

V - estar localizado em esquinas, viadutos, pontos e belvederes, salvo os equipamentos de informação básica ao pedestre.

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



210, 02/09/2019
Folha nº... do proc.
nº... 01-466... 02
RICARDO CURY ALVES DOS SANTOS

CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

VEÍCULOS AUTOMOTORES

Art. 33 - Os anúncios em veículos de transporte de passageiros não poderão, em hipótese nenhuma, causar impacto visual à paisagem urbana, criar equívoco visual que confunda o seu usuário quanto a prefixo de linha ou qualquer outro elemento identificador que sirva de referência aos que não sabem ler ou possuam limitações visuais, observando-se:

§ 1º - Nos ônibus só poderão ser veiculados anúncios na forma prevista em regulamentação a ser apresentada pelo Executivo.

§ 2º - Nos táxis:

I - poderão veicular anúncios instalados nas laterais, respeitando-se as normas de identificação do motorista, frota ou cooperativa, sem qualquer interferência nas características do veículo;

II - será permitida a publicidade no vidro traseiro, com a aplicação de película adesiva semi-transparente;

III - será permitida a instalação sobre a capota de pequenos "back-lights", providos ou não de luminosidade, com altura máxima de 0,40 m (quarenta centímetros); no seu sentido longitudinal, com angulação de até 45 (quarenta e cinco) graus, não ultrapassando as extremidades do veículo, com as mensagens publicitárias voltadas para as laterais, não podendo interferir na identificação do dispositivo TÁXI.

§ 3º - Perua escolar - será permitido somente o anúncio indicativo, que identifica o proprietário e a atividade desenvolvida, sendo terminantemente proibida a veiculação de anúncio publicitário.

§ 4º - Motocicleta - será permitida a publicidade na superfície traseira, ou de qualquer outro equipamento de proteção equivalente, utilizados na atividade de moto-frete, observando as seguintes metragens máximas:

a) para a face traseira: seu maior comprimento deverá ser de 0,50 m (cinquenta centímetros), e sua maior altura de 0,80 m (oitenta centímetros).

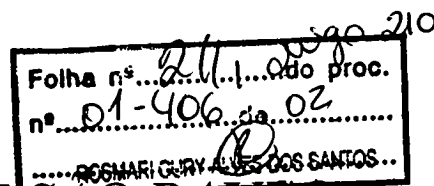
§ 5º - Os procedimentos a serem adotados para a regularização de publicidade em veículos serão objeto de decreto regulamentador.

§ 6º - Nos veículos de frota pertencentes a pessoas jurídicas será permitida a colocação de anúncios de caráter indicativo da empresa possuidora da frota na forma de pintura ou adesivos.

Art. 34 - Os anúncios cuja modalidade seja do tipo "painel eletrônico" poderão ser afixados, transportados e expostos em veículos desde que estacionados nos locais dos eventos correspondentes.

Parágrafo único - Por possuir características específicas, a licença decorrente do órgão competente para veiculação desse anúncio terá prazo de validade de 01 (um) ano, e se processará dentro de todos os termos da presente lei.

TÍTULO III DO PROCEDIMENTO ADMINISTRATIVO CAPÍTULO I DO FUNDO DE RECUPERAÇÃO E MANUTENÇÃO DA PAISAGEM URBANA



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

Art. 35 - A utilização da paisagem visando à veiculação de anúncios publicitários por pessoa física ou jurídica, pública ou privada e o imóvel, público ou privado ou bem público no qual tenham instalado, os meios e instrumentos utilizados para a sua veiculação e os usos e finalidades visadas, dependem de prévia autorização onerosa de uso da paisagem concedida pelo Poder Público.

Parágrafo único - Caberá ao Executivo, no prazo máximo de 60 (sessenta) dias, a regulamentação do Fundo de Recuperação e Manutenção da Paisagem Urbana.

CAPÍTULO II DA CLASSIFICAÇÃO DOS ANÚNCIOS

Art. 36 - Para efeito desta lei, os anúncios são classificados em:

a) anúncio transitório - quando permanecer exposto pelo prazo máximo de 30 (trinta) dias e apresentar as seguintes características:

1) área total de anúncio igual ou inferior a 2,00 m² (dois metros quadrados);

2) seja instalado no pavimento térreo;

3) não possua qualquer dispositivo elétrico ou mecânico;

4) veicule mensagem esporádica atinente a promoções, ofertas especiais, ofertas imobiliárias e similares;

5) seja único deste tipo por estabelecimento comercial;

6) não ter 02 (duas) autorizações consecutivas emitidas para o mesmo imóvel num período inferior a 60 (sessenta) dias;

b) balão ou anúncio inflável - quando permanecer exposto pelo prazo máximo de 30 (trinta) dias e apresentar as seguintes características:

1) ser inflado por ar ou gás estável;

2) possuir ou não dispositivo luminoso;

3) ser único deste tipo no imóvel;

4) ter sua projeção, em qualquer situação, contida nos limites do imóvel, não podendo avançar sobre os imóveis vizinhos nem sobre o logradouro;

5) ser utilizado unicamente para veiculação de mensagens atinentes a eventos ou promoções;

6) não ter 02 (duas) autorizações consecutivas emitidas para o mesmo imóvel num intervalo inferior a 60 (sessenta) dias;

7) possuir diâmetro máximo de 3,00 m (três metros);

c) de finalidade cultural - quando for integrante de programa cultural, de plano de embelezamento da cidade ou alusivo à data de valor histórico;

d) de finalidade eleitoral - quando destinado à propaganda de partidos políticos ou de seus candidatos, na forma prevista na legislação eleitoral federal;

e) de finalidade educativa, informativa ou de orientação social, de programas políticos ou ideológicos, religiosa, em caso de plebiscitos ou referendos populares;

f) anúncios temporários - destinam-se a veicular mensagens esporádicas, relativas à promoção de vendas de lançamentos imobiliários, ofertas específicas, eventos culturais e artísticos, bem como mensagens de cunho educacional ou de elucidação pública;



Folha nº.....212.....do proc. 211
nº 01-406 da 02
BISMAI, FORTES, DOS SANTOS...

CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

g) especial - quando apresentar pelo menos uma das seguintes características:

- 1) área total de anúncio superior a 30,00 m² (trinta metros quadrados);
- 2) altura máxima (hmax) superior a 6,00 m (seis metros);
- 3) esteja instalado em empena cega;
- 4) possua dispositivo mecânico;
- 5) possa apresentar problemas afetos à segurança da população;
- 6) esteja instalado em cobertura da edificação;
- 7) seja televisivo;

h) complexo - quando apresentar pelo menos uma das seguintes características:

1) área total do anúncio superior a 5,00 m² (cinco metros quadrados) e inferior ou igual a 30,00 m² (trinta metros quadrados);

2) altura máxima (hmax) superior a 4,00 m (quatro metros) e igual ou inferior a 6,00 m (seis metros);

i) simples - quando apresentar todas as características abaixo:

1) área total de anúncio igual ou inferior a 5,00 m² (cinco metros quadrados);

2) altura máxima (hmax) igual ou inferior a 4,00 m (quatro metros);

3) não possua dispositivo mecânico;

4) não se encontre instalado em empena cega ou em cobertura de edificação.

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

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

§ 3º - Os anúncios veiculados através de projeção de imagens serão enquadrados de acordo com a classificação da superfície onde a imagem será projetada, devendo respeitar os parâmetros constantes dos Quadros Anexos da presente lei.

§ 4º - Novas tecnologias e meios de veiculação de anúncio, bem como projetos diferenciados não previstos nesta legislação, serão enquadrados e terão seus parâmetros estabelecidos pela Comissão de Proteção à Paisagem Urbana – CPPU, nos termos desta lei.

§ 5º - Não são considerados anúncios os que contenham comunicações institucionais veiculadas por meios próprios, tais como sinalização de trânsito, sinalização de orientação de pedestres e sinalização de denominação de logradouros.

§ 6º - Será admitida a inserção de aplique em peças publicitárias durante o prazo máximo de 30 (trinta) dias, verificadas as seguintes disposições:

I - a área do aplique não poderá exceder 20% (vinte por cento) da área de exposição do anúncio e a espessura não poderá ser superior a 0,50 m (cinquenta centímetros);

II - a área do aplique deverá ser computada na área total máxima do anúncio estabelecida no Quadro Anexo para efeito de licenciamento.



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

Folha nº.....21.21.....do proc.
nº.....01-406.....do.....02.....
Assistente de Chefia Técnica

SEÇÃO I DO LICENCIAMENTO

Art. 37 - A colocação de anúncio de finalidade político-partidária fica sujeita à observância da legislação pertinente, dispensando-se o seu licenciamento.

Parágrafo único - Ficam dispensados também de licenciamento os anúncios instalados em mobiliários e equipamentos urbanos, sujeitos aos respectivos contratos de concessão ou permissão, inclusive quanto ao seu cadastramento no órgão competente estabelecido no respectivo contrato.

Art. 38 - A colocação de anúncio transitório fica sujeita à comunicação, por parte do proprietário do anúncio, à Subprefeitura competente, para fins de fiscalização, dispensando-se o seu licenciamento.

Parágrafo único - A comunicação a que se refere este artigo deverá indicar a quantidade, os locais de afixação e o período de exposição do anúncio, devendo ser pagos eventuais tributos e preços públicos.

Art. 39 - A colocação de balão e inflável fica sujeita à autorização da Secretaria Municipal de Subprefeituras, dispensando-se o seu licenciamento.

Parágrafo único - O pedido de autorização a que se refere este artigo deverá ser acompanhado de termo de responsabilidade técnica pela parte elétrica, sistema de ancoragem e fixação, assinado por profissional legalmente habilitado e pelo proprietário do anúncio.

Art. 40 - A colocação de anúncio de finalidade cultural fica sujeita à autorização da Secretaria de Habitação e Desenvolvimento Urbano - SEHAB, após parecer favorável da Secretaria Municipal de Cultura - SMC e da Comissão de Proteção à Paisagem Urbana - CPPU, dispensando seu licenciamento.

Art. 41 - Os anúncios temporários compreendem a exposição de cavaletes, bandeiras, estandartes, plaquetas ou "banners", e a distribuição de folhetos ou assemelhados, que por se constituírem em peças móveis e de caráter transitório, ficam sujeitas ao pagamento da TFA - Taxa de Fiscalização de Anúncios, e também ao recolhimento dos preços públicos para utilização do espaço municipal.

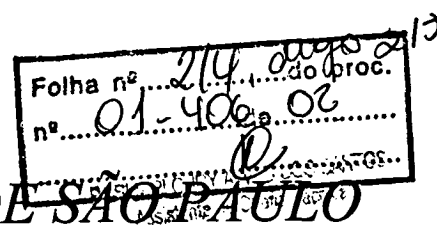
Art. 42 - A instalação dos cavaletes e plaquetas, e a exposição de bandeiras, estandartes e "banners" ou assemelhados, somente poderá ocorrer aos sábados, domingos e feriados, entre 0h (zero hora) e 24h (vinte e quatro horas). A distribuição dos materiais promocionais (folhetos e assemelhados) somente poderá ocorrer aos sábados, domingos e feriados, entre 9h30min e 17h30min.

§ 1º - Define-se como cavalete ou plaqueta o anúncio estruturado, revestido em material translúcido ou não, onde são veiculadas as mensagens, com uma ou duas faces de exposição, respeitadas as dimensões nesta lei estabelecidas e demais procedimentos pertinentes.

§ 2º - Define-se como bandeira e estandarte o anúncio estruturado, confeccionado em tecido, lona plástica ou similares, onde são veiculadas as mensagens, com uma ou duas faces de exposição, não compreendendo para estes tipos de anúncios



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO



quaisquer sistema de fixação, respeitadas as dimensões e demais parâmetros nesta lei estabelecidos.

§ 3º - Define-se como folheto ou panfleto o anúncio impresso em material de qualquer natureza, de dimensão variada, nunca superior a área determinada para plaquetas e “banners”, onde são veiculadas as mensagens publicitárias, distribuído manualmente em espaços pré-determinados.

Art. 43 - Os cavaletes, as bandeiras e os estandartes deverão medir até 1,00 m (um metro) de largura e 1,50 m (um metro e cinquenta centímetros) de altura; as plaquetas e os “banners” deverão medir até 0,60 m (sessenta centímetros) de largura por 0,40 m (quarenta centímetros) de altura e ser mantidos em perfeitas condições de fixação.

Art. 44 - Os folhetos, cavaletes, bandeiras, estandartes, plaquetas e “banners” ou assemelhados, deverão atender, ainda, aos seguintes requisitos:

I - reserva de, no mínimo, 1/10 (um décimo) das suas áreas para informação da razão social, número de inscrição de Cadastro de Contribuintes Mobiliários - CCM e endereço sede das empresas patrocinadora e divulgadora;

II - para os folhetos, inclusão obrigatória da frase: “não jogue este impresso na via pública”, observando o preceituado pela Lei Municipal nº 11.837/95;

III - a responsabilidade pela promoção da limpeza completa da área compreendida no raio de 200,00 m (duzentos metros) do local em que a distribuição for autorizada é da empresa promotora do evento e deverá ser realizada até 02 (duas) horas depois do término diário da autorização concedida.

Art. 45 - A responsabilidade pela utilização do espaço público será exclusivamente das empresas de promoção e divulgação, que deverão estar inscritas no Cadastro de Contribuintes Mobiliários.

Art. 46 - A autorização para utilização do espaço público deverá ser requerida junto às Subprefeituras, respeitando-se sua área de competência, pela empresa de promoção e divulgação, no prazo mínimo de 03 (três) dias de antecedência da data do evento, mediante a apresentação de:

I - requerimento assinado pela empresa de promoção e/ou divulgação ou seu representante legal, do qual conste o nome da empresa patrocinadora, acompanhado de:

a) relação dos pontos de afixação de cavaletes e plaquetas, e da exposição das bandeiras, estandartes, plaquetas e “banners” ou assemelhados, com identificação exata do local, permitindo-se como margem de tolerância, o espaço equidistante de até 100,00 m (cem metros) do local indicado;

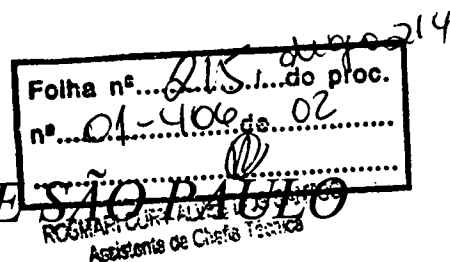
b) relação dos pontos de distribuição do material promocional (folheto ou assemelhado), constando obrigatoriamente a precisa indicação do cruzamento das vias públicas ou praças onde serão desenvolvidas as atividades;

II - comprovante do recolhimento dos tributos municipais pertinentes, mediante apresentação de Certidão Negativa de Débito, expedida pela Secretaria das Finanças, com prazo de validade em vigor;

III - prova de inscrição da promotora do evento no Cadastro dos Contribuintes Mobiliários - CCM;



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO



IV - Certidões Negativas de Débitos da Receita Federal, INSS e sindicato representativo da classe;

V - não serão protocolizados requerimentos incompletos, com erros ou desacompanhados dos elementos previstos neste artigo;

VI - esses procedimentos efetivam a regularização do anúncio temporário junto ao Poder Público, ficando isento das demais disposições constantes na presente lei, quanto ao licenciamento.

Art. 47 - Na guia de arrecadação paga no banco deverão constar as razões sociais tanto da empresa promotora quanto da empresa patrocinadora, para que a guia tenha valor fiscal, e os recolhimentos somente serão feitos após a autorização de que trata o artigo anterior.

Art. 48 - Deferido o pedido, no prazo máximo de 03 (três) dias, contados da data de protocolo da solicitação junto ao órgão competente, serão entregues, aos interessados, as respectivas autorizações, contra a apresentação do comprovante do recolhimento do preço público, devidamente autenticado por instituição financeira autorizada.

Parágrafo único - A autorização será fornecida à requerente através de cópia chancelada pela Prefeitura, com validade para 30 (trinta) dias, contados da data do deferimento do pedido, abrangendo os feriados e finais de semana correspondentes, ou apenas para um final de semana. Em ambos os casos, as autorizações deverão ser publicadas no Diário Oficial do Município.

Art. 49 - Os preços públicos a serem recolhidos pela utilização do espaço público, nos termos desta lei, serão regulamentados por decreto específico, cobrados por pacotes, na seguinte proporção:

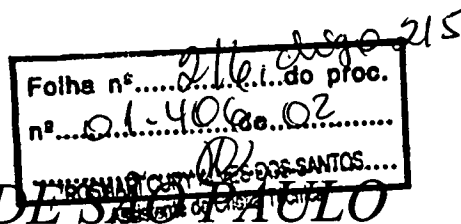
I - trintídio - Pacote 01: 04 folhetos, 20 cavaletes e 10 plaquetas/"banners"/estandartes ou bandeiras; Pacote 02: 08 folhetos, 40 cavaletes e 20 plaquetas/"banners"/estandartes ou bandeiras; Pacote 03: 12 folhetos, 60 cavaletes e 30 plaquetas/"banners"/estandartes ou bandeiras; Pacote 04: 05 folhetos; Pacote 05: 20 cavaletes; Pacote 06: 05 bicicletas;

II - final de semana - Pacote 01: 04 folhetos, 20 cavaletes e 10 plaquetas/"banners"/estandartes ou bandeiras; Pacote 02: 08 folhetos, 40 cavaletes e 20 plaquetas/"banners"/estandartes ou bandeiras; Pacote 03: 12 folhetos, 60 cavaletes e 30 plaquetas/"banners"/estandartes ou bandeiras; Pacote 04: 05 folhetos; Pacote 05: 20 cavaletes; Pacote 06: 05 bicicletas.

§ 1º - Para o cálculo dos preços públicos a serem recolhidos, será utilizada a legislação pertinente ou índice equivalente correspondente ao mês do dia do protocolo do requerimento que solicita a autorização.

§ 2º - Para um mesmo ponto de distribuição de folhetos ou assemelhados, poderão ser concedidas, no máximo, 05 (cinco) autorizações distintas, para os dias permitidos (sábados, domingos e feriados), evitando-se aglomeração de pessoas e transtorno no fluxo de veículos. Ao Poder Público caberá a responsabilidade desse controle e fiscalização.

§ 3º - Será permitida a utilização de bicicletas ou similares para veiculação de publicidade, respeitando-se para esta modalidade os preceitos que definem a TFA -



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

Taxa de Fiscalização de Anúncios, obedecendo o estabelecido no artigo 43 desta lei, com referência à metragem do anúncio.

Art. 50 - O pedido de licenciamento do anúncio simples será feito pela Internet. Nos casos em que não for possível este procedimento será necessária a apresentação dos seguintes documentos:

I - requerimento apropriado devidamente preenchido e assinado por pessoa física ou jurídica, que declarará, sob sua exclusiva responsabilidade;

II - os elementos que caracterizam o anúncio;

III - o número do Cadastro de Contribuintes Mobiliários - CCM no Município de São Paulo do proprietário do anúncio;

IV - o número do contribuinte do Imposto Predial e Territorial Urbano - IPTU, relativo ao imóvel onde se pretende instalar o anúncio;

V - a identificação e a autorização do proprietário ou do possuidor do imóvel onde se pretende instalar o anúncio;

VI - outros documentos que vierem a ser especificados por ato do Executivo.

Parágrafo único - A autorização de que trata o inciso V deve conter expressa autorização, irrevogável e irretratável enquanto permanecer o anúncio, para entrada de agente do Poder Público no imóvel para vistoriar ou remover o anúncio, quando for considerado necessário pela autoridade municipal em cumprimento de disposições desta lei.

Art. 51 - Para o pedido de licenciamento de anúncio complexo, será necessária a apresentação dos seguintes documentos:

I - requerimento apropriado mencionado no inciso I do artigo 50;

II - Termo de responsabilidade técnica pela parte estrutural do anúncio, assinado por profissional legalmente habilitado, com firma reconhecida, pelo proprietário do anúncio e pela empresa instaladora;

III - Termo de responsabilidade técnica pela parte elétrica do anúncio, assinado por profissional legalmente habilitado, com firma reconhecida, pelo proprietário do anúncio e pela empresa instaladora, no caso de anúncio dotado de dispositivo elétrico, independentemente de sua voltagem;

IV - indicação de empresa instaladora responsável pela instalação do anúncio, bem como os números de suas inscrições junto ao Conselho Regional de Engenharia, Arquitetura e Agronomia - CREA e junto ao Cadastro de Empresas de Publicidade Exterior - CADEPEX, de que trata o artigo 60 desta lei;

V - indicação do número de inscrição do proprietário do anúncio junto ao Cadastro de Empresas de Publicidade Exterior - CADEPEX, no caso do anúncio não estar relacionado com a atividade exercida no local de instalação;

VI - outros documentos que vierem a ser especificados por ato do Executivo.

Art. 52 - Para o pedido de licenciamento de anúncio especial, será necessária a apresentação dos seguintes documentos:

I - documentos mencionados nos incisos I a VI do artigo 51;



Folha nº 217 do proc. 216
nº 01-406 de 2002
CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO
SANTOS

CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

II - projeto do anúncio, contendo representação gráfica, em 02 (duas) vias, composta de plantas, elevações, seções e detalhes das características do anúncio e da edificação onde será instalado, indicando sua localização, em escala adequada, assinada por profissional habilitado, pelo proprietário do anúncio e pela empresa instaladora;

III - declaração de dados técnicos pela parte estrutural e elétrica do anúncio, devidamente assinada pelos profissionais habilitados com firma reconhecida, proprietário do anúncio e pela empresa instaladora;

IV - outros documentos que vierem a ser especificados por ato do Executivo.

Art. 53 - Se o pedido de licenciamento de anúncios especiais e complexos for requerido por órgão da administração direta, fundo especial, autarquia, fundação pública, empresa pública, sociedade de economia mista ou outra entidade controlada direta ou indiretamente pela União, Estados, Distrito Federal e Municípios, não será exigida a apresentação da empresa instaladora no ato do protocolamento.

§ 1º - Com a apresentação dos documentos exigidos nos artigos 51 e 52, estando o anúncio de acordo com as normas técnicas e de segurança, será expedido o Alvará de Aprovação para que o requerente possa proceder à licitação, nos termos da legislação vigente, visando contratar empresa responsável pela instalação do anúncio.

§ 2º - O requerente terá o prazo de 180 (cento e oitenta) dias, contados a partir da publicação do Alvará de Aprovação, para apresentar a empresa instaladora, sob pena de ser indeferido o pedido de licença do anúncio.

§ 3º - Após a apresentação da empresa instaladora será expedido o Alvará de Instalação de Anúncio.

Art. 54 - O pedido de licenciamento de anúncio especial será analisado pelo órgão responsável pelos aspectos de segurança, que emitirá parecer técnico.

§ 1º - Havendo parecer desfavorável, o pedido de licenciamento será indeferido.

§ 2º - Havendo parecer favorável e estando o anúncio de acordo com as normas técnicas, será expedido o Alvará de Instalação de Anúncio.

Art. 55 - O interessado terá o prazo de 90 (noventa) dias, contados a partir da data de expedição do Alvará de Instalação de Anúncio complexo ou especial, para comunicar ao órgão competente a instalação do anúncio e apresentar:

I - contrato com empresa de manutenção do anúncio, quando o seu proprietário não for a empresa instaladora, bem como o número de sua inscrição junto ao Conselho Regional de Engenharia, Arquitetura e Agronomia - CREA e junto ao Cadastro de Empresas de Publicidade Exterior - CADEPEX;

II - fotografia datada caracterizando perfeitamente o anúncio;

III - apresentação da apólice de seguro do anúncio;

IV - outros documentos que vierem a ser especificados por ato do Executivo.

Parágrafo único - O não-atendimento ao disposto neste artigo, no prazo estabelecido, implicará na caducidade do Alvará de Instalação de Anúncio, propiciando o seu cancelamento e o indeferimento do pedido de licença.



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

Folha nº 2181 do proc. 217
nº 01-406 de 02
BOISMAN CLEY ALVES DOS SANTOS
Secretaria da Habitação e do Desenvolvimento Urbano - SEHAB

Art. 56 - Verificado, pelo órgão competente, que o anúncio se encontra instalado em conformidade com o Alvará de Instalação de Anúncio complexo ou especial, o pedido de autorização será deferido e expedida a licença do anúncio.

Art. 57 - O despacho de indeferimento de pedido de autorização de anúncio deverá ser devidamente fundamentado.

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

Art. 58 - 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 em Diário Oficial do Município.

§ 1º - Os pedidos de reconsideração de despacho ou de recurso não terão efeito suspensivo, salvo no caso de instalação de anúncio previsto no artigo 59.

§ 2º - O despacho da autoridade da última instância de recurso, bem como o decurso do prazo recursal, encerram definitivamente a instância administrativa.

Art. 59 - O Poder Público Municipal deverá observar os seguintes prazos na tramitação dos pedidos de autorização:

I - 30 (trinta) dias para deferir ou indeferir o pedido de autorização para anúncio simples, contados a partir da data do seu protocolamento;

II - 45 (quarenta e cinco) dias para expedir o Alvará de Instalação de Anúncio ou indeferir o pedido de autorização para anúncio complexo ou especial, contados a partir da data do seu protocolamento;

III - 30 (trinta) dias para deferir ou indeferir o pedido de autorização para anúncio complexo ou especial, contados a partir da data em que o interessado comunicar a instalação do anúncio de acordo com o Alvará de Instalação expedido, nos termos do artigo 55.

§ 1º - O curso dos prazos previstos neste artigo ficará suspenso durante a pendência do atendimento, pelo interessado, de exigências feitas em "comunique-se".

§ 2º - Decorridos os prazos estabelecidos nos incisos I e II deste artigo, o interessado deverá comunicar o órgão competente e, após 15 (quinze) dias desta comunicação, não havendo o indeferimento do pedido, poderá instalar o anúncio.

§ 3º - A instalação prevista no parágrafo anterior não exime o interessado de atender a todas as disposições desta lei e recolher, de imediato, a Taxa de Fiscalização de Anúncios - TFA.

§ 4º - Na situação prevista no artigo 59 o interessado fica isento das sanções previstas pela exibição de anúncio sem a devida licença ou Alvará de Instalação.

Art. 60 - Fica criado o Cadastro de Empresas de Publicidade Exterior - CADEPEX, destinado ao registro de pessoas jurídicas, cujo objeto social seja a venda, instalação, manutenção, locação, exibição ou exploração, por qualquer forma, ou seja responsável por comunicação visual exterior.

§ 1º - O Cadastro de Empresas de Publicidade Exterior - CADEPEX será implantado na Secretaria da Habitação e do Desenvolvimento Urbano - SEHAB.

§ 2º - Para requerer o cadastramento no Cadastro de Empresas de Publicidade Exterior - CADEPEX, a empresa interessada deverá apresentar:

[Handwritten signature]



Folha nº 219 do processo
nº 01-406 do 02
Assessoria de Controle Externo

CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

a) cópia do contrato social, acompanhada da última alteração, se houver, que comprove sua atividade no ramo, com capital mínimo de R\$ 10.000,00 (dez mil reais);

b) prova de inscrição no Cadastro de Contribuintes Mobiliários - CCM no Município de São Paulo;

c) prova de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas - CNPJ;

d) prova de inscrição no Conselho Regional de Engenharia, Arquitetura e Agronomia - CREA;

e) cópia da Carteira do CREA de seu responsável técnico;

f) prova de regularidade do recolhimento do Fundo de Garantia por Tempo de Serviço - FGTS e do Programa de Integração Social - PIS;

g) prova de regularidade junto ao Instituto Nacional de Seguro Social - INSS;

h) declaração de quitação dos recolhimentos das contribuições para o sindicato patronal e prova de recolhimento da contribuição sindical dos empregados;

i) prova de recolhimento do Imposto sobre Serviço de Qualquer Natureza devido ao Município sede da empresa relativo ao mês anterior ao pedido de cadastramento ou o respectivo alvará de funcionamento ou instrumento equivalente, em se tratando de empresa nova.

§ 3º - Caso o Município sede da empresa não preveja a exibição de publicidade entre os serviços sujeitos ao ISS, deverá o requerente anexar a listagem oficial comprobatória daquela isenção.

§ 4º - Os registros das empresas cadastradas terão validade de 01 (um) ano e deverão ser renovados, a pedido das próprias empresas, mediante a apresentação dos documentos relacionados no parágrafo 2º, devidamente atualizados.

I - Para renovação do CADEPEX de empresas instaladoras deverão ser apresentadas as declarações de dados técnicos que acompanham o licenciamento dos anúncios.

§ 5º - Serão automaticamente cancelados os registros que não forem renovados por mais de 02 (dois) anos consecutivos.

SEÇÃO II DA RENOVAÇÃO DA LICENÇA DO ANÚNCIO

Art. 61 - A renovação da licença do anúncio será feita mediante simples declaração do interessado de que não houve alteração nas características constantes da autorização original e apresentação dos termos de responsabilidade na forma constante dos artigos 51 e 52, e do contrato de manutenção e apólice de seguro devidamente atualizados, quando for o caso.

Art. 62 - Qualquer alteração em anúncio ou na sua estrutura de sustentação implica na exigência de imediata solicitação de nova licença, exceto quanto à inserção de aplicação prevista no parágrafo 6º do artigo 36.

Parágrafo único - Fica dispensado da exigência prevista neste artigo o anúncio constituído de quadro próprio destinado à afixação de mensagem trocada periodicamente, desde que não ocorram alterações na sua estrutura, forma ou dimensões.



220 de 219
Folha nº 220 do proc.
nº 01-406 de 02
ROMÁRIO VIVES DOS SANTOS
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO

CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

SEÇÃO III DO CANCELAMENTO DA LICENÇA DO ANÚNCIO

Art. 63 - A licença do anúncio será automaticamente extinta nos seguintes casos:

- I - por solicitação do interessado, mediante requerimento padronizado;
- II - na data de vencimento do prazo de sua validade, caso não haja pedido de renovação;
- III - quando ocorrer alteração nas características do anúncio;
- IV - quando ocorrer mudança de local de instalação de anúncio;
- V - quando ocorrer alteração nas características do imóvel;
- VI - quando ocorrer alteração no número do contribuinte do Imposto Predial e Territorial Urbano - IPTU, desde que por solicitação do contribuinte;
- VII - quando ocorrer alteração no Cadastro de Contribuintes Mobiliários - CCM;
- VIII - quando ocorrer o cancelamento da inscrição da empresa de manutenção no Cadastro de Empresas de Publicidade Exterior - CADEPEX, no caso de anúncio complexo ou de anúncio especial;
- IX - quando o proprietário não apresentar contrato com nova empresa de manutenção, quando for solicitado;
- X - por infringência a qualquer disposição desta lei ou de seu decreto regulamentar, caso não sejam sanadas as irregularidades dentro dos prazos previstos;
- XI - pelo não-atendimento a eventuais exigências dos órgãos competentes;
- XII - pela ocorrência do disposto nos incisos IX e X do artigo 10.

SEÇÃO IV DO CADASTRO DE ANÚNCIOS - CADAN

Art. 64 - O licenciamento do anúncio implica no seu registro no Cadastro de Anúncios - CADAN, criado pela Lei nº 8.730, de 07 de junho de 1978.

§ 1º - O registro no Cadastro de Anúncios - CADAN poderá ser promovido de ofício.

§ 2º - Na hipótese do parágrafo anterior, o responsável pelo anúncio, ou o proprietário ou possuidor do imóvel onde este estiver instalado, será notificado a prestar as declarações e apresentar os documentos necessários previstos nesta lei.

§ 3º - O anúncio instalado em mobiliário ou equipamento urbano não dependerá de registro no CADAN, sujeitando-se ao que tenha ficado disposto no respectivo contrato de permissão ou concessão.

Art. 65 - O registro de ofício no Cadastro de Anúncios - CADAN não implica o reconhecimento da regularidade do anúncio.

Art. 66 - O anúncio deverá ser identificado através do número de seu Alvará de Instalação ou de sua licença, bem como do número de inscrição no Cadastro de Contribuintes Mobiliários - CCM, do proprietário do anúncio.

[Handwritten signature]



Folha nº... 221... do proc.
nº... 01-406... de 02
CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

§ 1º - Os números da Autorização ou do Alvará de Instalação e do CCM poderão ser reproduzidos no anúncio através de pintura, adesivo, autocolante ou, ainda, ser incorporado ao anúncio como parte integrante de seu material e confecção, devendo sempre apresentar condições análogas às do próprio anúncio, no tocante à resistência e durabilidade.

§ 2º - Os números da Autorização ou do Alvará de Instalação e do CCM deverão estar em posição destacada em relação às outras mensagens que integram o conteúdo do anúncio.

§ 3º - Os anúncios instalados em cobertura de edificação ou em locais fora do alcance visual do pedestre deverão também ter os números da Autorização ou do Alvará de Instalação e do CCM afixados, permanentemente, no acesso principal da edificação ou do imóvel em que se encontrem, e mantidos em posição visível para o público, de forma destacada e separada de outros veículos de comunicação visual eventualmente afixados no local.

§ 4º - A inscrição dos números da Autorização ou do Alvará de Instalação e do CCM deverá oferecer perfeitas condições de legibilidade ao nível do pedestre, mesmo à distância, salvo nas hipóteses previstas no parágrafo anterior.

Art. 67 - Além da obrigatoriedade de identificação do anúncio, através da inscrição dos números da Autorização ou do Alvará de Instalação e do Cadastro de Contribuintes Mobiliários - CCM, o responsável pelo anúncio deverá manter, à disposição da fiscalização, 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 - TFA.

SEÇÃO V DOS RESPONSÁVEIS PELO ANÚNCIO

Art. 68 - São solidariamente responsáveis pelo anúncio:

I - a empresa registrada no CADEPEX que tenha requerido a licença do anúncio;

II - o proprietário ou o possuidor do imóvel onde o anúncio estiver instalado;

III - o anunciante;

IV - as empresas concessionárias ou permissionárias de mobiliário e equipamento urbano.

§ 1º - A empresa instaladora é também solidariamente responsável pelos aspectos técnicos e de segurança de instalação de 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.

f



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

Folha nº... 2221 do proc. 221
nº. 01-406 de 02
ROSHAR CURY ALVES DOS SANTOS
Assessoria de Planejamento

Art. 69 - As empresas que assinarem contratos de manutenção de anúncios de propriedade de terceiros se submetem aos seguintes procedimentos:

I - comunicar imediatamente à SEHAB no caso de rompimento do contrato de manutenção, ressaltando sua responsabilidade;

II - firmar contratos de manutenção que, assinados também pelo(s) engenheiro(s) responsável(eis) como garantidores pela sua efetividade, deverão relacionar o anúncio ou anúncios, seus tipos, dimensões e localizações, bem como seus números de alvará.

III - apresentar à SEHAB relatórios trimestrais assinados pelos engenheiros responsáveis relacionando todos os anúncios sob sua responsabilidade e as correspondentes vistorias;

IV - atender à intimação pela falta de manutenção do anúncio sob sua responsabilidade, sob pena de ter seu CADEPEX suspenso.

Parágrafo único - Ocorrendo a rescisão do contrato de manutenção, ou tendo sido suspenso o CADEPEX da empresa mantenedora, a SEHAB abrirá prazo de 15 (quinze) dias para a empresa proprietária do anúncio apresentar novo contrato.

SEÇÃO VI DAS INSTÂNCIAS ADMINISTRATIVAS E COMPETÊNCIAS

Art. 70 - Para apreciação e decisão da matéria tratada nesta lei, serão observadas as seguintes instâncias administrativas:

I - no âmbito da competência da Secretaria da Habitação e do Desenvolvimento Urbano - SEHAB:

- a) Diretor de Divisão Técnica;
- b) Diretor do Departamento Técnico;
- c) Secretário da Habitação e do Desenvolvimento Urbano;
- d) Comissão de Proteção à Paisagem Urbana - CPPU;
- e) Prefeito;

II - no âmbito da competência das Subprefeituras:

- a) Supervisor do Uso e Ocupação do Solo;
- b) Subprefeito;
- c) Secretário da Secretaria de Subprefeituras;
- d) Comissão de Proteção à Paisagem Urbana - CPPU;
- e) Prefeito.

Art. 71 - Compete à Secretaria da Habitação e do Desenvolvimento Urbano - SEHAB, para os fins desta lei:

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

II - cadastrar, inscrever e aprovar os anúncios no Cadastro de Anúncios - CADAN;

III - adotar os procedimentos para o cumprimento do disposto nesta lei;

IV - expedir atos normativos administrativos para fiel execução desta lei e de seu regulamento, decidindo e apreciando sobre a matéria pertinente, nos termos do artigo 70;

V - cadastrar as empresas de publicidade exterior.

f



Folha n.º 223 do proc.
n.º 01-406 de 02
ROSMARI CLEY A. DOS SANTOS
Secretaria de Cultura e Turismo

CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

Art. 72 - Compete à Comissão de Proteção à Paisagem - CPPU, para os fins desta lei:

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

II - apreciar os relatórios de gestão da paisagem urbana a serem anualmente apresentados pelas Subprefeituras, apresentando as recomendações que couberem;

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

IV - propor atos normativos sobre a ordenação dos anúncios, paisagem e meio ambiente;

V - expedir atos normativos administrativos para fiel execução desta lei e de seu regulamento, decidindo e apreciando sobre a matéria pertinente, nos termos do artigo 70.

Art. 73 - Compete às Subprefeituras:

I - receber a comunicação de colocação de anúncios transitórios, temporários e de anúncios infláveis, inclusive sob a forma de balão;

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

Art. 74 - 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 e outros aspectos conexos;

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

CAPÍTULO IV DO PROCEDIMENTO LICENCIATÓRIO DAS INFRAÇÕES E PENALIDADES

Art. 75 - Para os fins desta lei, consideram-se infrações:

I - exibir anúncio:

- a) sem a necessária licença ou Alvará de Instalação;
- b) com dimensões maiores que as aprovadas;
- c) fora do prazo constante da licença ou do Alvará de Instalação;

II - manter o anúncio:

- a) em mau estado de conservação;

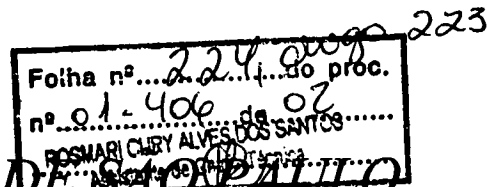
III - não atender à intimação do órgão competente para regularização ou remoção do anúncio;

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

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



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO



§ 1º - Para todos os efeitos desta lei, respondem solidariamente pela infração praticada o infrator e os responsáveis pelo anúncio nos termos do artigo 68.

§ 2º - O enquadramento previsto no inciso II deste artigo independe da regularidade do anúncio.

Art. 76 - A inobservância das disposições desta lei sujeita os infratores às seguintes penalidades:

I - responsáveis pelo anúncio:

- a) multa;
- b) cancelamento da autorização;
- c) remoção do anúncio;

II - empresas instaladoras e de manutenção:

a) suspensão do registro no Cadastro de Empresas de Publicidade Exterior - CADEPEX por prazo não superior a 01 (um) ano ou até ser sanada a irregularidade que a motivou, sob pena do cancelamento definitivo do registro.

Parágrafo único - Sem prejuízo das demais penalidades cabíveis, a Municipalidade comunicará ao órgão federal fiscalizador do exercício profissional qualquer irregularidade que envolver os responsáveis técnicos pelo anúncio ou as empresas de manutenção e instalação.

Art. 77 - Na aplicação da primeira multa, sem prejuízo das demais penalidades cabíveis, o infrator será intimado a regularizar o anúncio ou a removê-lo, quando for o caso, dentro dos seguintes prazos:

I - 30 (trinta) dias, no caso de anúncio especial;

II - 15 (quinze) dias, no caso dos demais anúncios;

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

§ 1º - Os prazos estabelecidos nos incisos I e II deste artigo poderão ser prorrogados uma única vez, por igual período, por motivo de força maior devidamente comprovado, mediante requerimento do interessado.

§ 2º - O Poder Público poderá interditar e providenciar a remoção imediata do anúncio em caso de risco iminente de segurança ou reincidência na prática de infração, não se responsabilizando por quaisquer danos causados ao anúncio, quando da remoção.

§ 3º - Nos demais casos, os responsáveis serão obrigados a remover o anúncio irregularmente instalado, sob pena da Municipalidade promover a sua imediata remoção após expirado o prazo fixado em segunda notificação ao responsável pelo anúncio para esta finalidade, sem que o mesmo tenha sido removido.

Art. 78 - As multas serão aplicadas da seguinte forma:

I - primeira multa correspondente a R\$ 1.000,00 (um mil reais) para anúncios com área até 10,00 m² (dez metros quadrados);

II - para cada metro quadrado que exceder a 10,00 m² (dez metros quadrados) será acrescido R\$ 50,00 (cinquenta reais);

III - persistindo a infração após a aplicação da primeira multa e da intimação de que trata o artigo 77, sem que sejam respeitados os prazos previstos, será aplicada uma multa correspondente ao dobro da primeira e reaplicada a cada 15 (quinze)



Folha nº 225 do proc.
nº 01-406 de 02
PROF. CARLOS ALVES DOS SANTOS
Assessoria Jurídica

CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

dias a partir da lavratura da multa anterior, até a efetiva regularização ou remoção do anúncio.

§ 1º - No caso do anúncio apresentar risco iminente, a segunda multa, bem como as reaplicações subseqüentes, se darão a cada 24 (vinte e quatro) horas a partir da lavratura da multa anterior.

TÍTULO IV DAS DISPOSIÇÕES FINAIS E TRANSITÓRIAS

Art. 79 - As licenças expedidas sob a vigência da legislação anterior terão sua validade respeitada.

§ 1º - Havendo mais de uma peça publicitária num mesmo lote terá a precedência o proprietário do anúncio cuja peça tenha a licença mais antiga em curso, e como segundo critério, o contrato de locação mais antigo do espaço junto ao proprietário ou possuidor do imóvel.

§ 2º - A adequação dos anúncios publicitários aos termos desta lei obedecerá os seguintes prazos a partir da promulgação desta lei:

I - 06 (seis) meses para os anúncios instalados nas vias N1;

II - 12 (doze) meses para os anúncios instalados nas vias N2;

III - 18 (dezoito) meses para os anúncios instalados nas vias N3.

§ 3º - As licenças que vencerem antes do prazo previsto no parágrafo anterior terão sua validade prorrogada até o final dos referidos prazos.

Art. 80 - O Poder Executivo promoverá as medidas necessárias para viabilizar a aplicação, em sistema computadorizado, das normas desta lei.

Art. 81 - O Poder Executivo deverá fixar, por portaria, a padronização dos modelos de requerimentos e demais documentos necessários.

Art. 82 - Os pedidos de autorização e licença de anúncios protocolados anteriormente à data da publicação desta lei, serão analisados nos termos da legislação vigente à época.

Art. 83 - O Poder Executivo poderá celebrar termo de cooperação com a iniciativa privada, visando à execução e manutenção de melhorias urbanas, ambientais e paisagísticas, e à conservação de áreas públicas, 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 - Nos casos em que, em função da celebração de termo de cooperação, for permitida a instalação de publicidade em bens públicos municipais de uso comum, deverão ser observadas as normas desta lei e as disposições a serem estabelecidas em decreto do Executivo.

§ 3º - Os termos de cooperação previstos no parágrafo anterior terão prazo de validade de, no máximo, 03 (três) anos e deverão ser publicados na íntegra no Diário Oficial do Município, no prazo máximo de 30 (trinta) dias da sua assinatura.



Folha nº 2261 do proc. 225
nº 01-406 de 02
ROSMARI CURY ALVES DOS SANTOS
Assessoria Jurídica

CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

Art. 84 - O Poder Público poderá firmar convênios com entidades de classe para a implantação de cadastros profissionais de empresas promotoras de eventos e do CADEPEX, ou outros que promovam a agilização da observância desta lei.

Art. 85 - Fazem parte integrante desta lei: Anexo I - Locais para fins de adequação ao disposto nesta lei; Anexo II - Anúncios Publicitários; Anexo III - Anúncios Indicativos.

Art. 86 - O Poder Executivo regulamentará a presente lei no prazo de 180 (cento e oitenta) dias após sua publicação.

Art. 87 - A SMSP e/ou as Subprefeituras poderão celebrar contratos com empresas privadas, delegando as atividades previstas nesta lei, com vista a maior eficiência e transparência na fiscalização dos anúncios.

§ 1º - As empresas contratadas poderão prestar serviços de fiscalização durante o prazo estabelecido entre as partes, com ressarcimento dos recursos apropriados.

§ 2º - As empresas contratadas poderão prestar serviços de remoção de anúncios durante o prazo estabelecido entre as partes, com ressarcimento dos recursos apropriados.

§ 3º - Os recursos para a implementação das medidas deste artigo serão originários do Fundo Municipal de Melhoria da Paisagem.

Art. 88 - As despesas com a execução desta lei correrão por conta das dotações orçamentárias próprias.

Art. 89 - Ficam mantidas as disposições do Decreto nº 33.394, de 14 de julho de 1993, com as alterações posteriores, até nova regulamentação.

Art. 90 - Ficam mantidas as disposições dos Decretos nº 33.389, nº 33.390, nº 33.391, nº 33.392, nº 33.393, nº 33.394 e nº 33.395, todos de 14 de julho de 1993, observadas as disposições da presente lei.

Art. 91 - Esta lei entrará em vigor na data de sua publicação, revogadas as disposições em contrário, em especial, as Leis nº 12.115, de 28 de junho de 1996, nº 12.513, de 05 de novembro de 1997, nº 12.515, de 1997 e nº 13.100, de 08 de dezembro de 2000.

Câmara Municipal de São Paulo, 03 de fevereiro de 2003.

O Presidente,

JCSS/za



Folha nº 2271 do processo nº 01-406 de 02
ROSMARI CURY ALVES DOS SANTOS
Assistente de Chefe Técnico

CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

São Paulo, 10 de fevereiro de 2003.

Recebi ofício Leg. 3 nº 20, de 10/02/03, encaminhando ao Executivo cópia autêntica de lei decretada pela Câmara, relativa ao Projeto de Lei nº 406/02, de autoria da Ver. Myryam Athie.

Anexo: Anexos I, II e III.

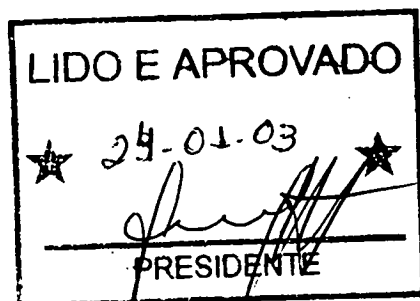
RECEBIDO
SGM/ATL

10/02/03

Elene Pinha
Oficial de Gabinete
SGM/ATL



Câmara Municipal de São Paulo



REQUERIMENTO

REQUEIRO à Douta Mesa, na forma regimental, seja reduzido de 10 (dez) para 5 (cinco) dias o interstício mínimo entre as audiências públicas dos Projetos de Lei abaixo relacionados, tudo nos termos do parágrafo único do art. 66, do Regimento Interno desta Casa.

PL 616/99, do Vereador Celso Cardoso (PFL)
Estabelece ao Executivo a obrigatoriedade da apresentação de um plano destinado a realização da poda anual das árvores plantadas nos logradouros públicos.

PL 370/01, do Vereador Antonio Paes - Baratão (PDT)
Dispõe sobre a criação do Programa "Saúde na Escola".

PL 422/01, do Vereador Ítalo Cardoso (PT)
Dispõe sobre a assistência médica, odontológica e psicológica, pelo Sistema Municipal de Saúde, aos presos e adolescentes infratores no Município.

PL 586/01, da Vereadora Havanir Nimtz (PRONA)
Dispõe sobre a obrigatoriedade da instalação de grades de ferro coletoras de detritos no interior de todas as "bocas de lobo" das Ruas e Avenidas.

PL 719/01, do Vereador Ricardo Montoro (PSDB)
Define e penaliza o desperdício de água.

PL 91/02, do Vereador Alcides Amazonas (PC do B)
Estabelece a substituição dos veículos de motor dianteiro que operam no sistema de transporte coletivo por ônibus no Município de São Paulo por

27 JAN 2003



Folha nº	229	de	228
nº	01-406	de	02
ROSMARI CURY ALVES DOS SANTOS			
Assistente de Chefe Técnica			

Câmara Municipal de São Paulo

outros de motor traseiro.

PL 117/02, do Vereador Devanir Ribeiro (PT)

Dispõe sobre a inclusão da disciplina filosofia, nas Escolas Municipais de Ensino Fundamental - Emefs.

PL 144/02, do Vereador Roger Lin (PPS)

Dispõe da introdução de língua estrangeira nas atividades culturais de recreação e lazer, com fim de estimular o aprendizado de idiomas, nas creches e escolas da rede pública do Município de São Paulo.

PL 406/02, da Vereadora Myryam Athie (PMDB)

Disciplina o uso da paisagem urbana para fins de ordenação de anúncios.

PL 599/02, do Vereador Carlos Alberto Bezerra Jr. (PSDB)

Dispõe sobre a instituição do Programa Municipal de Prevenção e Tratamento da Hepatite.

Sala das Sessões,


JOSÉ MENTOR
Líder do Governo



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

Papel para informação, rubricado como folha n°

230, de 23/02

do processo n°

01-406

de 2002

(a)

ROSMARI CUNHA ALVES DOS SANTOS

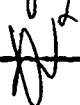
Assistente de Chefe Técnica

À LEG 3 – Sr. Chefe:
Juntar ao PL 406/02.

11 / 02 / 03


BRENO GANDELMAN
Ass. Tec. Leg. Chefe - ATM

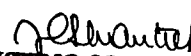
RECEBIDO EM LEG. 3

11 / 02 / 03


Sra. Paula,

juntar ao processo o presente requerimento.

11/02/2003


JOSÉ CRISTINO SOUZA SANTOS
Chefe de Seção Técnica IV Substituto

Sr. Chefe,

juntado conforme solicitação de V. Sª.

11/02/2003


Paula Kawase
Oficial Legislativo

S E G U E juntado nesta data, documento e papel para Informação, rubricado
sob folha n°

Em/...../.....

(a)



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

Papel para informação, rubricado como folha n°

231, de 230

do processo n° 01-406 de 2002

(a)

ROSMARY ALVES DOS SANTOS
Assistente de Chefia Técnica

LEI N° 13.525, DE 28 DE FEVEREIRO DE 2003

(Projeto de Lei n° 406/02, da Vereadora Myrram Athle - PPS)

Dispõe sobre a ordenação de anúncios na paisagem do Município de São Paulo e dá outras providências.

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 30 de janeiro de 2003, decretou e eu promulgo a seguinte lei:

TÍTULO I

DISPOSIÇÕES GERAIS

CAPÍTULO I

DOS OBJETIVOS, DIRETRIZES E DEFINIÇÕES

Art. 1° - Esta lei dispõe sobre a ordenação da paisagem para a veiculação de anúncios desde que visíveis a partir de logradouro público no território do Município de São Paulo.

Art. 2° - A colocação de anúncios publicitários observará as disposições do Plano Diretor Estratégico relativas à ordenação da paisagem, da Rede Viária Estrutural, em harmonia com o sistema de uso e ocupação do solo, a topografia, especialmente os cursos d'água, as linhas de drenagem e os talwegues, considerados eixos básicos estruturadores da paisagem.

Art. 3° - Sem prejuízo das demais normas relativas ao uso da paisagem, a ordenação de anúncios far-se-á nos termos desta lei e compreenderá a fixação de diretrizes para a veiculação, preservando concomitantemente a paisagem e, quanto à sua gestão, estabelecerá um padrão de visibilidade que garanta a segurança dos pedestres e de veículos e também a preservação dos padrões estéticos, paisagísticos, culturais, históricos e geográficos da cidade.

Art. 4° - Todos têm direito à boa qualidade estética e referencial da paisagem municipal, sendo dever do Poder Público Municipal e da coletividade protegê-la e promovê-la para as atuais e futuras gerações.

Parágrafo único - A paisagem municipal constitui direito difuso de todos.

Art. 5° - Considera-se paisagem, para fins de aplicação desta lei, 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, os elementos de sinalização urbana, equipamentos de informação e comodidade pública, logradouros públicos, visíveis por qualquer observador situado em áreas de uso comum do povo.

Art. 6° - Constituem objetivos da ordenação da paisagem do Município de São Paulo a realização do interesse público em compatibilidade com os direitos fundamentais da pessoa humana e as necessidades de conforto ambiental, com melhoria da qualidade de vida urbana, e 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 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 - fácil acesso e utilização das funções e serviços de interesse coletivo nas vias e logradouros;
- X - 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. 7° - Constituem diretrizes a serem observadas na colocação de anúncios na paisagem municipal:

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

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

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

VI - agilidade nos procedimentos de autorização da veiculação de anúncios, bem como de fiscalização e de licenciamento, observados os princípios da prevalência do interesse público, imparcialidade, legalidade, publicidade e moralidade;

VII - responsabilização solidária do proprietário do anúncio, do proprietário do imóvel ou seu possuidor e do anunciante, pelas infrações e ações lesivas que praticarem;

VIII - implantação de sistema de fiscalização efetiva, ágil, moderna, planejada e permanente;

IX - proposição pelo Executivo da criação do Fundo de Recuperação e Manutenção da Paisagem Urbana.

Art. 8° - Para os efeitos de aplicação desta lei, ficam estabelecidas as seguintes definições:

I - altura do anúncio (h) - é o resultado obtido pela diferença entre a altura máxima (hmax) e a altura mínima (hmin), ($h = h_{max} - h_{min}$), devendo ser considerada a estrutura de sustentação, no caso de anúncio localizado na cobertura da edificação, observado o seguinte:

a) altura mínima (hmin) - é a distância vertical entre o ponto mais baixo do anúncio e o ponto mais alto do solo imediatamente abaixo do anúncio ou do passeio, quando o solo estiver em plano inferior ao mesmo;

b) altura máxima (hmax) - é a distância vertical entre o ponto mais alto do anúncio e o ponto mais alto do solo imediatamente abaixo do anúncio ou do passeio, quando o solo estiver em plano inferior ao mesmo;

II - altura da edificação (hed) - é a distância vertical entre a cobertura da edificação e o ponto mais alto do solo imediatamente abaixo do anúncio;

III - andar - é o volume compreendido entre dois pavimentos consecutivos, ou entre o pavimento e o nível superior de sua cobertura;

IV - anúncio - é qualquer veículo de comunicação visual presente na paisagem visível de 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 os profissionais que dele fazem uso, podendo também ser composto de logomarca e referência a outras empresas fornecedoras, colaboradoras ou patrocinadoras das atividades desenvolvidas no local, desde que esta última não ultrapasse 1/3 (um terço) da área total do anúncio;

b) anúncio publicitário - é aquele destinado à veiculação de publicidade instalado fora do local onde se exerce a atividade, podendo ser instalado de acordo com os parâmetros estabelecidos na presente lei, e quando em área livre, conforme quadro anexo, observar as seguintes características:

1) estar instalado em altura mínima de 3,00 m (três metros) e altura máxima de até 6,00 m (seis metros);

2) estar instalado em altura mínima de 10,00 m (dez metros) e altura máxima de até 15,00 m (quinze metros);

V - aplique - elemento acessório ao anúncio publicitário de inserção temporária;

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

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

VIII - ático - é a parte do volume superior de uma edificação, destinada a abrigar casa de máquinas, piso técnico de eleva-

dores, caixas d'água e equipamentos e máquinas de circulação vertical;

IX - bem de valor cultural - é 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;

X - complementar - é o elemento da edificação, constante do projeto aprovado, independente da edificação principal, compreendendo torres, caixas d'água e chaminés;

XI - coroamento - elemento de vedação que envolve o ático;

XII - edificação - é a obra coberta destinada a abrigar atividade humana ou qualquer instalação, equipamento e material;

XIII - edificação permanente - é aquela fixada no solo em caráter duradouro;

XIV - edificação transitória - é aquela construída sobre o solo de modo não-fixo ou de pequenas dimensões em caráter não-permanente, pois facilmente removível;

XV - empena cega - é a face lateral externa da edificação que não apresenta aberturas destinadas à iluminação, ventilação e insolação;

XVI - (VETADO)

XVII - espessura do anúncio - é a distância entre a face anterior e a posterior;

XVIII - face de quadra - são todos os lotes que apresentem o mesmo código de logradouro (codlog), o mesmo Setor e a mesma Quadra Fiscal;

XIX - fachada - é qualquer face externa da edificação que apresente aberturas destinadas à iluminação, ventilação e/ou insolação;

XX - gleba - é a área de terra que ainda não foi objeto de loteamento ou desmembramento;

XXI - imóvel edificado - é aquele ocupado total ou parcialmente com edificação permanente;

XXII - imóvel não-edificado - é aquele não-ocupado ou ocupado com edificação transitória;

XXIII - lote - é a parcela de terreno contida em uma quadra, resultante de loteamento, desmembramento ou desdobro e com pelo menos uma divisa limítrofe a logradouro público;

XXIV - (VETADO)

XXV - marquise - é o elemento da edificação construído em balanço em relação à fachada, integrante de projeto aprovado ou regularizado, destinado à cobertura e à proteção de transeuntes;

XXVI - obra - é o processo e o que resulta de trabalho ou ação humana realizado em imóvel, que implique em alteração de seu estado físico anterior;

XXVII - quota - é o coeficiente que, multiplicado pela testada do imóvel onde se situa o anúncio, possibilita obter a área máxima de anúncio permitida no imóvel;

XXVIII - rarefação - é a diminuição e espaçamento de mensagens publicitárias no mesmo fluxo e sentido da via em que estiverem instaladas;

XXIX - rede viária estrutural - é aquela constante das definições do Plano Diretor Estratégico - Lei Municipal nº 13.430, de 13/09/2002;

XXX - saliência - é o elemento arquitetônico proeminente, engastado ou apostado em edificação ou muro;

XXXI - área de exposição do anúncio - é 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;

XXXII - testada ou alinhamento - é a linha divisória entre o imóvel de propriedade particular ou pública e o logradouro ou via pública;

XXXIII - vedo transparente - é qualquer vedação do imóvel constituída por material transparente;

XXXIV - face de visibilidade - é a visibilidade aplicada aos lotes que apresentam testada de fundo ou lateral voltada diretamente ao sistema viário classificado como N1, N2, N3.

Art. 9º - Para efeitos desta lei não são considerados anúncios: I - 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 - logotipos ou logomarcas de postos de abastecimento e serviços, quando veiculados nos equipamentos próprios do mobiliário obrigatório, como bombas, densímetros e similares;

III - denominações de prédios e condomínios;

IV - os que contenham referências que indiquem lotação, capacidade e as 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 0,20 m² (vinte decímetros quadrados);

IX - os que apresentem área de exposição igual ou inferior a 1,50 m² (um metro e cinquenta decímetros quadrados) e ainda observem as seguintes condições:

1) não disponham de dispositivos mecânicos ou de sistema elétrico/eletrônico;

2) apresentem altura máxima (hmax) igual ou inferior a 3,00 m (três metros);

3) sejam únicos no estabelecimento e encontrem-se instalados no pavimento térreo;

4) sejam pintados ou instalados exclusivamente paralelos à fachada, ou quando em área livre do imóvel, paralelos ao alinhamento;

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

XI - logotipo de construtora responsável por obra quando em tela de proteção;

XII - adesivos em vedos transparentes com até 0,30 m (trinta centímetros) de altura, desde que respeitada a quantidade de, no máximo, 03 (três) por estabelecimento.

CAPÍTULO II DAS NORMAS GERAIS

Art. 10 - Todo anúncio deverá observar, entre outras, as seguintes normas:

I - oferecer condições de segurança ao público;

II - ser mantido em bom estado de conservação, no que tange à estabilidade, resistência dos materiais e aspecto visual;

III - receber tratamento final adequado em todas as suas superfícies, inclusive na sua estrutura, ainda que não utilizada para anunciar;

IV - ter a área destinada à mensagem recoberta por material equivalente ao utilizado para veiculação, na cor branca na ausência de anunciante;

V - não possuir estrutura de madeira para anúncios publicitários situados nas vias constantes do Anexo I, e nas vias coletoras situadas no perímetro do centro expandido;

VI - atender às normas técnicas pertinentes à segurança e estabilidade de seus elementos;

VII - atender às 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;

VIII - respeitar a vegetação arbórea significativa definida por legislação específica constante do Plano Diretor Estratégico;

IX - 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;

X - 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 refletividade;

S E G U E juntado nesta data, documento e papel para Informação, rubricado

sob folha nº

Em/...../.....

(a)



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

Papel para informação, rubricado como folha n.º

232, digo 231

do processo n.º 01-406 de 20 02

(a)

ROSAMARIA ALVES DOS SANTOS
Assistente de Chefe Técnica

XI - (VETADO)

Art. 11 - É vedada a instalação de anúncios em:

I - leitos dos rios e cursos d'água, e em 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 parágrafo 6º do artigo 30;

III - imóveis situados nas zonas de uso estritamente residenciais definidas no Plano Diretor Estratégico, salvo os anúncios indicativos;

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 e aos denominados anúncios temporários;

V - torres ou postes de transmissão de energia elétrica;

VI - nos dutos de gás, abastecimento de água, hidrantes e torres d'água e outros similares;

VII - placas acopladas à sinalização de trânsito;

VIII - obras públicas de arte, tais como pontes, passarelas, viadutos, túneis, ainda que de domínio estadual e federal;

a) é vedada a instalação de anúncios a uma distância inferior a 30,00 m (trinta metros) de pontes ou viadutos, bem como de seus respectivos acessos;

b) ao longo de vias elevadas serão permitidos anúncios em empenas cegas e coberturas em faixa de até 50,00 m (cinquenta metros) do alinhamento do elevado;

IX - nas vias e passeios públicos, inclusive na pavimentação asfáltica do leito carroçável, exceto as previsões quanto ao mobiliário urbano e os denominados anúncios temporários, devidamente licenciados;

X - de propaganda eleitoral, com exceção nos períodos permitidos por lei, independente do material utilizado, em veículos de transporte coletivo;

XI - nas partes internas e externas de cemitérios;

XII - nas partes internas e externas de hospitais e prontos-socorros e postos de atendimento médico, exceto os que digam respeito à denominação e eventos relacionados com a área da saúde;

XIII - em bens públicos municipais dominiais e de uso especial, salvo nos autódromos, estádios, escolas, centros desportivos e locais de prática do desporto em geral, e nas situações previstas em lei;

XIV - quando colado ou pintado nas colunas, paredes, muros e demais partes externas de edificação, salvo quando pintado em charminés de indústria nos termos da Lei nº 10.897, de 05 de dezembro de 1990;

a) somente serão permitidos anúncios pintados nas empenas cegas se forem de finalidade cultural;

XV - em vias coletoras e locais, assim definidas pela Lei Municipal nº 13.430/02, exceto:

a) quando de natureza indicativa;

b) (VETADO)

Art. 12 - 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 edificados vizinhos;

IV - apresente conjunto de formas e cores que se confundam com as convenções internacionalmente para as diferentes categorias de sinalização de trânsito;

V - apresente conjunto de formas e cores que se confundam com as consagrações para a prevenção e o combate a incêndio, pelas normas de segurança.

Art. 13 - Tendo como referência a Lei Municipal nº 13.430, de 13/09/2002 - Plano Diretor Estratégico, são estabelecidos os seguintes critérios:

I - em se tratando de bens de valor cultural, classificados como bens tombados individualmente, áreas tombadas e áreas envoltórias, deverá ser ouvido o Conselho Municipal de Preservação do Patrimônio Histórico Cultural e Ambiental da Cidade São Paulo - CONPRESP.

§ 1º - O Executivo, no prazo máximo de 180 (cento e oitenta) dias, a partir da publicação desta lei, deverá dar publicidade à lista dos bens tombados e descrição dos respectivos perímetros envoltórios e visuais consoante os níveis de preservação para atendimento do disposto no inciso I do artigo 12.

§ 2º - (VETADO)

TÍTULO II

CAPÍTULO I

DA ORDENAÇÃO DA PAISAGEM

Art. 15 - Considera-se, para efeito desta lei, como utilização da paisagem urbana todos os anúncios, desde que visíveis do logradouro público, instalados em:

I - imóvel particular:

a) edificado;

b) não-edificado;

c) em obras de construção civil;

II - bem público:

a) edificado;

b) não-edificado;

c) em obra pública de construção civil;

d) em faixa de domínio, pertencente a redes de infra-estrutura, faixa de servidão de redes de transporte, de redes de transmissão de energia elétrica, de oleodutos, gasodutos e similares;

III - mobiliário urbano;

IV - veículos automotores.

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

§ 2º - No caso de se encontrar afixado em espaço interno de edificação, o anúncio será considerado visível quando localizado até 0,50 m (cinquenta centímetros) de qualquer abertura ou vedo transparente que se comunique diretamente com o exterior.

§ 3º - Para efeito da rarefação dos anúncios publicitários definida no inciso XXVIII do artigo 8º aplicam-se as seguintes disposições:

a) a distância entre anúncios será medida a partir de suas extremidades;

b) será permitido o agrupamento de até 03 (três) anúncios publicitários, desde que estejam instalados paralelos ao alinhamento, possuam altura máxima de 6,00 m (seis metros) e obedeçam à distância de 9,00 m (nove metros) de outro anúncio ou agrupamento no mesmo lote;

c) quando em lotes diferentes, os anúncios ou agrupamentos deverão obedecer às distâncias definidas no Quadro Anexo.

CAPÍTULO II

DO ANÚNCIO EM IMÓVEL PARTICULAR EDIFICADO

SEÇÃO I

NA FACHADA

Art. 16 - O anúncio instalado em fachada será considerado:

I - paralelo, quando a superfície de exposição do anúncio estiver posicionada em relação ao plano da fachada a uma distância de, no máximo, 0,30 m (trinta centímetros) deste;

II - perpendicular, quando o eixo de sua estrutura estiver posicionado perpendicularmente em relação ao plano da fachada, devendo o anúncio apresentar espessura de, no máximo, 0,40 m (quarenta centímetros).

§ 1º - No cálculo da distância mencionada no inciso I deverá ser considerada a estrutura do anúncio.

§ 2º - Não serão permitidos anúncios instalados em marquise, saliências ou recobrimento de fachada, mesmo constantes de projeto de edificação aprovado ou regularizado.

§ 3º - Quando instalado em fachada construída no alinhamento, o anúncio poderá avançar até 1,20 m (um metro e vinte centímetros) sobre o passeio, desde que este avanço não exceda a 2/3 (dois terços) da largura do passeio.

Art. 17 - O anúncio instalado na fachada da edificação deverá ainda atender às seguintes condições:

I - observar as características e parâmetros estabelecidos nos Quadros Anexos;

II - observar as características arquitetônicas e as funções definidas no projeto de construção ou reforma da edificação;

III - ter sua projeção ortogonal totalmente contida dentro dos limites externos da fachada onde se encontra e não prejudicar a área de exposição de outro anúncio.

§ 1º - Será admitido todo retrátil como anúncio, desde que indicativo e com as características de anúncio simples.

§ 2º - Para os anúncios instalados em elementos complementares da edificação conforme definido no inciso X do artigo 8º e constituídos por adesivos aplicados em vedos transparentes aplicam-se os termos deste artigo.

Art. 18 - O anúncio simples instalado paralelamente em fachada recuada do alinhamento poderá ter a altura mínima (hmin) igual ou superior a 1,00 m (um metro), respeitada a circulação de pedestres e a iluminação e aeração do imóvel.

Art. 19 - O anúncio, quando único na fachada em que estiver instalado, fica dispensado do atendimento à altura máxima (hmax) estabelecida nos Quadros Anexos.

SEÇÃO II NA EMPENA CEGA

Art. 20 - O anúncio instalado em empena cega, definida no inciso XV do artigo 8º desta lei, deverá atender às seguintes condições:

I - observar os parâmetros estabelecidos nos Quadros Anexos;

II - encontrar-se em edificação sem anúncio na cobertura, na mesma visibilidade;

III - ser único em cada empena cega por bloco de edificação;

IV - apresentar área máxima em função da área total da empena em que estiver instalado, conforme Quadro Anexo;

V - apresentar projeção ortogonal contida nos limites do perímetro da empena;

VI - apresentar espessura máxima de 0,30 m (trinta centímetros), exceto o equipamento de iluminação.

§ 1º - Quando da instalação do anúncio, a empena cega deverá ser totalmente recuperada.

§ 2º - A área do anúncio em empena cega não será considerada na área total máxima permitida para o imóvel, obtida pela quota.

Art. 21 - Quando da retirada do anúncio instalado em empena cega, esta deverá ser recuperada, observando-se, quanto à responsabilidade, o disposto no artigo 68.

Parágrafo único - A aprovação de anúncio em empena cega fica condicionada à recuperação da fachada principal do imóvel e à manutenção em bom estado das mesmas durante o período em que o anúncio estiver instalado.

SEÇÃO III NA COBERTURA

Art. 22 - Será permitida a instalação de anúncio na cobertura da edificação nas seguintes condições:

I - observar os parâmetros constantes dos Quadros Anexos;

II - ter apenas um anúncio visível, em cada momento de exposição;

III - não apresentar estrutura de madeira;

IV - ter sua projeção ortogonal contida nos limites do perímetro da cobertura, ou do coroamento;

V - não interferir em helipontos, heliportos, lajes de segurança ou raio de ação de para-raios;

VI - encontrar-se em edificação sem anúncio na empena cega, na mesma visibilidade.

Parágrafo único - A área do anúncio na cobertura de edificação não será considerada na área total máxima permitida para o imóvel, obtida pela quota.

Art. 23 - Para os anúncios instalados no coroamento dos edifícios aplicam-se os dispositivos do artigo anterior.

SEÇÃO IV NA ÁREA LIVRE DO IMÓVEL EDIFICADO E DO IMÓVEL NÃO-EDIFICADO

Art. 24 - O anúncio instalado na área livre de imóvel edificado ou em imóvel não-edificado deverá atender às seguintes condições:

I - observar as características e os parâmetros estabelecidos nos Quadros Anexos;

II - apresentar projeção horizontal inteiramente contida nos limites do imóvel;

III - não estar instalado em sobreposição a outro anúncio;

IV - apresentar uniformidade de dimensões, formas e materiais, quando houver mais de um anúncio nas mesmas circunstâncias no mesmo imóvel, excluídos os anúncios indicativos;

V - quando paralelo à testada do lote, manter distância mínima de 1,00 m (um metro) da extremidade lateral do próximo anúncio;

VI - fica dispensado do atendimento da altura máxima (hmax) estabelecida no Quadro Anexo o anúncio indicativo instalado na área livre do imóvel edificado, observada a quantidade de 01 (um) por acesso, com altura máxima de até 10,00 m (dez metros) e área máxima de até 20,00 m² (vinte metros quadrados) por face de exposição, respeitada a quota destinada ao imóvel.

Parágrafo único - A instalação desse tipo de anúncio na área livre do imóvel não impede os demais, desde que atendam o Quadro Anexo para anúncios indicativos.

SEÇÃO V NOS "SHOPPING CENTERS" e HIPERMERCADOS

Art. 25 - Os anúncios indicativos instalados em imóveis destinados a "shopping centers" e hipermercados deverão obedecer as características e parâmetros estabelecidos nos Quadros Anexos.

§ 1º - Serão admitidos anúncios indicativos instalados na área livre do imóvel, com a área e a altura máxima de um único engenho por acesso, desde que a sua altura máxima (hmax) não ultrapasse 25,00 m (vinte e cinco metros) e a projeção do anúncio esteja inscrita em circunferência com diâmetro não superior a 3,00 m (três metros) em imóveis com área superior a 5.000,00 m² (cinco mil metros quadrados).

§ 2º - Ficam dispensados de atendimento da altura máxima (hmax) os anúncios instalados nas fachadas dos "shopping centers" e hipermercados, respeitada a quota estabelecida no Quadro Anexo.

CAPÍTULO III DO ANÚNCIO EM OBRA DE CONSTRUÇÃO CIVIL PARTICULAR

Art. 26 - Em obra de construção civil particular, os anúncios indicativos e publicitários instalados em área livre e tapume, deverão atender às seguintes condições:

I - observar as características e os parâmetros estabelecidos nos Quadros Anexos de anúncios indicativos;

II - não apresentar avanço sobre o passeio;

III - não estar instalado na fachada, na empena cega ou na cobertura da edificação, salvo quando em tela de proteção, ou lona de recobrimento fixada no andaime, observado o disposto no parágrafo 3º;

IV - os anúncios publicitários deverão observar a rarefação prevista no Quadro Anexo respectivo.

§ 1º - Será admitido anúncio colocado em tapume, instalado totalmente dentro de seus limites, desde que constituído com material de qualidade comprovada, acabamento adequado e mantido em bom estado de conservação e com espessura de até 0,10 m (dez centímetros), altura máxima de 6,00 m (seis metros), área máxima de 50% (cinquenta por cento) da área total do tapume, respeitando, quando mais de um anúncio, o distanciamento de 1,00 m (um metro) entre eles.

§ 2º - Será admitida a pintura decorativa em tapume, com inscrição de logotipo ou mensagem publicitária, sendo considerada, nesta hipótese, para efeito de cálculo da quota do anúncio, a área do logotipo ou da mensagem publicitária.

§ 3º - (VETADO)

I - (VETADO)

II - (VETADO)

III - (VETADO)

IV - (VETADO)

V - (VETADO)

S E G U E juntado nesta data, documento e papel para informação, rubricado

sob folha nº

Em/...../.....

(a)



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

Papel para informação, rubricado como folha n°

233 de 232

do processo n° 01-406 de 2002

(a)

ROSAMARI CUSTALVES DOS SANTOS

Assistente de Chama Técnica

- VI - (VETADO)
- § 5º - (VETADO)
- § 6º - (VETADO)
- I - (VETADO)

CAPÍTULO IV DO ANÚNCIO EM BENS PÚBLICOS

Art. 27 - Os anúncios instalados em bens de uso dominial e de uso especial da União, do Estado e do Município, edificados, não-edificados e em obra de construção civil, da administração direta, indireta e fundacional, deverão atender às disposições, características e parâmetros estabelecidos nesta lei para os imóveis particulares.

Art. 28 - Os anúncios instalados em faixas de domínio, pertencentes à rede de infra-estrutura, faixas de servidão da rede de transporte, redes de transmissão de energia elétrica, de oleodutos, gasodutos e similares deverão obedecer às seguintes restrições:

- I - apresentar até 36,00 m² (trinta e seis metros quadrados) por face de exposição com área de, no máximo, 72,00 m² (setenta e dois metros quadrados), ou área de 48,00 m² (quarenta e oito metros quadrados), restrito a uma única face;
- II - apresentar altura mínima (hmin) igual ou superior a 3,00 m (três metros);
- III - apresentar altura máxima (hmax) igual ou inferior a 9,00 m (nove metros);
- IV - respeitar distância de no mínimo 75,00 m (setenta e cinco metros) do próximo anúncio.

CAPÍTULO V MOBILIÁRIO URBANO

Art. 29 - A veiculação de anúncios no mobiliário urbano será feita mediante procedimento licitatório, modalidade concorrência pública, por empresas que possuam comprovadamente capacidade para conceber, desenvolver, fornecer, instalar e manter os equipamentos.

§ 1º - (VETADO)

§ 2º - (VETADO)

§ 3º - (VETADO)

Art. 30 - É considerado mobiliário urbano de uso e utilidade pública, entre 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 - placa e unidades identificativas 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 os destinados à reciclagem;
- XV - grade de proteção de terra ao pé de árvores;
- XVI - protetores de árvores;
- XVII - quiosque para venda de lanches e produtos em parques;
- XVIII - lixeiras;
- XIX - relógio (tempo, temperatura e poluição);
- XX - estrutura de suporte para terminal da Rede Pública de Informação e Comunicação;
- XXI - suportes cilíndricos para afixação gratuita de pôster para eventos;
- XXII - painéis de mensagens variáveis para uso exclusivo de informações de trânsito;
- XXIII - colunas multiuso;
- XXIV - estações de transferência.

§ 1º - Os abrigos são instalações de proteção aos usuários do sistema de transporte público, contra as intempéries, 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 - O totem indicativo de parada de ônibus é elemento de comunicação visual destinado à identificação da parada de ônibus, quando houver impedimento para instalação dos abrigos.

§ 3º - Os 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 - Painel publicitário informativo é um 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, artísticos, localizados no entorno e ainda com a mesma função relativamente a casas de espetáculos, teatros e auditórios.

§ 6º - As placas e unidades identificativas 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, destinado exclusivamente à identificação dos espaços e edifícios públicos.

§ 8º - Cabine de segurança é um equipamento destinado a abrigar policiais durante 24 horas/dia, com acesso externo tipo balcão para atendimento aos transeuntes, com capacidade para atendimento de primeiros socorros, contendo pequeno sanitário, prevendo espaço para detenção provisória de, pelo menos, 01 (uma) pessoa.

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

§ 10 - As bancas para a comercialização de impressos ou bancas de jornais, 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 um equipamento destinado a abrigar bicicletas, adaptável a estações de metrô, ônibus e trens, escolas e instituições, destinado a atender o público em geral.

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

§ 13 - Os protetores de árvore são 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 ou pelo concessionário, em material de qualidade não-agressiva 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 portadores de deficiência.

§ 15 - Os 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 e nos canteiros centrais e 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, estarão localizadas em locais públicos abrigados, de intenso trânsito de pedestres.

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

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

§ 19 - As colunas multiuso se destinam 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, venda de ingressos, etc.

§ 20 - As estações de transferência são locais protegidos para passageiros de ônibus em operações de transbordo.

Art. 31 - (VETADO)

§ 1º - (VETADO)

§ 2º - (VETADO)

§ 3º - (VETADO)

§ 4º - (VETADO)

§ 5º - (VETADO)

Art. 32 - É vedado a qualquer elemento de mobiliário urbano:

I - estar projetado sobre o leito carroçável das vias, exceção feita aos postes, luminárias, conjuntos semaforicos e placas de sinalização, no que diz respeito à sua projeção horizontal;

II - obstruir a circulação de pedestres ou configurar perigo ou impedimento de locomoção de deficientes físicos ou visuais;

III - causar obstrução ao acesso de faixas de travessias de pedestres, escadas-rolantes ou entradas e saídas de público, sobretudo as de emergência ou para portadores de deficiência;

IV - estar localizado em ilhas de travessia, exceto pontos de ônibus e relógios/termômetros digitais;

V - estar localizado em esquinas, viadutos, pontos e belvederes, salvo os equipamentos de informação básica ao pedestre.

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

CAPÍTULO VI

VEÍCULOS AUTOMOTORES

Art. 33 - Os anúncios em veículos de transporte de passageiros não poderão, em hipótese nenhuma, causar impacto visual à paisagem urbana, criar equívoco visual que confunda o seu usuário quanto a prefixo de linha ou qualquer outro elemento identificador que sirva de referência aos que não sabem ler ou possuam limitações visuais, observando-se:

§ 1º - Nos ônibus só poderão ser veiculados anúncios na forma prevista em regulamentação a ser apresentada pelo Executivo.

§ 2º - Nos táxis:

I - poderão veicular anúncios instalados nas laterais, respeitando-se as normas de identificação do motorista, frota ou cooperativa, sem qualquer interferência nas características do veículo;

II - será permitida a publicidade no vidro traseiro, com a aplicação de película adesiva semi-transparente;

III - será permitida a instalação sobre a capota de pequenos "back-lights", providos ou não de luminosidade, com altura máxima de 0,40 m (quarenta centímetros); no seu sentido longitudinal, com angulação de até 45 (quarenta e cinco) graus, não ultrapassando as extremidades do veículo, com as mensagens publicitárias voltadas para as laterais, não podendo interferir na identificação do dispositivo TÁXI.

§ 3º - Perua escolar - será permitido somente o anúncio indicativo, que identifica o proprietário e a atividade desenvolvida, sendo terminantemente proibida a veiculação de anúncio publicitário.

§ 4º - Motocicleta - será permitida a publicidade na superfície traseira, ou de qualquer outro equipamento de proteção equivalente, utilizados na atividade de moto-frete, observando as seguintes metragens máximas:

a) para a face traseira: seu maior comprimento deverá ser de 0,50 m (cinquenta centímetros), e sua maior altura de 0,80 m (oitenta centímetros).

§ 5º - Os procedimentos a serem adotados para a regularização de publicidade em veículos serão objeto de decreto regulamentador.

§ 6º - Nos veículos de frota pertencentes a pessoas jurídicas será permitida a colocação de anúncios de caráter indicativo da empresa possuidora da frota na forma de pintura ou adesivos.

Art. 34 - Os anúncios cuja modalidade seja do tipo "painel eletrônico" poderão ser afixados, transportados e expostos em veículos desde que estacionados nos locais dos eventos correspondentes.

Parágrafo único - Por possuir características específicas, a licença decorrente do órgão competente para veiculação desse anúncio terá prazo de validade de 01 (um) ano, e se processará dentro de todos os termos da presente lei.

TÍTULO III

DO PROCEDIMENTO ADMINISTRATIVO

CAPÍTULO I

DO FUNDO DE RECUPERAÇÃO E MANUTENÇÃO DA PAISAGEM URBANA

Art. 35 - A utilização da paisagem visando à veiculação de anúncios publicitários por pessoa física ou jurídica, pública ou privada e o imóvel, público ou privado ou bem público no qual tenham instalado, os meios e instrumentos utilizados para a sua veiculação e os usos e finalidades visadas, dependem de prévia autorização onerosa de uso da paisagem concedida pelo Poder Público.

Parágrafo único - Caberá ao Executivo, no prazo máximo de 60 (sessenta) dias, a regulamentação do Fundo de Recuperação e Manutenção da Paisagem Urbana.

CAPÍTULO II

DA CLASSIFICAÇÃO DOS ANÚNCIOS

Art. 36 - Para efeito desta lei, os anúncios são classificados em:

a) anúncio transitório - quando permanecer exposto pelo prazo máximo de 30 (trinta) dias e apresentar as seguintes características:

1) área total de anúncio igual ou inferior a 2,00 m² (dois metros quadrados);

2) seja instalado no pavimento térreo;

3) não possua qualquer dispositivo elétrico ou mecânico;

4) veicule mensagem esporádica atinente a promoções, ofertas especiais, ofertas imobiliárias e similares;

5) seja único deste tipo por estabelecimento comercial;

6) não ter 02 (duas) autorizações consecutivas emitidas para o mesmo imóvel num período inferior a 60 (sessenta) dias;

b) balão ou anúncio inflável - quando permanecer exposto pelo prazo máximo de 30 (trinta) dias e apresentar as seguintes características:

1) ser inflado por ar ou gás estável;

2) possuir ou não dispositivo luminoso;

3) ser único deste tipo no imóvel;

4) ter sua projeção, em qualquer situação, contida nos limites do imóvel, não podendo avançar sobre os imóveis vizinhos nem sobre o logradouro;

5) ser utilizado unicamente para veiculação de mensagens atinentes a eventos ou promoções;

6) não ter 02 (duas) autorizações consecutivas emitidas para o mesmo imóvel num intervalo inferior a 60 (sessenta) dias;

7) possuir diâmetro máximo de 3,00 m (três metros);

c) de finalidade cultural - quando for integrante de programa cultural, de plano de embelezamento da cidade ou alusivo à data de valor histórico;

d) de finalidade eleitoral - quando destinado à propaganda de partidos políticos ou de seus candidatos, na forma prevista na legislação eleitoral federal;

e) de finalidade educativa, informativa ou de orientação social, de programas políticos ou ideológicos, religiosa, em caso de plebiscitos ou referendos populares;

f) anúncios temporários - destinam-se a veicular mensagens esporádicas, relativas à promoção de vendas de lançamentos imobiliários, ofertas específicas, eventos culturais e artísticos, bem como mensagens de cunho educacional ou de elucidação pública;

g) especial - quando apresentar pelo menos uma das seguintes características:

1) área total de anúncio superior a 30,00 m² (trinta metros quadrados);

S E G U E juntado nesta data, documento e papel para informação, rubricado

sob folha nº

Em/...../.....

(a)



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

Papel para informação, rubricado como folha n°

234 digo 233

RCSMARI CURY ALVES DOS SANTOS
Assistente de Chefe Técnica

do processo n° 01-406

de 20 02

(a)

- 2) altura máxima (hmax) superior a 6,00 m (seis metros);
- 3) esteja instalado em empena cega;
- 4) possua dispositivo mecânico;
- 5) possa apresentar problemas afetos à segurança da população;
- 6) esteja instalado em cobertura da edificação;
- 7) seja televisivo;
- h) complexo - quando apresentar pelo menos uma das seguintes características:

1) área total do anúncio superior a 5,00 m² (cinco metros quadrados) e inferior ou igual a 30,00 m² (trinta metros quadrados);

2) altura máxima (hmax) superior a 4,00 m (quatro metros) e igual ou inferior a 6,00 m (seis metros);

i) simples - quando apresentar todas as características abaixo:

1) área total de anúncio igual ou inferior a 5,00 m² (cinco metros quadrados);

2) altura máxima (hmax) igual ou inferior a 4,00 m (quatro metros);

3) não possua dispositivo mecânico;

4) não se encontre instalado em empena cega ou em cobertura de edificação.

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

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

§ 3º - Os anúncios veiculados através de projeção de imagens serão enquadrados de acordo com a classificação da superfície onde a imagem será projetada, devendo respeitar os parâmetros constantes dos Quadros Anexos da presente lei.

§ 4º - Novas tecnologias e meios de veiculação de anúncio, bem como projetos diferenciados não previstos nesta legislação, serão enquadrados e terão seus parâmetros estabelecidos pela Comissão de Proteção à Paisagem Urbana - CPPU, nos termos desta lei.

§ 5º - Não são considerados anúncios os que contenham comunicações institucionais veiculadas por meios próprios, tais como sinalização de trânsito, sinalização de orientação de pedestres e sinalização de denominação de logradouros.

§ 6º - Será admitida a inserção de afixação em peças publicitárias durante o prazo máximo de 30 (trinta) dias, verificadas as seguintes disposições:

I - a área do afixação não poderá exceder 20% (vinte por cento) da área de exposição do anúncio e a espessura não poderá ser superior a 0,50 m (cinquenta centímetros);

II - a área do afixação deverá ser computada na área total máxima do anúncio estabelecida no Quadro Anexo para efeito de licenciamento.

CAPÍTULO III SEÇÃO I DO LICENCIAMENTO

Art. 37 - A colocação de anúncio de finalidade político-partidária fica sujeita à observância da legislação pertinente, dispensando-se o seu licenciamento.

Parágrafo único - Ficam dispensados também de licenciamento os anúncios instalados em mobiliários e equipamentos urbanos, sujeitos aos respectivos contratos de concessão ou permissão, inclusive quanto ao seu cadastramento no órgão competente estabelecido no respectivo contrato.

Art. 38 - A colocação de anúncio transitório fica sujeita à comunicação, por parte do proprietário do anúncio, à Subprefeitura competente, para fins de fiscalização, dispensando-se o seu licenciamento.

Parágrafo único - A comunicação a que se refere este artigo deverá indicar a quantidade, os locais de afixação e o período de exposição do anúncio, devendo ser pagos eventuais tributos e preços públicos.

Art. 39 - A colocação de balão e inflável fica sujeita à autorização da Secretaria Municipal de Subprefeituras, dispensando-se o seu licenciamento.

Parágrafo único - O pedido de autorização a que se refere este artigo deverá ser acompanhado de termo de responsabilidade técnica pela parte elétrica, sistema de ancoragem e fixação, assinado por profissional legalmente habilitado e pelo proprietário do anúncio.

Art. 40 - A colocação de anúncio de finalidade cultural fica sujeita à autorização da Secretaria de Habitação e Desenvolvimento Urbano - SEHAB, após parecer favorável da Secretaria Municipal de Cultura - SMC e da Comissão de Proteção à Paisagem Urbana - CPPU, dispensando seu licenciamento.

Art. 41 - Os anúncios temporários compreendem a exposição de cavaletes, bandeiras, estandartes, plaquetas ou "banners", e a distribuição de folhetos ou assemelhados, que por se constituírem em peças móveis e de caráter transitório, ficam sujeitas ao pagamento da TFA - Taxa de Fiscalização de Anúncios, e também ao recolhimento dos preços públicos para utilização do espaço municipal.

Art. 42 - A instalação dos cavaletes e plaquetas, e a exposição de bandeiras, estandartes e "banners" ou assemelhados, somente poderá ocorrer aos sábados, domingos e feriados, entre 0h (zero hora) e 24h (vinte e quatro horas). A distribuição dos materiais promocionais (folhetos e assemelhados) somente poderá ocorrer aos sábados, domingos e feriados, entre 9h30min e 17h30min.

§ 1º - Define-se como cavalete ou plaqueta o anúncio estruturado, revestido em material translúcido ou não, onde são veiculadas as mensagens, com uma ou duas faces de exposição, respeitadas as dimensões nesta lei estabelecidas e demais procedimentos pertinentes.

§ 2º - Define-se como bandeira e estandarte o anúncio estruturado, confeccionado em tecido, lona plástica ou similares, onde são veiculadas as mensagens, com uma ou duas faces de exposição, não compreendendo para estes tipos de anúncios quaisquer sistema de fixação, respeitadas as dimensões e demais parâmetros nesta lei estabelecidos.

§ 3º - Define-se como folheto ou panfleto o anúncio impresso em material de qualquer natureza, de dimensão variada, nunca superior a área determinada para plaquetas e "banners", onde são veiculadas as mensagens publicitárias, distribuído manualmente em espaços pré-determinados.

Art. 43 - Os cavaletes, as bandeiras e os estandartes deverão medir até 1,00 m (um metro) de largura e 1,50 m (um metro e cinquenta centímetros) de altura; as plaquetas e os "banners" deverão medir até 0,60 m (sessenta centímetros) de largura por 0,40 m (quarenta centímetros) de altura e ser mantidos em perfeitas condições de fixação.

Art. 44 - Os folhetos, cavaletes, bandeiras, estandartes, plaquetas e "banners" ou assemelhados, deverão atender, ainda, aos seguintes requisitos:

I - reserva de, no mínimo, 1/10 (um décimo) das suas áreas para informação da razão social, número de inscrição de Cadastro de Contribuintes Mobiliários - CCM e endereço sede das empresas patrocinadora e divulgadora;

II - para os folhetos, inclusão obrigatória da frase: "não jogue este impresso na via pública", observando o preceituado pela Lei Municipal nº 11.837/95;

III - a responsabilidade pela promoção da limpeza completa da área compreendida no raio de 200,00 m (duzentos metros) do local em que a distribuição for autorizada é da empresa promotora do evento e deverá ser realizada até 02 (duas) horas depois do término diário da autorização concedida.

Art. 45 - (VETADO)

Art. 46 - (VETADO)

I - (VETADO)

a) (VETADO)

b) (VETADO)

II - (VETADO);

III - (VETADO)

IV - (VETADO)

V - (VETADO)

VI - (VETADO)

Art. 47 - (VETADO)

Art. 48 - (VETADO)

Parágrafo único - (VETADO)

Art. 49 - Os preços públicos a serem recolhidos pela utilização do espaço público, nos termos desta lei, serão regulamentados por decreto específico, cobrados por pacotes, na seguinte proporção:

I - trintídio - Pacote 01: 04 folhetos, 20 cavaletes e 10 plaquetas/"banners"/estandartes ou bandeiras; Pacote 02: 08 folhetos, 40 cavaletes e 20 plaquetas/"banners"/estandartes ou bandeiras; Pacote 03: 12 folhetos, 60 cavaletes e 30 plaquetas/"banners"/estandartes ou bandeiras; Pacote 04: 05 folhetos; Pacote 05: 20 cavaletes; Pacote 06: 05 bicicletas;

II - final de semana - Pacote 01: 04 folhetos, 20 cavaletes e 10 plaquetas/"banners"/estandartes ou bandeiras; Pacote 02: 08 folhetos, 40 cavaletes e 20 plaquetas/"banners"/estandartes ou bandeiras; Pacote 03: 12 folhetos, 60 cavaletes e 30 plaquetas/"banners"/estandartes ou bandeiras; Pacote 04: 05 folhetos; Pacote 05: 20 cavaletes; Pacote 06: 05 bicicletas.

§ 1º - Para o cálculo dos preços públicos a serem recolhidos, será utilizada a legislação pertinente ou índice equivalente correspondente ao mês do dia do protocolo do requerimento que solicita a autorização.

§ 2º - Para um mesmo ponto de distribuição de folhetos ou semelhantes, poderão ser concedidas, no máximo, 05 (cinco) autorizações distintas, para os dias permitidos (sábados, domingos e feriados), evitando-se aglomeração de pessoas e transtorno no fluxo de veículos. Ao Poder Público caberá a responsabilidade desse controle e fiscalização.

§ 3º - Será permitida a utilização de bicicletas ou similares para veiculação de publicidade, respeitando-se para esta modalidade os preceitos que definem a TFA - Taxa de Fiscalização de Anúncios, obedecendo o estabelecido no artigo 43 desta lei, com referência à metragem do anúncio.

Art. 50 - (VETADO)

I - (VETADO)

II - (VETADO)

III - (VETADO)

IV - (VETADO)

V - (VETADO)

VI - (VETADO)

Parágrafo único - (VETADO)

Art. 51 - (VETADO)

I - (VETADO)

II - (VETADO)

III - (VETADO)

IV - (VETADO)

V - (VETADO)

VI - (VETADO)

Art. 52 - (VETADO)

I - (VETADO)

II - (VETADO)

III - (VETADO)

IV - (VETADO)

Art. 53 - Se o pedido de licenciamento de anúncios especiais e complexos for requerido por órgão da administração direta, fundo especial, autarquia, fundação pública, empresa pública, sociedade de economia mista ou outra entidade controlada direta ou indiretamente pela União, Estados, Distrito Federal e Municípios, não será exigida a apresentação da empresa instaladora no ato do protocolamento.

§ 1º - Com a apresentação dos documentos exigidos nos artigos 51 e 52, estando o anúncio de acordo com as normas técnicas e de segurança, será expedido o Alvará de Aprovação para que o requerente possa proceder à licitação, nos termos da legislação vigente, visando contratar empresa responsável pela instalação do anúncio.

§ 2º - O requerente terá o prazo de 180 (cento e oitenta) dias, contados a partir da publicação do Alvará de Aprovação, para apresentar a empresa instaladora, sob pena de ser indeferido o pedido de licença do anúncio.

§ 3º - Após a apresentação da empresa instaladora será expedido o Alvará de Instalação de Anúncio.

Art. 54 - O pedido de licenciamento de anúncio especial será analisado pelo órgão responsável pelos aspectos de segurança, que emitirá parecer técnico.

§ 1º - Havendo parecer desfavorável, o pedido de licenciamento será indeferido.

§ 2º - Havendo parecer favorável e estando o anúncio de acordo com as normas técnicas, será expedido o Alvará de Instalação de Anúncio.

Art. 55 - O interessado terá o prazo de 90 (noventa) dias, contados a partir da data de expedição do Alvará de Instalação de Anúncio complexo ou especial, para comunicar ao órgão competente a instalação do anúncio e apresentar:

I - contrato com empresa de manutenção do anúncio, quando o seu proprietário não for a empresa instaladora, bem como o número de sua inscrição junto ao Conselho Regional de Engenharia, Arquitetura e Agronomia - CREA e junto ao Cadastro de Empresas de Publicidade Exterior - CADEPEX;

II - fotografia datada caracterizando perfeitamente o anúncio;

III - apresentação da apólice de seguro do anúncio;

IV - outros documentos que vierem a ser especificados por ato do Executivo.

Parágrafo único - O não-atendimento ao disposto neste artigo, no prazo estabelecido, implicará na caducidade do Alvará de Instalação de Anúncio, propiciando o seu cancelamento e o indeferimento do pedido de licença.

Art. 56 - Verificado, pelo órgão competente, que o anúncio se encontra instalado em conformidade com o Alvará de Instalação de Anúncio complexo ou especial, o pedido de autorização será deferido e expedida a licença do anúncio.

Art. 57 - O despacho de indeferimento de pedido de autorização de anúncio deverá ser devidamente fundamentado.

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

Art. 58 - 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 em Diário Oficial do Município.

§ 1º - Os pedidos de reconsideração de despacho ou de recurso não terão efeito suspensivo, salvo no caso de instalação de anúncio previsto no artigo 59.

§ 2º - O despacho da autoridade da última instância de recurso, bem como o decurso do prazo recursal, encerram definitivamente a instância administrativa.

Art. 59 - O Poder Público Municipal deverá observar os seguintes prazos na tramitação dos pedidos de autorização:

I - 30 (trinta) dias para deferir ou indeferir o pedido de autorização para anúncio simples, contados a partir da data do seu protocolamento;

II - 45 (quarenta e cinco) dias para expedir o Alvará de Instalação de Anúncio ou indeferir o pedido de autorização para anúncio complexo ou especial, contados a partir da data do seu protocolamento;

III - 30 (trinta) dias para deferir ou indeferir o pedido de autorização para anúncio complexo ou especial, contados a partir da data em que o interessado comunicar a instalação do anúncio de acordo com o Alvará de Instalação expedido, nos termos do artigo 55.

§ 1º - O curso dos prazos previstos neste artigo ficará suspenso durante a pendência do atendimento, pelo interessado, de exigências feitas em "comunique-se".

§ 2º - Decorridos os prazos estabelecidos nos incisos I e II deste artigo, o interessado deverá comunicar o órgão competente e, após 15 (quinze) dias desta comunicação, não havendo o indeferimento do pedido, poderá instalar o anúncio.

§ 3º - A instalação prevista no parágrafo anterior não exime o interessado de atender a todas as disposições desta lei e recluir, de imediato, a Taxa de Fiscalização de Anúncios - TFA.

§ 4º - Na situação prevista no artigo 59 o interessado fica isento das sanções previstas pela exibição de anúncio sem a devida licença ou Alvará de Instalação.

Art. 60 - Fica criado o Cadastro de Empresas de Publicidade Exterior - CADEPEX, destinado ao registro de pessoas jurídicas, cujo objeto social seja a venda, instalação, manutenção, locação, exibição ou exploração, por qualquer forma, ou seja responsável por comunicação visual exterior.

§ 1º - O Cadastro de Empresas de Publicidade Exterior - CADEPEX será implantado na Secretaria da Habitação e do Desenvolvimento Urbano - SEHAB.

§ 2º - Para requerer o cadastramento no Cadastro de Empresas de Publicidade Exterior - CADEPEX, a empresa interessada deverá apresentar:

a) cópia do contrato social, acompanhada da última alteração, se houver, que comprove sua atividade no ramo, com capital mínimo de R\$ 10.000,00 (dez mil reais);

b) prova de inscrição no Cadastro de Contribuintes Mobiliários - CCM no Município de São Paulo;

c) prova de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas - CNPJ;

d) prova de inscrição no Conselho Regional de Engenharia, Arquitetura e Agronomia - CREA;

e) cópia da Carteira do CREA de seu responsável técnico;

f) prova de regularidade do recolhimento do Fundo de Garantia por Tempo de Serviço - FGTS e do Programa de Integração Social - PIS;

g) prova de regularidade junto ao Instituto Nacional de Seguro Social - INSS;

h) declaração de quitação dos recolhimentos das contribuições para o sindicato patronal e prova de recolhimento da contribuição sindical dos empregados;

i) prova de recolhimento do Imposto sobre Serviço de Qualquer Natureza devido ao Município sede da empresa relativo ao mês anterior ao pedido de cadastramento ou o respectivo alvará de funcionamento ou instrumento equivalente, em se tratando de empresa nova.

S E G U E juntado nesta data, documento e papel para Informação, rubricado

sob folha nº

Em

(a)



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

Papel para informação, rubricado como folha n°

235 aug 234

do processo n° 01-406 de 20 02

(a) RGSNARI CURY ALVES DOS SANTOS
Assistente de Chefe Técnica

§ 3º - Caso o Município sede da empresa não preveja a exibição de publicidade entre os serviços sujeitos ao ISS, deverá o requerente anexar a listagem oficial comprobatória daquela isenção.

§ 4º - Os registros das empresas cadastradas terão validade de 01 (um) ano e deverão ser renovados, a pedido das próprias empresas, mediante a apresentação dos documentos relacionados no parágrafo 2º, devidamente atualizados.

I - Para renovação do CADEPEX de empresas instaladoras deverão ser apresentadas as declarações de dados técnicos que acompanham o licenciamento dos anúncios.

§ 5º - Serão automaticamente cancelados os registros que não forem renovados por mais de 02 (dois) anos consecutivos.

SEÇÃO II

DA RENOVAÇÃO DA LICENÇA DO ANÚNCIO

Art. 61 - A renovação da licença do anúncio será feita mediante simples declaração do interessado de que não houve alteração nas características constantes da autorização original e apresentação dos termos de responsabilidade na forma constante dos artigos 51 e 52, e do contrato de manutenção e apólice de seguro devidamente atualizados, quando for o caso.

Art. 62 - Qualquer alteração em anúncio ou na sua estrutura de sustentação implica na exigência de imediata solicitação de nova licença, exceto quanto à inserção de afixação prevista no parágrafo 6º do artigo 36.

Parágrafo único - Fica dispensada da exigência prevista neste artigo o anúncio constituído de quadro próprio destinado à afixação de mensagem trocada periodicamente, desde que não ocorram alterações na sua estrutura, forma ou dimensões.

SEÇÃO III

DO CANCELAMENTO DA LICENÇA DO ANÚNCIO

Art. 63 - A licença do anúncio será automaticamente extinta nos seguintes casos:

I - por solicitação do interessado, mediante requerimento padronizado;

II - na data de vencimento do prazo de sua validade, caso não haja pedido de renovação;

III - quando ocorrer alteração nas características do anúncio;

IV - quando ocorrer mudança de local de instalação de anúncio;

V - quando ocorrer alteração nas características do imóvel;

VI - quando ocorrer alteração no número do contribuinte do Imposto Predial e Territorial Urbano - IPTU, desde que por solicitação do contribuinte;

VII - quando ocorrer alteração no Cadastro de Contribuintes Mobiliários - CCM;

VIII - quando ocorrer o cancelamento da inscrição da empresa de manutenção no Cadastro de Empresas de Publicidade Exterior - CADEPEX, no caso de anúncio complexo ou de anúncio especial;

IX - quando o proprietário não apresentar contrato com nova empresa de manutenção, quando for solicitado;

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

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

XII - pela ocorrência do disposto nos incisos IX e X do artigo 10.

SEÇÃO IV

DO CADASTRO DE ANÚNCIOS - CADAN

Art. 64 - O licenciamento do anúncio implica no seu registro no Cadastro de Anúncios - CADAN, criado pela Lei n° 8.730, de 07 de junho de 1978.

§ 1º - O registro no Cadastro de Anúncios - CADAN poderá ser promovido de ofício.

§ 2º - Na hipótese do parágrafo anterior, o responsável pelo anúncio, ou o proprietário ou possuidor do imóvel onde este estiver instalado, será notificado a prestar as declarações e apresentar os documentos necessários previstos nesta lei.

§ 3º - O anúncio instalado em mobiliário ou equipamento urbano não dependerá de registro no CADAN, sujeitando-se ao que tenha ficado disposto no respectivo contrato de permissão ou concessão.

Art. 65 - O registro de ofício no Cadastro de Anúncios - CADAN não implica o reconhecimento da regularidade do anúncio.

Art. 66 - O anúncio deverá ser identificado através do número de seu Alvará de Instalação ou de sua licença, bem como do número de inscrição no Cadastro de Contribuintes Mobiliários - CCM, do proprietário do anúncio.

§ 1º - Os números da Autorização ou do Alvará de Instalação e do CCM poderão ser reproduzidos no anúncio através de pintura, adesivo, autocolante ou, ainda, ser incorporado ao anúncio como parte integrante de seu material e confecção, devendo sempre apresentar condições análogas às do próprio anúncio, no tocante à resistência e durabilidade.

§ 2º - Os números da Autorização ou do Alvará de Instalação e do CCM deverão estar em posição destacada em relação às outras mensagens que integram o conteúdo do anúncio.

§ 3º - Os anúncios instalados em cobertura de edificação ou em locais fora do alcance visual do pedestre deverão também ter os números da Autorização ou do Alvará de Instalação e do CCM afixados, permanentemente, no acesso principal da edificação ou do imóvel em que se encontrem, e mantidos em posição visível para o público, de forma destacada e separada de outros veículos de comunicação visual eventualmente afixados no local.

§ 4º - A inscrição dos números da Autorização ou do Alvará de Instalação e do CCM deverá oferecer perfeitas condições de legibilidade ao nível do pedestre, mesmo à distância, salvo nas hipóteses previstas no parágrafo anterior.

Art. 67 - Além da obrigatoriedade de identificação do anúncio, através da inscrição dos números da Autorização ou do Alvará de Instalação e do Cadastro de Contribuintes Mobiliários - CCM, o responsável pelo anúncio deverá manter, à disposição da fiscalização, 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 - TFA.

SEÇÃO V

DOS RESPONSÁVEIS PELO ANÚNCIO

Art. 68 - São solidariamente responsáveis pelo anúncio:

I - a empresa registrada no CADEPEX que tenha requerido a licença do anúncio;

II - o proprietário ou o possuidor do imóvel onde o anúncio estiver instalado;

III - o anunciante;

IV - as empresas concessionárias ou permissionárias de mobiliário e equipamento urbano.

§ 1º - A empresa instaladora é também solidariamente responsável pelos aspectos técnicos e de segurança de instalação de 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.

Art. 69 - As empresas que assinarem contratos de manutenção de anúncios de propriedade de terceiros se submetem aos seguintes procedimentos:

I - comunicar imediatamente à SEHAB no caso de rompimento do contrato de manutenção, ressaltando sua responsabilidade;

II - firmar contratos de manutenção que, assinados também pelo(s) engenheiro(s) responsável(eis) como garantidores pela sua efetividade, deverão relacionar o anúncio ou anúncios, seus tipos, dimensões e localizações, bem como seus números de alvará.

III - apresentar à SEHAB relatórios trimestrais assinados pelos engenheiros responsáveis relacionando todos os anúncios sob sua responsabilidade e as correspondentes vistorias;

IV - atender à intimação pela falta de manutenção do anúncio sob sua responsabilidade, sob pena de ter seu CADEPEX suspenso.

Parágrafo único - Ocorrendo a rescisão do contrato de manutenção, ou tendo sido suspenso o CADEPEX da empresa mantenedora, a SEHAB abrirá prazo de 15 (quinze) dias para a empresa proprietária do anúncio apresentar novo contrato.

SEÇÃO VI
DAS INSTÂNCIAS ADMINISTRATIVAS E
COMPETÊNCIAS

Art. 70 - Para apreciação e decisão da matéria tratada nesta lei, serão observadas as seguintes instâncias administrativas:

I - no âmbito da competência da Secretaria da Habitação e do Desenvolvimento Urbano - SEHAB:

- a) Diretor de Divisão Técnica;
- b) Diretor do Departamento Técnico;
- c) Secretário da Habitação e do Desenvolvimento Urbano;
- d) Comissão de Proteção à Paisagem Urbana - CPPU;
- e) Prefeito;

II - no âmbito da competência das Subprefeituras:

- a) Supervisor do Uso e Ocupação do Solo;
- b) Subprefeito;
- c) Secretário da Secretaria de Subprefeituras;
- d) Comissão de Proteção à Paisagem Urbana - CPPU;
- e) Prefeito.

Art. 71 - Compete à Secretaria da Habitação e do Desenvolvimento Urbano - SEHAB, para os fins desta lei:

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

II - cadastrar, inscrever e aprovar os anúncios no Cadastro de Anúncios - CADAN;

III - adotar os procedimentos para o cumprimento do disposto nesta lei;

IV - expedir atos normativos administrativos para fiel execução desta lei e de seu regulamento, decidindo e apreciando sobre a matéria pertinente, nos termos do artigo 70;

V - cadastrar as empresas de publicidade exterior.

Art. 72 - Compete à Comissão de Proteção à Paisagem - CPPU, para os fins desta lei:

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

II - apreciar os relatórios de gestão da paisagem urbana a serem anualmente apresentados pelas Subprefeituras, apresentando as recomendações que couberem;

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

IV - propor atos normativos sobre a ordenação dos anúncios, paisagem e meio ambiente;

V - expedir atos normativos administrativos para fiel execução desta lei e de seu regulamento, decidindo e apreciando sobre a matéria pertinente, nos termos do artigo 70.

Art. 73 - Compete às Subprefeituras:

I - receber a comunicação de colocação de anúncios transitórios, temporários e de anúncios infláveis, inclusive sob a forma de balão;

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

Art. 74 - 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 e outros aspectos conexos;

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

CAPÍTULO IV
DO PROCEDIMENTO LICENCIATÓRIO DAS INFRAÇÕES E
PENALIDADES

Art. 75- Para os fins desta lei, consideram-se infrações:

I - exibir anúncio:

- a) sem a necessária licença ou Alvará de Instalação;
- b) com dimensões maiores que as aprovadas;
- c) fora do prazo constante da licença ou do Alvará de Instalação;

II - manter o anúncio:

- a) em mau estado de conservação;

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

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

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

§ 1º - Para todos os efeitos desta lei, respondem solidariamente pela infração praticada o infrator e os responsáveis pelo anúncio nos termos do artigo 68.

§ 2º - O enquadramento previsto no inciso II deste artigo independe da regularidade do anúncio.

Art. 76 - A inobservância das disposições desta lei sujeita os infratores às seguintes penalidades:

I - responsáveis pelo anúncio:

- a) multa;
- b) cancelamento da autorização;
- c) remoção do anúncio;

II - empresas instaladoras e de manutenção:

- a) suspensão do registro no Cadastro de Empresas de Publicidade Exterior - CADEPEX por prazo não superior a 01 (um)

ano ou até ser sanada a irregularidade que a motivou, sob pena do cancelamento definitivo do registro.

Parágrafo único - Sem prejuízo das demais penalidades cabíveis, a Municipalidade comunicará ao órgão federal fiscalizador do exercício profissional qualquer irregularidade que envolver os responsáveis técnicos pelo anúncio ou as empresas de manutenção e instalação.

Art. 77 - Na aplicação da primeira multa, sem prejuízo das demais penalidades cabíveis, o infrator será intimado a regularizar o anúncio ou a removê-lo, quando for o caso, dentro dos seguintes prazos:

I - 30 (trinta) dias, no caso de anúncio especial;

II - 15 (quinze) dias, no caso dos demais anúncios;

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

§ 1º - Os prazos estabelecidos nos incisos I e II deste artigo poderão ser prorrogados uma única vez, por igual período, por motivo de força maior devidamente comprovado, mediante requerimento do interessado.

§ 2º - O Poder Público poderá interditar e providenciar a remoção imediata do anúncio em caso de risco iminente de segurança ou reincidência na prática de infração, não se responsabilizando por quaisquer danos causados ao anúncio, quando da remoção.

§ 3º - Nos demais casos, os responsáveis serão obrigados a remover o anúncio irregularmente instalado, sob pena da Municipalidade promover a sua imediata remoção após expirado o prazo fixado em segunda notificação ao responsável pelo anúncio para esta finalidade, sem que o mesmo tenha sido removido.

Art. 78 - As multas serão aplicadas da seguinte forma:

I - primeira multa correspondente a R\$ 1.000,00 (um mil reais) para anúncios com área até 10,00 m² (dez metros quadrados);

II - para cada metro quadrado que exceder a 10,00 m² (dez metros quadrados) será acrescido R\$ 50,00 (cinquenta reais);

III - persistindo a infração após a aplicação da primeira multa e da intimação de que trata o artigo 77, sem que sejam respeitados os prazos previstos, será aplicada uma multa correspondente ao dobro da primeira e re aplicada a cada 15 (quinze) dias a partir da lavratura da multa anterior, até a efetiva regularização ou remoção do anúncio.

§ 1º - No caso do anúncio apresentar risco iminente, a segunda multa, bem como as re aplicações subsequentes, se darão a cada 24 (vinte e quatro) horas a partir da lavratura da multa anterior.

S E G U E juntado nesta data, documento e papel para Informação, rubricado

sob folha nº

Em/...../.....

(a)



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

Papel para informação, rubricado como folha nº

236 de go 235

do processo nº 01-406

de 20 02

06/03/03

(a)

ROSAMARIA ALVES DOS SANTOS
Assistente de Chefia Técnica

TÍTULO IV DAS DISPOSIÇÕES FINAIS E TRANSITÓRIAS

Art. 79 - As licenças expedidas sob a vigência da legislação anterior terão sua validade respeitada.

§ 1º - Havendo mais de uma peça publicitária num mesmo lote terá a precedência o proprietário do anúncio cuja peça tenha a licença mais antiga em curso, e como segundo critério, o contrato de locação mais antigo do espaço junto ao proprietário ou possuidor do imóvel.

§ 2º - (VETADO)

I - (VETADO)

II - (VETADO)

III - (VETADO)

§ 3º - (VETADO)

Art. 80 - O Poder Executivo promoverá as medidas necessárias para viabilizar a aplicação, em sistema computadorizado, das normas desta lei.

Art. 81 - O Poder Executivo deverá fixar, por portaria, a padronização dos modelos de requerimentos e demais documentos necessários.

Art. 82 - Os pedidos de autorização e licença de anúncios protocolados anteriormente à data da publicação desta lei, serão analisados nos termos da legislação vigente à época.

Art. 83 - O Poder Executivo poderá celebrar termo de cooperação com a iniciativa privada, visando à execução e manutenção de melhorias urbanas, ambientais e paisagísticas, e à conservação de áreas públicas, 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 - Nos casos em que, em função da celebração de termo de cooperação, for permitida a instalação de publicidade em bens públicos municipais de uso comum, deverão ser observadas as normas desta lei e as disposições a serem estabelecidas em decreto do Executivo.

§ 3º - Os termos de cooperação previstos no parágrafo anterior terão prazo de validade de, no máximo, 03 (três) anos e deverão ser publicados na íntegra no Diário Oficial do Município, no prazo máximo de 30 (trinta) dias da sua assinatura.

Art. 84 - O Poder Público poderá firmar convênios com entidades de classe para a implantação de cadastros profissionais de empresas promotoras de eventos e do CADEPEX, ou outros que promovam a agilização da observância desta lei.

Art. 85 - Fazem parte integrante desta lei:

Anexo I - Locais para fins de adequação ao disposto nesta lei;

Anexo II - Anúncios Publicitários;

Anexo III - Anúncios Indicativos.

Art. 86 - O Poder Executivo regulamentará a presente lei no prazo de 180 (cento e oitenta) dias após sua publicação.

Art. 87 - A SMSP e/ou as Subprefeituras poderão celebrar contratos com empresas privadas, delegando as atividades previstas nesta lei, com vista a maior eficiência e transparência na fiscalização dos anúncios.

§ 1º - As empresas contratadas poderão prestar serviços de fiscalização durante o prazo estabelecido entre as partes, com ressarcimento dos recursos apropriados.

§ 2º - As empresas contratadas poderão prestar serviços de remoção de anúncios durante o prazo estabelecido entre as partes, com ressarcimento dos recursos apropriados.

§ 3º - Os recursos para a implementação das medidas deste artigo serão originários do Fundo Municipal de Melhoria da Paisagem.

Art. 88 - As despesas com a execução desta lei correrão por conta das dotações orçamentárias próprias.

Art. 89 - (VETADO)

Art. 90 - (VETADO)

Art. 91 - Esta lei entrará em vigor na data de sua publicação, revogadas as disposições em contrário, em especial, as Leis nº 12.115, de 28 de junho de 1996, nº 12.513, de 05 de novembro de 1997, nº 12.515, de 1997 e nº 13.100, de 08 de dezembro de 2000.

PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE SÃO PAULO, aos 28 de fevereiro de 2003, 450ª da fundação de São Paulo.

MARTA SUPLICY, PREFEITA

LUIZ TARCISIO TEIXEIRA FERREIRA, Secretário dos Negócios Jurídicos

JOÃO SAYAD, Secretário de Finanças e Desenvolvimento Econômico

CELSO FRATESCHI, Secretário Municipal de Cultura

ANTONIO DONATO MADORMO, Secretário Municipal das Subprefeituras

LUIZ PAULO TEIXEIRA FERREIRA, Secretário da Habitação e Desenvolvimento Urbano

Publicada na Secretaria do Governo Municipal, em 28 de fevereiro de 2003.

RUI GOETHE DA COSTA FALCÃO, Secretário do Governo Municipal

(OBS: No texto aprovado pelo Legislativo não figuram o artigo 14 e o § 4º do artigo 26)."

Anexos I, II e III integrantes da Lei nº 13.525, de 28 de fevereiro de 2003

Anexo I

Relação de vias

1. Av. Giovanni Gronchi
2. Av. Águas Espraiadas
3. Rua Pamplona
4. Av. Roque Petroni / Av. Prof. Vicente Rao
5. Av. Ver. João de Luca / Av. Cupecê
6. Marginal Pinheiros - Sentido Cebolão
7. Marginal Pinheiros - Sentido Interlagos
8. Av. do Estado / Av. Francisco Mesquita
9. Av. Ermano Marchetti / Marques de S. Vicente / Nicolas Böer / Faustolo
10. Av. 9 de Julho / Av. Cidade Jardim
11. Av. Tiradentes / Av. Santos Dumont / Av. Voluntários da Pátria / Av. Santa Inês
12. Av. Rangel Pestana / Av. Celso Garcia
13. Av. Salim F. Maluf / Av. Ver. Abel Ferreira / Av. Pres. Dutra
14. Av. 23 de Maio / Av. Rubem Berta / Av. Moreira Guimarães
15. Av. Cruzeiro do Sul / Zaki Narchi / Av. Dumont Villares
16. Av. Pompéia / Av. Caetano Álvares / Av. Braz Leme / Av. Iimirim
17. Av. Interlagos / v. Sem. Teotônio Vilela
18. Av. Guarapiranga / Av. Robert Kennedy / Av. Rio Bonito / Av. Washington Luís
19. Av. Corifeu de A. Marques / Av. Vital Brasil / Av. Alvaranga
20. Rua da Consolação / Av. Rebouças / Av. Eusébio Matoso / Av. Francisco Morato
21. Av. Casa Verde / Av. Ordem e Progresso / Av. Alfredo Pujol / R. Hélio de Barros
22. Av. Inajar de Souza / Nossa Senhora do Ó / Av. Dep. Emilio Carlos
23. Av. Alcântara Machado / Rua Melo Freire / Av. Conde de Frontim
24. Av. Amador Bueno da Veiga / Av. São Miguel
25. Av. Eng. Oscar Americano / Av. Morumbi / Av. Padre Lebre
26. Av. Ibirapuera / Av. Ver. José Diniz / Av. Adolfo Pinheiro / Antônio de Macedo Soares
27. Av. Valdemar Ferreira / Rua Sapetuba / Três Poderes / Rod. Raposo Tavares
28. Av. Dr. Arnaldo / Rua Heitor Penteado / Rua Cerro Corá /

Rua Aurélio

29. Av. Nova Cantareira / Doutor Zuqim / Maria Amália Lopes de Oliveira
30. Av. Otto Baumgart / Rua Maria Cândida / Rua Chico Pontes
31. Av. Aricanduva / Av. Assis Ribeiro / Via Parque / Rod. Fernão Dias
32. Av. João XXIII / Av. Itaquerá
33. Av. Domingos de Moraes / Av. Jabaquara / Av. Armando de Arruda Pereira
34. Av. Liberdade / Rua Vergueiro
35. Av. Brasil / Rua Henrique Schauman / Av. Paulo VI / Av. Sumaré / Av. Antártica
36. Av. Eliseu de Almeida / Pça. Aureliano Pimentel / Av. Pirajussara / Av. Mal. Hastinfilo de Moura / Estr. Campo Limpo
37. Marginal Tietê - Sentido Lapa
38. Marginal Tietê - Sentido Penha
39. Av. Abraão de Moraes / Av. Ricardo Jafet / Av. Dom Pedro I / Av. do Cursino / Av. Gentil de Moura
40. Av. Prof. Luís Inácio de Anhaia Melo
41. Av. Faria Lima / Largo da Batata / Hêlio Pelegrino
42. Av. República do Líbano / Av. Indianópolis
43. Av. Pedrosa de Moraes / Prof. Fonseca Rodrigues / Gastão Vidigal
44. Av. Tancredo Neves / Via Anchieta / Av. Padre Arlindo Vieira
45. Av. Juntas Provisórias / Av. Almirante Delamare
46. Av. dos Bandeirantes / Av. Luís Carlos Berrini / Rua Funchal
47. Av. Santo Amaro / Av. João Dias / Estr. Itapeverica / Rua Henri Dunant
48. Rua Estela / Rua Nicolau de Souza Queiroz / Av. Lins de Vasconcelos
49. Rua Maestro Cardim / Rua 13 de Maio / Rua Manoel Dutra / Av. Brigadeiro Luís Antônio / Av. Mal. Stenio de Albuquerque
50. Av. Paulista / Al. Santos / Av. Bernardino de Campos
51. Av. Jorge João Saad / Av. Maria Coelho de Aguiar
52. Av. Prestes Maia / Al. Glete / Av. São João / Elevado Costa e Silva / Av. Francisco Matarazzo / Rua Ministro Godói
53. Rua Amaral Gurgel / Rua Álvaro de Carvalho / Rua Augusta / Rua Santo Antônio / Acesso ao Viaduto D. Paulina / Rua Asdrúbal do Nascimento
54. Av. Escola Politécnica / Av. Queiroz Filho / Av. Jaguaré / v. Presidente Altino / Rua Francisco Ferrari
55. Av. Ascendino Reis / Rua Sena Madureira
56. Av. Raimundo Pereira de Magalhães / Rod. Bandeirantes

Anexo II - Anúncios Publicitários:

Vias Estruturais	ALIE e INE			Empensa		Cobertura **	
	H mín (m)	H máx (m)	COTA	Rareficação (m) - (1)	Hed	Hed	H do anúncio
N1	3,00	6,00	3	9,00	20	20	1+1/4Hed
N2	3,00	6,00	3	9,00	20	20	1+1/4Hed
N3	3,00	6,00	3	9,00	20	20	1+1/4Hed
*Coletores	3,00	6,00	3	9,00	20	20	1+1/4Hed

(1) Os anúncios televisivos não se enquadram na rareficação proposta devendo entretanto ser respeitadas a rareficação de 350 metros entre anúncios deste tipo, instalados na mesma visibilidade e no mesmo fuso da via.

* Conforme condições de utilização previstas no artigo 11º inciso XV

** Altura do anúncio limitada a 12 metros para prédios acima de 15 metros.

OBS.: ALIE: Área Livre do imóvel edificado / INE: Imóvel não edificado

ANEXO III - ANÚNCIOS INDICATIVOS

VIAS ESTRUTURAIS	FACHADA				ALIE E INE		QUOTA
	PARALELO		PERPENDICULAR		Hmin.	Hmax	
	Hmin.	Hmax	Hmin.	Hmax			
N1	2,20	6,0	2,80	6,0	—	6,0	2,0
N2 / N3	2,20	6,0	2,80	6,0	—	6,0	2,0
COLETORAS	2,20	6,0	2,80	6,0	—	6,0	1,0
LOCAIS	2,20	6,0	2,80	6,0	-	6,0	1,0
ENVOLTÓRIAS (1)	2,20	6,0	2,80	6,0	—		0,8

(1) - Quando em área livre, apenas em muro ou anteparo vertical.

Publicado no DIÁRIO OFICIAL

de 1º / 03 / 2003

página 04/04 coluna 1ª/segunda

Conferido: _____

S E G U E juntado nesta data, documento e papel para informação, rubricado

sob folha nº

Em

(a)



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

Papel para informação, rubricado como folha nº

237, diga 236

do processo nº

01-406

de 20

02

06/03/03

(a)

ROSAMARI CURY ALVES DOS SANTOS
Assistente de Chefe Técnica

À

ATM

Sr. Assessor Chefe,

Encaminho o presente tendo em vista o VETO PARCIAL
aposto ao mesmo.

Em, 06.03.2003.

ORLANDO KOCI MENDES
Chefe de Seção Técnica IV Substituto

S E G U E juntado nesta data, documento e papel para informação, rubricado
sob folha nº 234 a 250

Em 10 / 3 / 03

(a) Solano, Silvana dos Santos
Assistente Téc. Direção IV
R# 10.001



GABINETE DA PREFEITA

Prefeitura do Município de São Paulo
Soraya Ratinho dos Santos
Assistente Téc. Direção IV
RF 10.801

São Paulo, 5 de MARÇO de 2003

Ofício A. J. L. n°

089/03

LIDO HOJE
AS COMISSÕES DE:
Constituição e Justiça
Política Urb. Metrop. e M. Amb.
Administração Pública
Indústria, Transp. e Comércio
Senhor Presidente

RECEBIDO NA A. T. M.
Em 05/03/03
às 18:18 horas. MJ

Maria José de Oliveira
Assistente de Chefia Técnica
Registro 10.940

15 - DOCREC
15-0105/2003

ACEITO O VETO
21 FEV 2007
PRESIDENTE

Tenho a honra de acusar o recebimento do Ofício nº 18/Leg.3/0020/2003, com o qual Vossa Excelência encaminhou à sanção cópia autêntica de lei decretada por essa Egrégia Câmara, em sessão de 30 de janeiro de 2003, relativa ao Projeto de Lei nº 406/02.

De autoria da nobre Vereadora Myryam Athie, o projeto dispõe sobre a ordenação de anúncios na paisagem do Município de São Paulo.

Sem embargo dos meritórios propósitos que nortearam sua ilustre autora, impõe-se veto parcial ao texto aprovado, incindindo sobre o inteiro teor dos seguintes dispositivos, por inconstitucionalidade, ilegalidade e contrariedade ao interesse público, nos termos das razões adiante expostas:

- os incisos XVI e XXIV do artigo 8º;
- o inciso XI do artigo 10;

Seção de Publicação e Edição de Anais - DT-10
05 MAR 2003
18:25 AA

Folha n.º	238	de prod.
n.º	9-406	n.º 12

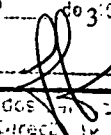
Solange Rainone dos Santos
Assistente Téc. Direção IV
RF 10.801

- a alínea "b" do inciso XV do artigo 11;
- o § 2º do artigo 13;
- o § 3º, respectivos incisos I, II, III, IV, V e VI, e os §§ 5º e 6º, I, todos do artigo 26;
- os §§ 1º, 2º e 3º do artigo 29;
- o "caput" e os §§ 1º, 2º, 3º, 4º e 5º do artigo 31;
- o artigo 45;
- o "caput" e os incisos I, II, III, IV, V e VI do artigo 46;
- o artigo 47;
- o "caput" e o parágrafo único do artigo 48;
- o "caput", respectivos incisos I, II, III, IV, V e VI e o parágrafo único do artigo 50;
- o "caput" e respectivos incisos I, II, III, IV, V e VI do artigo 51;
- o "caput" e respectivos incisos I, II, III e IV do artigo 52;
- o § 2º e respectivos incisos I, II e III, e o § 3º do artigo 79;
- os artigos 89 e 90.

Inicialmente, cumpre assinalar que os incisos XVI e XXIV do artigo 8º da mensagem aprovada, os quais definem, respectivamente, o envelopamento e o lote lindeiro, incorrem em evidente ilegalidade e contrariedade ao interesse público.

Não obstante o inciso XVI conceitue o "envelopamento publicitário", tal modalidade de publicidade não é permitida por esta lei. A par disso, o envelopamento contraria o artigo 91 da Lei nº 13.430, de 13 de setembro de 2002, que institui o Plano Diretor Estratégico, na medida em que não proporciona o equilíbrio visual entre os diversos elementos que compõem a



Folha n.º	239	de proc.
n.º	9 - 406	do 3.º 02
		
Assessoria Técnica, Direção de		
RF 10.001		

paisagem urbana, prejudicando sua qualidade visual e ambiental, como mais adiante restará demonstrado nas razões de veto aos §§ 3º, 5º e 6º do artigo 26 do texto aprovado.

Já o inciso XXIV, por disciplinar a mesma matéria definida no inciso XXIII do mesmo artigo, em cuja conceituação acha-se ínsita a de lote lindeiro, afigura-se absolutamente desnecessário e até prejudicial à aplicação da lei por gerar dúvidas em sua interpretação.

Na definição contemplada no referido inciso XXIII, lote “é a parcela de terreno contida em uma quadra, resultante de loteamento, desmembramento ou desdobro e com pelo menos uma divisa lindeira a logradouro público”. A única diferença entre essa definição e aquela constante do inciso XXIV reside no acréscimo da expressão “relacionado nesta lei como N1, N2, N3”, que diz respeito às vias públicas assim classificadas no Plano Diretor Estratégico (Lei nº 13.430/02), as quais já são abrangidas pelo conceito de logradouro público contido no inciso XXIII.

Portanto, não há razão que justifique a distinção entre lote e lote lindeiro para fins de aplicação desta lei, observando-se que o inciso XXIV do artigo 8º não só desatende ao interesse público, como também padece de ilegalidade, por transgredir o “caput” do artigo 11 da Lei Complementar Federal nº 95/98, por falta de clareza, precisão e ordem lógica, quando cotejado com o inciso XXIII.

Também o inciso XI do artigo 10 reveste-se de ilegalidade e contrariedade ao interesse público, posto que permite ampliar a área dos anúncios em locais onde atualmente há maiores restrições.



Folha nº 340 de prod.
n.º 01-406 de 02
4
Solange Rainone dos Santos
Assistente Téc. Direção IV
RF 10.801

Isso porque tal dispositivo possibilita que, quando houver anúncios indicativos e publicitários no mesmo lote, se estenda a cota para 4 em todas as vias públicas estruturais do Município (N1, N2 e N3), sendo 2 para anúncios indicativos e 2 para anúncios publicitários.

No momento, a cota 4 só é permitida em algumas poucas zonas de uso — centro, centros de bairro e zonas industriais — não consultando ao interesse público sua ampliação para toda a cidade. Note-se que essa possibilidade revela-se mais perniciosa ao considerar-se que o texto aprovado não contém preceito fixando área máxima para cada anúncio, diversamente da Lei nº 12.115, de 28 de junho de 1996.

Com isso, restam prejudicados a qualidade ambiental do espaço público, a leitura e a apreensão da paisagem e de seus elementos constitutivos pelo cidadão e o equilíbrio visual entre tais elementos, com evidente infringência ao artigo 91 da Lei nº 13.430/02, a recomendar o veto ao inciso XI do artigo 10.

O mesmo se aplica à alínea “b” do inciso XV do artigo 11. Considerando-se a maior liberalidade presente no texto vindo à sanção, quanto aos tamanhos e altura das peças publicitárias, estender-se a permissão para sua instalação em lotes que não sejam lindeiros a vias públicas estruturais (N1, N2 e N3) afronta os objetivos e diretrizes da política municipal da paisagem urbana, contemplados nos artigos 91 e 92 da Lei do Plano Diretor Estratégico.

É oportuno lembrar que a face de exposição ou de visibilidade das peças publicitárias deve estar voltada apenas e diretamente para as vias públicas integrantes do sistema viário estrutural do Município, sendo vedada sua instalação em vias públicas coletoras e locais.



Folha n.º	241	de proc.
n.º	01-406	de 51/02

Solange Rainone dos Santos
Assistente Téc. Direção IV
RF 10.801

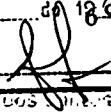
Nesse sentido, permitir a instalação de peças publicitárias em vias coletoras e locais até a distância máxima de 120 (cento e vinte) metros, contados a partir do alinhamento de via estrutural classificada como N1, N2 e N3, implica autorizar que a publicidade invada áreas que dela devem permanecer preservadas.

Por conseguinte, se mantida a norma prevista na alínea "b" do inciso XV do artigo 11, as áreas preservadas de anúncios publicitários serão reduzidas ao mínimo, limitando-se a pequenas ilhas dentro do tecido urbano, o que resulta em sério agravamento das condições de poluição visual para o conjunto da cidade e, conseqüentemente, em afronta à Lei do Plano Diretor Estratégico e ao interesse público.

Quanto ao § 2º do artigo 13, é imperioso salientar que o anúncio em bens de valor cultural ou em sua área envoltória deve, obrigatoriamente, respeitar a legislação específica que protege tais bens e sua visibilidade.

O artigo 18 do Decreto-lei Federal nº 25, de 30 de novembro de 1937, ainda em vigor, o qual organiza a proteção do patrimônio histórico e artístico nacional, estabelece que "sem prévia autorização do Serviço do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional, não se poderá, na vizinhança de coisa tombada, fazer construção que lhe impeça ou reduza a visibilidade, nem nela colocar anúncios ou cartazes, sob pena de ser mandada destruir a obra ou retirar o objeto, impondo-se neste caso a multa de cinquenta por cento do valor do mesmo objeto".



Folha n.º	242	de pros.
n.º	01-406	de 1802
		
Assistente Téc. Direção I		
RF 10.801		

Como se vê, a determinação acima transcrita proíbe que se prejudique a visibilidade do bem de valor cultural mediante quaisquer intervenções em sua área envoltória que impeçam ou reduzam tal visibilidade.

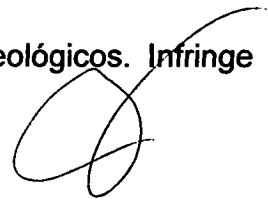
Trata-se, pois, de norma proibitiva que, além de não comportar regulamentação, não pode ser desrespeitada nem mesmo na hipótese de eventual omissão do Poder Público diante de pedido de autorização para instalação de anúncio ou cartaz em sua área envoltória.

Ressalte-se que a previsão normativa contida no § 2º do artigo 13 da mensagem aprovada visa a autorizar a instalação de anúncio em bens tombados, em áreas tombadas e áreas envoltórias, independentemente de manifestação do CONPRESP, caso o Executivo Municipal não publique a lista dos bens tombados e a descrição dos respectivos perímetros envoltórios e visuais no prazo de 180 dias, a partir da publicação desta lei.

Indiscutivelmente, não se pode transmutar uma proibição legal em permissão pelo simples fato de o Poder Público, eventualmente, não publicar a listagem referida no § 1º do mesmo dispositivo.

Ademais, o disposto no § 2º do artigo 13 contraria a regra constante do inciso I do artigo 12 da própria lei, que, expressamente proíbe a colocação de anúncio na paisagem que oblitere, mesmo que parcialmente, a visibilidade de bens tombados, carecendo, portanto, de fundamento legal.

Finalmente, a norma inserida no § 2º do artigo 13 configura clara violação ao disposto no artigo 192 da Lei Maior Local, que estabelece caber ao Município a adoção de medidas de preservação das manifestações e dos bens de valor histórico, artístico e cultural, bem como das paisagens naturais e construídas, notáveis e dos sítios arqueológicos. Infringe



também o inciso XII do artigo 2º da Lei Federal nº 10.257, de 10 de julho de 2001 (Estatuto da Cidade), o qual define a proteção, a preservação e a recuperação do patrimônio cultural como uma das diretrizes de cumprimento obrigatório pelo Município, merecendo veto por ilegalidade e ofensa ao interesse público.

No tocante aos §§ 3º, incisos I, II, III, IV, V e VI, 5º e 6º do artigo 26, é mister frisar, consoante observado anteriormente, que o “envelopamento” publicitário de edifícios em obras paralisadas ou não, mediante anúncio publicitário, por meio de telas de proteção, lonas de recobrimento de andaimes ou outro material, em qualquer ponto da cidade onde estejam em fase de construção, sem nenhuma restrição, contribui, indubitavelmente, para a poluição visual e prejudica o equilíbrio visual entre os diversos elementos componentes da paisagem urbana, infringindo o artigo 91 da Lei nº 13.430/02.

Note-se que o envelopamento publicitário foi utilizado nesta propositura como regra geral, em ampla liberalidade, e não em caráter excepcional, em limitadíssimas hipóteses, o que agrava a ilegalidade e a ofensa ao interesse público e à Lei do Plano Diretor Estratégico que maculam os §§ 3º, 5º e 6º do artigo 26.

No que respeita aos §§ 1º, 2º e 3º do artigo 29, é imperioso destacar que suas disposições acham-se em desacordo com as regras previstas na lei municipal que dispõe sobre a outorga de concessão para criação, desenvolvimento, fabricação, fornecimento, instalação, manutenção, conservação e exploração publicitária do mobiliário urbano, consubstanciada na Lei nº 13.517, de 29 de janeiro de 2003.

No tocante ao § 1º do artigo 29, verifica-se que os elementos do mobiliário urbano não só estão arrolados no artigo 2º do

Folha n.º	249	da proc.
n.º	01-406	de 02
		
Solange Ramalho dos Santos		
Assistente Téc. Direção IV		
RF 10.801		

supracitado diploma legal, como também se acham identificados no artigo 30 do texto vindo à sanção, não sendo, pois, passíveis de nova definição no edital do certame licitatório.

O mesmo se aplica ao § 2º do artigo 29, que remete ao edital licitatório a fixação do prazo das concessões e de eventuais prorrogações, em frontal divergência com o comando contido no artigo 5º da Lei nº 13.517/03, que estabelece o prazo máximo de 20 (vinte) anos para sua outorga, facultada ao edital apenas a possibilidade de estipulação de prazos menores.

Já o § 3º do artigo 29 alberga disposição que, além de alheia à matéria relativa aos anúncios, vez que pretende disciplinar o próprio regime jurídico e contratual das concessões de mobiliário urbano, afigura-se despicienda, pois é óbvio que o mobiliário urbano que tenha sido normatizado por lei específica a ela está submetido enquanto não for revogada.

Por outro lado, tal dispositivo é desprovido da necessária clareza e precisão, eis que não esclarece a que leis específicas se refere, deixando de observar a norma constante do "caput" do artigo 11 da Lei Complementar Federal nº 95/98.

Aliás, a exemplo dos parágrafos que o antecedem, o § 3º do artigo 29 desatende ao interesse público e incorre em ilegalidade, por conferir a questões já adequadamente disciplinadas por normas específicas tratamento em flagrante descompasso com estas, ensejando dúvidas em sua interpretação, o que caracteriza transgressão ao disposto no inciso IV do artigo 7º da lei complementar federal acima mencionada.

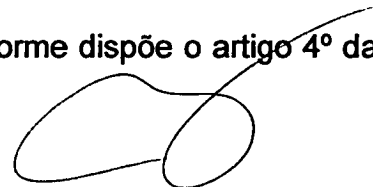


Igualmente, o "caput" e os §§ 1º, 2º, 3º, 4º e 5º do artigo 31 versam sobre a matéria objeto da Lei nº 13.517/03, imprimindo, porém, ao assunto disciplina normativa em desacordo com a referida lei municipal:

O § 1º do artigo 31 contempla assunto de conteúdo estranho ao da propositura, pois não diz respeito a anúncios na paisagem municipal, sendo passível de tratamento mais adequado no respectivo edital de licitação. Ademais, dispõe sobre assunto já regulado no inciso V do artigo 28 da Lei Federal nº 8.666, de 21 de junho de 1993, o qual exige que a empresa estrangeira obtenha autorização do Governo Federal, mediante decreto, para operar no Brasil e apresente ato de registro ou autorização para funcionamento expedido pelo órgão competente, quando a atividade assim o exigir.

Igualmente, a questão inserida no § 2º do artigo 31, embora disciplinada no inciso II do artigo 31 da Lei Federal nº 8.666/93, ao impor restrição à participação de empresas inadimplentes ou que não tenham cumprido contratos anteriores, diverge da norma constante do inciso IV do artigo 87 da citada lei federal, segundo a qual apenas as empresas que tenham sofrido a penalidade de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração Pública estão impedidas de participar do certame licitatório, enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição.

Quanto ao § 3º do artigo 31, releva observar que o enquadramento estético de anúncio em mobiliário urbano obedece, primeiramente, às características específicas dos elementos do mobiliário a serem concebidos, projetados e fabricados de acordo com os termos estabelecidos no edital de licitação e no contrato, conforme dispõe o artigo 4º da Lei Municipal nº 13.517/03.



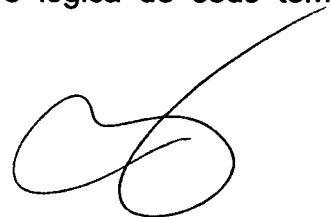
Forma n.º 246 da proc.
n.º 01-406 10 02
Solange Raimone dos Santos
Assistente Téc. Direção IV
RF 10.801

Por sua vez, as proibições veiculadas nos §§ 4º e 5º do mesmo artigo 31 padecem de inconstitucionalidade, por infringência aos princípios constitucionais da isonomia, da livre iniciativa e da livre concorrência, consagrados, respectivamente, nos artigos 5º, “caput”, 1º, inciso IV, e 170, “caput” e inciso IV, todos da Constituição Federal, caracterizando inadmissível discriminação às empresas às quais se referem, sem qualquer benefício para o interesse público.

Além disso, a restrição introduzida no § 5º do artigo 31 não convém ao interesse público, para o qual o que importa é a correspondência entre os preços das locações dos espaços publicitários e os de mercado. Em caso de comportamento lesivo ao interesse público, serão aplicadas as sanções previstas na legislação pertinente, no edital e na licitação.

Como se vê, o artigo 31 incide em manifesta ilegalidade, por versar sobre questões já disciplinadas quer na Lei Federal nº 8.666/93, quer na Lei Municipal nº 13.517/03, desatendendo aos incisos II e IV do artigo 7º da Lei Complementar Federal nº 95/98, a par de ferir o interesse público.

No que concerne ao artigo 45, que limita a responsabilidade pela utilização do espaço público exclusivamente às empresas de promoção e divulgação, impende ressaltar sua evidente contrariedade ao interesse público, haja vista que exclui a responsabilidade de quaisquer outras pessoas físicas ou jurídicas que não aquelas que menciona, incorrendo, ainda, em ilegalidade, por inobservância ao “caput” do artigo 11 da Lei Complementar Federal nº 95/98, ante a falta de clareza, precisão e lógica de seus termos genéricos.



Folha n.º	247	de pres.
n.º	01-406	da 12-02
Sorange Raimundo dos Santos Assistente Téc. Direção IV RF 10.801		

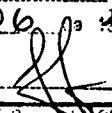
Com relação ao inteiro teor dos artigos 46, 47, 48, 50, 51 e 52 da mensagem aprovada, é patente que tais dispositivos dizem respeito à organização administrativa e serviços públicos, bem como envolvem assunto de típica gestão administrativa, além de criar atribuições para órgãos municipais, impondo-lhes normas e procedimentos de natureza administrativa, o que é vedado ao Legislativo por expressa disposição legal.

Com efeito, "ex vi" do disposto no inciso IV do § 2º do artigo 37 e no inciso XVI do artigo 69, ambos da Lei Orgânica do Município de São Paulo, as normas que tratam de organização administrativa e serviços públicos são de iniciativa privativa do Prefeito, a quem compete igualmente a gestão e a administração dos bens municipais, nos termos dos artigos 70, incisos VI e XIV, e 111, do mesmo diploma legal.

Destarte os dispositivos ora vetados, indiscutivelmente, extrapolam as atribuições do Legislativo e invadem a esfera de competências específicas do Executivo, configurando afronta ao princípio constitucional da independência e harmonia entre os Poderes, insculpido no artigo 2º da Carta Magna e reproduzido no artigo 6º da Lei Maior Municipal.

Demais disso, a especificação de procedimentos administrativos, de guias de recolhimento e de documentos a serem apresentados pelos interessados constitui claramente matéria regulamentar a ser disciplinada mediante decreto, o que demonstra a inadequação do tratamento imprimido pelo texto aprovado.

No que concerne aos §§ 2º e 3º do artigo 79, suas disposições desatendem ao interesse público, posto que os prazos neles estabelecidos afiguram-se excessivamente longos para a adequação dos

Folha n.º	278	de	preo.
n.º	01 - 406	da	22 02
			
Sorângé Kainone dos Santos			
Assistente Téc. Direção IV			
RF 10.801			

anúncios publicitários à nova legislação que, ao entrar em vigor, deve ser prontamente aplicada, cabendo ao Poder Executivo, mediante decreto, definir normas que permitam sanar eventuais dificuldades operacionais para essa finalidade, durante a fase inicial de sua vigência.

Finalmente, é nítida a ilegalidade que recai sobre os artigos 89 e 90, segundo os quais ficam mantidas as disposições de diversos decretos municipais, resultando, portanto, inequívoca a impossibilidade de sua modificação ou revogação pelo Executivo mediante novos decretos, o que constitui indevida ingerência em suas competências, previstas nos artigos 69, inciso III e 70, inciso XIII, ambos da Lei Orgânica do Município de São Paulo, bem como ofensa ao princípio constitucional da independência e harmonia entre os Poderes.

Vale lembrar que decreto é ato normativo da competência exclusiva da Chefia do Executivo, a quem incumbe deliberar sobre sua alteração ou revogação.

Aliás, cabe destacar a impropriedade técnico-legislativa da redação do artigo 89, que acaba por contrariar aquela constante do artigo 90, na medida em que este mantém, independentemente da nova regulamentação mencionada no artigo 89, o Decreto nº 33.394/93, sendo patente o conflito entre as duas disposições, a configurar também ilegalidade, por inobservância ao “caput” do artigo 11 da lei Complementar Federal nº 95/98.

Por conseguinte, diante das razões acima expostas, que evidenciam a inconstitucionalidade, a ilegalidade e a contrariedade ao interesse público de que se revestem os dispositivos inicialmente arrolados, vejo-me compelida a vetá-los em seu inteiro teor, com fulcro no § 1º do artigo 42 da

Folha n.º	249	do proc.
n.º	01-406	13-02

Solange Raimone dos Santos
Assistente Téc. Direção IV
RF 10.801

Lei Orgânica do Município de São Paulo, não podendo deixar de assinalar que no texto vindo à sanção estão ausentes o artigo 14 e o § 4º do artigo 26, dentre várias outras imperfeições nele constatadas.

Devolvendo, pois, o assunto à apreciação dessa Egrégia Câmara, valho-me da oportunidade para reiterar a Vossa Excelência protestos de elevado apreço e distinta consideração.


MARTA SUPLICY
Prefeita

Ao Excelentíssimo
Senhor ARSELINO TATTO
Presidente da Câmara Municipal de São Paulo


JAM/MRCPS/sff/rmn
Veto 406-02



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

Papel para informação, rubricado como folha nº

230 ✓

do processo nº 01 - 406 de 20 02 10/3/03

(a)

Solange Rêgo dos Santos
Assistente Tec. Direção IV
RF 10.801

Às Comissões de Constituição e Justiça, de Política Urbana, Metropolitana e Meio Ambiente, de Administração Pública e de Trânsito, Transporte e Atividade Econômica:

Para Parecer Conjunto quanto ao Veto Parcial.

10/3/03


BRENO GANDELMAN
Assessor Tec. Legislat. Chefe
ATM

Recebido na Comissão de
Constituição e Justiça
Em 11.3.03 às 12 h


FÁBIO DE CASTRO PAIVA
Secretário

WAD+IMVTRAN

Ao Nobre Vereador: ~~ASSASSINADO~~
para relatar:

Sol. Comissão de Constituição e Justiça
Em 21 de MARÇO de 2003

Presidente

SE GUE... junta... nesta data, ... documento ... e papel para informação, rubricado ...
sob folha ... nº ...

Em

13.08.03
Carlos Roberto da Silva
Secretário

(a)

11.130



Câmara Municipal de São Paulo

DEPARTAMENTO TÉCNICO DE TAQUIGRAFIA DT-10

Folha nº 25177 do
Processo 406/02
Carlos Roberto Silva
Reg. 11130

COMISSÃO DE POLÍTICA URBANA, METROPOLITANA E MEIO AMBIENTE

SEN REVISAO
TAQUIGRAFIA

PRESIDENTE: JOSÉ OLÍMPIO

PL 406/02

AUDIÊNCIA PÚBLICA REALIZADA NA CÂMARA MUNICIPAL DE
SÃO PAULO EM 30 DE JANEIRO DE 2003.

JUST

5929

A Comissão de Constituição e Justiça.

08-05-03

Maria Tereza Affonso da Silva
MARIA TEREZA AFFONSO DA SILVA

Secretaria da Comissão de Política Urbana,
Metropolitana e Meio Ambiente

Recebido na
Comissão de
Constituição e Justiça
Em 06/05/03 às 16:07h

Carlos Roberto da Silva
Secretário
11.130



Câmara Municipal de São Paulo

DEPARTAMENTO TÉCNICO DE TAQUIGRAFIA DT-10

Folha nº 252 do
Processo 406/02
Carlos Roberto Silva
Reg. 11130

Rod. VleV2 Folha:1 Taq.:Valéria 2ª audiência pública (Comissão de Política Urbana)
Data: 30-01-03 **Sem Revisão da Taquigrafia**

O SR. EDIVALDO ESTIMA - Está aberta a segunda audiência pública sobre o PL 406/02, de autoria da nobre Vereadora Myryam Athie, nesta Comissão de Política Urbana. A palavra está aberta para discussão do projeto, que disciplina o uso da paisagem urbana para fins de organização de anúncio, dando providências.

Tem a palavra o nobre Vereadora Myryam Athie.

A SRA MYRYAM ATHIE (PPS) - Bom dia a todos. Esse PL, o 406/02, de nossa autoria, faz hoje sua segunda audiência pública. Eu gostaria de dizer que foi um projeto formatado há quase dois anos nesta Casa, que não tem outro objetivo a não ser dar um novo ordenamento à paisagem urbana da Cidade, no que refere à fixação de anúncios e principalmente nos moldes daquilo que foi aprovado no Plano Diretor em julho do ano passado.

Para que nós e os senhores possamos ter mais detalhes deste projeto, passarei a palavra para nossa assessora, Helena Werneck, que discutirá os principais pontos e modificações feitas na Lei 12.115, exatamente a lei que eventualmente passará a ser revogada em função desse nosso ordenamento da paisagem urbana.

A SRA. HELENA WERNECK - Bom dia a todos. Eu gostaria de apresentar um pouco da história do próprio processo de discussão que deu origem a essa nova versão. Acho que a maior parte das pessoas tem conhecimento do primeiro modelo de lei que a Vereadora aprovou em primeira votação, normalmente o modelo mais reconhecido - projeto, anteprojeto -, que ficou mais divulgado.

No entanto, antes mesmo da aprovação em primeira desse modelo, já se haviam iniciado várias discussões com os setores econômicos, com



Câmara Municipal de São Paulo

DEPARTAMENTO TÉCNICO DE TAQUIGRAFIA DT-10

Folha nº 2577 do
Processo 406627
Carlos Roberto Silva
Reg. 11130

Rod. VleV2 Folha:2 Taq.:Valéria 2ª audiência pública (Comissão de Política Urbana)
Data: 30.01.03 **Sem Revisão da Taquigrafia**

os setores que efetivamente atuam na paisagem, junto tanto com a parte do Executivo responsável pela aplicação da lei quanto pelos órgãos de aplicação do controle da paisagem - eu não diria exatamente da Comissão, mas exatamente da Secretaria de Planejamento.

Ao longo desse tempo, fomos amadurecendo, num longo processo, uma nova proposta de lei. Essa proposta chegou a um modelo, que é o substitutivo que está sendo apresentado nesta audiência pública e que representou - se verificado, como a gente pode ver posteriormente, em comparação com o modelo original - uma mudança fundamental na sua forma organizativa.

Essa guinada na forma organizativa foi dada inclusive pelas discussões com a própria Secretaria de Planejamento e por acordos nossos, na tentativa de chegar a um modelo comum. Nós deixamos o modelo original, que deu origem, inclusive, a mera aprovação, e mudamos o modelo para o que foi proposto, então, pelo grupo de discussão que se montou na Sempla a respeito. O modelo é totalmente diferente como forma, como organização do modelo original, dada a nossa alternativa pela adoção do modelo então proposto por Sempla.

Esse modelo então adotado, ... Segue Valéria



Câmara Municipal de São Paulo

DEPARTAMENTO TÉCNICO DE TAQUIGRAFIA DT-10

Fôlha nº 254 do
Processo 40087
Carlos Roberto Silva
Reg. 11130

Rod. V3eV4 Folha:1 Taq.:Valéria 2ª audiência pública (Comissão de Política Urbana)
Data: 30-01-03 **Sem Revisão da Taquigrafia**

Esse modelo então adotado, que passou a ser o modelo-base, foi sofrendo discussões e alterações também por parte dos setores econômicos, sendo que o Legislativo, neste caso, atuou efetivamente, como democraticamente tem de ser colocado, pois ele tem de ser intermediário entre as posições do Executivo e as dos setores econômicos.

Foi tentada e levada toda uma negociação, tecnicamente falando, e houve inclusive bastante negociação não no sentido político-partidário, mas no sentido de política de como olhar e como tratar a questão econômica no âmbito da Cidade. E chegamos até uma proposta finalizada, que se fechou, e que é esta que está em discussão neste momento.

Não sei se a Vereadora pretende desta maneira, mas foi feito um vídeo sobre a questão da mídia exterior, que gostaríamos de projetar para os presentes. E gostaríamos de dizer, inclusive, que é uma questão premente e que discutimos muito no âmbito de todas as reuniões que levaram à elaboração final desse projeto de lei, é realmente a questão da ordenação da paisagem. Urge podermos entender um pouco sobre onde estão os problemas e como é que podemos chegar, por meio de uma avaliação segura, a uma resolução bastante negociada e adequada tanto para a Cidade quanto para os setores econômicos.

Eu gostaria de passar agora ao vídeo.

- Procede-se à exibição do vídeo sobre a matéria.



Câmara Municipal de São Paulo

DEPARTAMENTO TÉCNICO DE TAQUIGRAFIA DT-10

Folha nº 25577 do

Processo nº 10057

Carlos Roberto Silva

Reg. 11130

Rod. V3eV4 Folha:2 Taq.:Valéria 2ª audiência pública (Comissão de Política Urbana)

Data: 30-01-03

Sem Revisão da Taquigrafia

O SR. EDIVALDO ESTIMA - Senhoras e senhores, o Presidente desta Comissão é o nobre Vereador José Olímpio, e não estava previsto para que este Vereador presidisse a presente audiência pública. Quem quiser inscrever-se fique à vontade. (Pausa) Já há alguns inscritos. Quem quiser, inscreva-se com nosso assessor.

A SRA. HELENA WERNECK - Sr. Presidente, é só para continuar o esclarecimento sobre as propostas que diferenciam a Lei 12.115 do substitutivo proposto pela Vereadora. Além do eloquente vídeo que projetamos, em que essas questões de realidade ficam um pouco claras, até porque alguns conceitos não estão explicitamente colocados, quero tratar de algumas questões. Uma delas é a questão da disponibilidade bruta e a disponibilidade líquida. O que seria isso?

Na lei, todo conceito legal é feito sobre critérios rígidos, em relação a distanciamentos e de medidas, que é realmente a essência do modelo de lei. No entanto, quando se aplica esse modelo à realidade, a gente verifica que, por mais que haja conceitos rígidos e claramente colocados, na realidade esses conceitos acabam sendo operacionalmente maiores, o que nos dá para trabalhar com conceito de distanciamento líquido. Porque, na verdade, a disponibilidade dos imóveis para efeito de recepção de uma colocação, de uma inserção publicitária no meio urbano, depende da disponibilidade do imóvel. E ela não se encontra tão rigidamente colocada, como são colocados os parâmetros da lei.

Os parâmetros da lei ... Segue Valéria



Câmara Municipal de São Paulo

DEPARTAMENTO TÉCNICO DE TAQUIGRAFIA DT-10

Folha nº 25071 do
Processo 400652
Carlos Roberto Silva
Reg. 11130

Rod. V5 Folha:1

Taq.:Valéria 2ª audiência pública (Comissão de Política Urbana)

Data: 30-01-03

Sem Revisão da Taquigrafia

Os parâmetros da lei são colocados como parâmetros mínimos; no entanto, são colocados como parâmetros brutos. Os líquidos efetivamente são aqueles alcançados na Cidade em imóveis disponibilizados, que se dão efetivamente em moldes dos maiores do que aqueles previstos. Estamos aqui só para poder ter, numa quadra hipotética, numa situação em que os senhores podem ver toda a face da quadra estaria efetivamente disponibilizada, o que efetivamente não acontece na vida real, para a inserção publicitária. E nós veríamos, então, como essa inserção acontece, com os distanciamentos, com os lotes, conforme previstos pela Lei 12.115.

A área de anúncios, numa situação padrão... Aliás, essa situação padrão não foi nem fruto das nossas análises, foi fruto de uma análise feita pela Sempla, da qual nos aproveitamos para a quadra hipotética colocada como análise pela Sempla. E podemos ver, então, que em 150 metros, pela Lei 12.115, na colocação dos imóveis, na disponibilidade de imóveis, nós teríamos uma área de anúncios de 943m² e uma quantidade de peças da ordem de 16.

É bom lembrar, e depois vou passar à questão dos conceitos, que a Lei 12.115 não diferencia anúncios publicitários de anúncios indicativos. E tudo corresponde, então, a uma proporcionalidade com a testada do lote, o que se faz numa análise pontual e nuclear em relação à leitura da paisagem.

Houve um engano, foram tiradas duas transparências da mesma lei, e não foi tirada da Vereadora. Não tem ninguém do gabinete.
(Pausa) Enfim...



Câmara Municipal de São Paulo

DEPARTAMENTO TÉCNICO DE TAQUIGRAFIA DT-10

Folha nº 2977 do
Processo 40652
Carlos Roberto Silva
Reg. 11130

Rod. V5 Folha:2

Taq.:Valéria 2ª audiência pública (Comissão de Política Urbana)

Data: 30.01.03

Sem Revisão da Taquigrafia

Vou colocar a questão dos conceitos. Pela Lei 12.115, permite-se o reenquadramento e conseqüentemente o aumento da cota. Isso se dá quando se faz a regularização, ou o pedido, solicitação de publicidade. É feita, então, uma verificação sobre se existe já a presença de comércio no local onde se pretende instalar, e consegue-se, por meio disso, um reenquadramento da quadra e conseqüentemente aumento da cota.

Na nossa questão, que é trazida pela Vereadora, é proibido em coletoras e locais, exceto a 150 metros de N1, N2 e N3, conforme a localização no Plano Diretor. As cotas, são três e quatro, previstas em média, e a média da Cidade encontra-se em quadro. Dois é só em áreas de projetos específicos, como a região do centro, mas a grande parte da Cidade situa-se na cota quatro. Na nossa, acabou ficando em cota três, na última discussão.

Sobre o distanciamento dos anúncios paralelos, acabamos fechando para que houvesse um distanciamento de três em três peças, com no mínimo 9 metros entre cada uma delas, e um distanciamento mínimo de 1, coisa que não era prevista pela Lei 12.115.

Enquanto que a Lei 12.115 possibilitava os publicitários em fachadas, os nossos acabam, nessa nossa versão da legislação, proibidos. A altura mínima está fixada em 3 metros e 10 metros para a altura mínima, enquanto que a Lei 12.115 possibilita instalar a 15 metros, sem altura mínima.

Pela Lei 12.115, era obrigatória a recuperação só da empena que estava sendo utilizada; pela nova proposta, a fachada principal e a empena serão recuperadas após a utilização para inserção comercial.



Câmara Municipal de São Paulo

DEPARTAMENTO TÉCNICO DE TAQUIGRAFIA DT-10

Folha nº 287 do
Processo 40654
Carlos Roberto Silva
Reg. 11130

Rod. V5 Folha:3 Taq.:Valéria 2ª audiência pública (Comissão de Política Urbana)
Data: 30-01-03 **Sem Revisão da Taquigrafia**

Com isso, inclusive, e com os conceitos novos que foram colocados, como o próprio conceito de rarefação, sai-se de um modelo nuclear, proporcional às edificações, e de um modelo ligado ao zoneamento, que já sofreu profundas e radicais alterações, com a própria aplicação do Plano Diretor, que se iniciou neste ano.

A questão ficou exclusivamente fixada ao sistema viário e fixada nas N1, N2, N3, aquelas consideradas pelo Plano Diretor como de maior capacidade de ligação e simplesmente colocadas numa faixa de visibilidade de 150 metros dessas mesmas vias.

Ou seja, em termos de localização, ... Segue Valéria



Câmara Municipal de São Paulo

DEPARTAMENTO TÉCNICO DE TAQUIGRAFIA DT-10

Folha nº 257 #

Processo 40052

Carlos Roberto Silva

Reg. 11130

Rod. V6 Folha:1

Taq.:Valéria 2ª audiência pública (Comissão de Política Urbana)

Data: 30-01-03

Sem Revisão da Taquigrafia

Ou seja, em termos de localização, já houve uma extrema diminuição da inserção na Cidade. É uma pena que a transparência não está aqui, mas a área resultante da aplicação dos conceitos que a lei apresenta - grosso modo, porque é uma quadra fictícia - é uma quadra inexistente. Ela apresenta uma redução clara de 30% em relação à questão atual, se a Lei 12.115 tivesse sido objeto de fiscalização, como deveria ser.

Não podemos nós esquecer de que uma questão ligada ao desarranjo da nossa paisagem não se deve não só à permissividade da lei, mas também à ineficácia da fiscalização. Em havendo fiscalização - e essa é uma questão mais implícita no modelo de lei -, com parceria com todos os setores da sociedade envolvidos em com desejo de preservação da paisagem, nós conseguiremos ter uma redução muito maior do que os 30% brutos, previstos pela aplicação simplesmente da lei. Obrigada.

- Assume a presidência o Sr. Nabil Bonduki.

O SR. NABIL BONDUKI (PT) - Bom dia a todos. O Vereador Edivaldo Estima precisou retirar-se e passou a mim a presidência desta audiência pública. Já estão abertas as inscrições; temos, até agora, cinco inscritos. Chamo, pela ordem, a primeira inscrita, a Sra. Lucila Lacreta, do Movimento Defesa São Paulo.

A SRA. LUCILA LACRETA - Bom dia a todos. Sou arquiteta, Conselheira do Movimento Defesa São Paulo. Gostaria de dizer que há dois anos o Movimento Defesa São Paulo e outras entidades juntaram-se no que chamamos Fórum da Paisagem. Nesse tempo todo, a sociedade civil organizada vem discutindo o que seria melhor para a paisagem urbana.



Câmara Municipal de São Paulo

DEPARTAMENTO TÉCNICO DE TAQUIGRAFIA DT-10

Folha nº	26	do
Processo	406/27	
Carlo Roberto Silva		
Reg. 11130		

Rod. V6 Folha:2

Taq.:Valéria 2ª audiência pública (Comissão de Política Urbana)

Data: 30.01.03

Sem Revisão da Taquigrafia

Gostaria também de dizer que no dia 13 de dezembro nós protocolamos, na Comissão Extraordinária Permanente de Legislação Participativa, desta Casa, um projeto de lei resultado dos anseios da população, que, infelizmente, não participou mais proximamente das discussões ocorridas nesta Casa.

Inicialmente, o movimento participou de algumas reuniões com a Vereadora - não fomos convidados posteriormente -, das quais resultou a primeira proposta do projeto de lei 406, o que nos levou a fazer uma contraproposta e a protocolar, nesta Casa, nosso projeto de lei, nossa visão do que queremos para a paisagem. Infelizmente, ainda não foi discutido, e reivindicamos que nossa proposta seja democraticamente discutida, inclusive junto com o projeto de lei da Sra. Vereadora. Então, o projeto que está nesta Casa é um projeto bem restritivo em relação ao que entendemos o que deva ser a paisagem.

Em relação ao substitutivo ao PL 406, queríamos apontar algumas coisas. Em primeiro lugar, houve diferenciação entre anúncio indicativo e anúncio publicitário. Infelizmente, não foi mostrado, na hora da transparência, nessa simulação, a parte em azul, que é o anúncio indicativo. Está muito claro que o indicativo foi muito controlado, foi muito diminuído, ao contrário do anúncio publicitário, que está em vermelho e que é predominante na paisagem.

Isso me parece uma inversão conceitual importantíssima...

Segue V07



Câmara Municipal de São Paulo

DEPARTAMENTO TÉCNICO DE TAQUIGRAFIA DT-10

Folha nº 261	do
Processo 40460	
Carlos Roberto Silva	
Reg. 11130	

Rod.:V07 Folha:1

Taq.:Camilo

Evento:URB

Orador:Sra. Lucila Lacreta

Data:30-01-03

Sem Revisão da Taquigrafia -

Isso me parece uma inversão conceitual importantíssima, porque o anúncio indicativo é legítimo e deve prevalecer na paisagem, porque indica atividade exercida no local. O anúncio publicitário, ao contrário, deve ser uma exceção, que só é cabível se houver condições de ser inserido na paisagem, junto aos imóveis, com critérios perfeitamente claros e limitados. Nosso projeto de lei contempla isso.

Outra questão importante, conceitual, é que não foi levada em conta a questão do zoneamento da Cidade, e sim o de vias coletoras. Existem 11 mil vias coletoras nesta Cidade, o que significa que a área possível de se colocar o anúncio publicitário, principalmente, vai aumentar escandalosamente.

A Sra. Helena Vernec, assessora, apontou que a simulação entre esses dois desenhos diminuiria, em 30%, a incidência dos anúncios na paisagem. Isso foi feito, a simulação de uma quadra. Não devemos nos esquecer de que agora serão 11 mil ruas multiplicadas por X quadras, onde vai ser permitido o anúncio publicitário. Ao contrário de se diminuírem 30%, vai ser aumentado muito mais; e a questão de não se levar em conta o zoneamento da Cidade causa um problema seríssimo, porque as vias coletoras permeiam, fazem uma malha em toda a Cidade.

A zona 1 foi excetuada, pois é zona exclusivamente residencial, mas há a zona 9, predominantemente residencial, as zonas 11, 13 e 17 e 18 também compreendem vários corredores predominantemente residenciais, inclusive uma série de zonas 8(?), que são protegidas, serão objeto de permanência e de inserção, novas inserções de anúncios publicitários. Isso me parece escandaloso.



Câmara Municipal de São Paulo

DEPARTAMENTO TÉCNICO DE TAQUIGRAFIA DT-10

Folha nº	2627	do
Processo	100527	
Carlos Roberto Silva		
Reg. 11130		

Rod.:V07 Folha:2

Taq.:Camilo

Evento:URB

Orador:Sra. Lucila Lacrete

Data:30-01-03

Sem Revisão da Taquígrafia

Não é possível que esse tipo de coisa aconteça. Então não dá para simular uma quadra, num desenho, sem esquecer o básico, que é a questão conceitual, que o projeto de lei contempla e que nosso ponto de vista está extremamente equivocado.

Outra coisa é a questão da fiscalização. Hoje não se fiscaliza anúncio nesta Cidade, infelizmente. Então, há alguns parâmetros, há a questão da rarefação, distância por faixas. Então há a faixa de até seis metros, a de seis a 25, e a acima de 25. A rarefação é por faixa. Então se pode ter um anúncio numa faixa, um outro, em outra faixa, sem se obedecer a rarefação, e um terceiro anúncio pode estar em outra faixa. Então, que tipo de rarefação é essa?

Se houvesse a questão da rarefação, teria de ser feita no total, inclusive levando em conta o anúncio indicativo, porque muitos anúncios indicativos de bancos, por exemplo, têm papel de anúncio publicitário. Então, são grandes e altos, para serem vistos a longa distância; são teoricamente indicativos, mas o seu papel, pela inserção na paisagem, é do anúncio publicitário.

Outra coisa também é que o anúncio publicitário continua a ser inserido no imóvel edificado. Não podemos admitir mais isso. Não mais para ver isso aqui porque os prédios são altos, mas essas casinhas tem um pirulito(?) colocado no meio delas. Isso é impossível. Não tem o menor cabimento nesta Cidade que isso aconteça.

Tenho viajado bastante pelo mundo e tenho observado atentado essa questão paisagista. Não vi, em nenhum lugar, isso acontecer. Então, uma pessoa tem uma casa coberta por *outdoors* e uma casinha com vários pirulitos(?) enfiados. Esse projeto de lei não corrigiu esse



Câmara Municipal de São Paulo

DEPARTAMENTO TÉCNICO DE TAQUIGRAFIA DT-10

Folha nº 0637 do

Processo 40627

Carlos Roberto Silva

Rep 11130

Rod.:V07 Folha:3

Taq.:Camilo

Evento:URB

Orador:Sra. Lucila Lacreta

Data:30-01-03

Sem Revisão da Taquigrafia

tipo de coisa, e é preciso ter coragem para se enfrentarem certas questões, e avançar, porque o avanço, na realidade, pode até acontecer, mas é pífio. Então vamos trocar seis por meia dúzia. Vamos trocar a lei 15364/(?), que já foi experimentada aqui.

Na realidade, ela precisa de uma fiscalização contundente, para melhorar a paisagem. Não havendo essa fiscalização, muda-se a lei, mas o ganho é muito pouco. Então não vai adiantar nada. Aliás, não é muito pouco, vai ser uma perda muito grande, porque o número de vias coletoras vai aumentar muito a incidência de onde pode haver o anúncio.

Outra questão importante é a do reenquadramento. Se pode em via coletora, por que, numa via secundária, vai poder haver anúncio publicitário? Por que o anúncio publicitário vai poder se instalar naquela via? Não há cabimento. Nessa lei não há uma determinada porcentagem, mas hoje há, e é um absurdo. Então há vias onde o uso comercial é ilegalmente instalado, e elas passam a permitir anúncio publicitário, o que é uma contradição absurda.

Outra questão também é a do agrupamento de anúncios. Então se pode haver três *outdoors* colados, um em cima de outro. Lembro que desde 1976, pelo decreto 15364/(?) essa proposta já foi banida. Na época, o Prefeito era o Sr. Olavo Setúbal. Foram feitos vários estudos pela Comissão de Proteção de Paisagem Urbana, com fotos. O Sr. Prefeito fez questão de que esses *outdoors*, em andares, esses anúncios um em cima de outro ou um grudado no outro, fossem banidos, tal a deteriorização que esse tipo de instalação de publicidade acarretava na Cidade.



Câmara Municipal de São Paulo

DEPARTAMENTO TÉCNICO DE TAQUIGRAFIA DT-10

Folha nº 2647 do
Processo 906624
Carlos Roberto Silva
Reg. 11130

Rod.:V07 Folha:4

Taq.:Camilo

Evento:URB

Orador:Sra. Lucila Lacreta

Data:30-01-03

Sem Revisão da Taquigrafia

Em primeiro lugar, reitero que nosso projeto de lei fosse analisado junto com essa proposta, e que houvesse realmente um contraponto do que propomos enquanto sociedade civil organizada; e esse projeto de lei propõe que, na realidade, aparentemente, contemplou a questão do empresariado, do anúncio da paisagem ao ar livre.

Em nenhum momento, o empresariado foi prejudicado, foi levado em conta essa questão. O anúncio publicitário é privilegiado nesse projeto de lei, e a população não é, ela foi esquecida. A população que quer a Cidade bonita, sem deteriorização, com a paisagem cuidada, com anúncios indicativos, sim, porque são legítimos, com pouquíssimos anúncios publicitários, onde puderam ser instalados. Essa é a paisagem que queremos.

Muito obrigada.

O SR.

inscrito...

- Muito obrigado. O próximo



Câmara Municipal de São Paulo

DEPARTAMENTO TÉCNICO DE TAQUIGRAFIA DT-10

Folha nº 657 do
Processo 40657
Carlos Roberto Silva
Reg. 11130

Rod.:V08	Folha:1	Taq.:Dalva	Evento: URB
Orador:	Data: 30-01		<i>Sem Revisão da Taquigrafia</i>

O SR. NABIL BONDUKI (PT) - Muito obrigado. com a palavra, o próximo orador, Júlio Albieri.

O SR. JULIO ALBIERI - Sou representante do Sepecs. Quando participei da discussão de um projeto de lei que andou pela CPTU, e depois por uma série de distorções acabou se transformando na lei 12.115. Com o novo Plano Diretor de São Paulo, a Lei 12.115 vai passar a ter problemas a ser aplicado, porque conceitos dentro dela, não tem mais aplicabilidade e nem medidas em que os conceitos do Plano Diretor mudaram.

Nossa atividade, sem dúvida, é uma atividade onde vários momentos, algumas pessoas ficam incomodadas, mas a publicidade existe e sempre existiu, inclusive nesse cidade.

A publicidade incomoda, como uma série de outras coisas também, construções que avançam pela calçada, as favelas existente, mas uma coisa não justifica a outra. Se a lei 12.115 deixar de existir, precisamos e estamos lutando, brigando para que tenhamos uma lei. quando essa lei aprovada, houve uma crítica muito grande e essa crítica continua existindo. E por que, do nosso ponto de vista? Não existe fiscalização. Obviamente, nós do sindicato temos um interesse para que a cidade seja organizada e que os pontos disponíveis tenha um grau de valorização, que sem dívida alguma, uma cidade arrumada, fiscalizada, as coisas só vão poder correr dentro de legalidade. Ai vem todo mundo e diz: não o sindicato tem fiscalizar, os empresários não devem praticar isso. são todos os empresários? Não. E isso ficou demonstrado por meio história. Só que a Prefeitura não fiscaliza, e



Câmara Municipal de São Paulo

DEPARTAMENTO TÉCNICO DE TAQUIGRAFIA DT-10

Folha nº	206	do
Processo	40602	
Carlos Roberto Silva		
Reg. 11130		

Rod.:V08 Folha:2

Taq.:Dalva

Evento: URB

Orador:

Data: 30-01

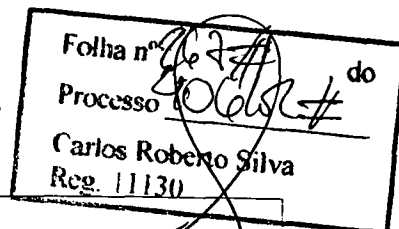
Sem Revisão da Taquigrafia

fala que os fiscais que ela têm, já tem várias atividades. Existe uma lei e uma taxa na cidade São Paulo, e em quase todas as outras cidades, chamada taxa de fiscalização de anúncio. Essa taxa, que agora no final do ano teve seus valores corrigidos, essa taxa já existia. E antes de ter seus valores corridos na proporção que foram, para se ter uma idéia, no ano de 2001, a arrecadação do Município foi de 40 milhões. Será que com 40 milhões de reais dava para fiscalizar a lei 12.115? Muitas pessoas aqui presentes sabem, que se a lei 12.115 fosse aplicada e fiscalizada da forma que tem de ser, pelo menos 30% do que está ocorrendo hoje, até mais que 30%, no início era 30%, hoje acredito que seja 50% a cidade não estaria... e nós teríamos tido uma evolução, e poderíamos agora, estar discutindo uma nova lei. Disse que a lei 12.115, não têm condições porque ela é espúria, as mais variadas coisas, mas a fiscalização nunca foi feita. Essa é a realidade. Quando se sabe que na cidade existe um universo, não vou nem citar números, porque os números são os mais absurdos, mas se sabe, também que desses anúncios todos instalados indicativos ou publicitários, uma pequena quantidade que beira 10%, tem Cadan, cadastro de anúncio? Porque a Prefeitura não fiscaliza? Agora os Srs. estão com um novo projeto de lei, esse projeto de lei é permissivo. Esse projeto de lei, já vem mais restritivo em relação a lei 12.115. há uma reclamação, até daqueles que respeitam a lei 12.115, que terão de diminuir. Agora, como vamos fazer e a sociedade e a Prefeitura tem de se preparar para isso para acabar com o que os outros estão fazendo. Aqueles que não estão legalizados, aqueles que não recolhem impostos. E nesse novo projeto de lei, estamos conseguindo, esperamos que isso seja aprovado,



Câmara Municipal de São Paulo

DEPARTAMENTO TÉCNICO DE TAQUIGRAFIA DT-10



Rod.:V08	Folha:3	Taq.:Dalva	Evento: URB
Orador:		Data: 30-01	Sem Revisão da Taquigrafia

que as empresas que colocam anúncio em São Paulo, elas não têm simplesmente um cadastro de exibidoras de anúncios da forma que está hoje, mas que elas façam aquilo que todas as empresas organizadas tem de ter, as empresas que respeitam a lei. ou seja terem as certidões negativas dos seus comportamentos. Imaginem que podem vir qualquer pessoa, de qualquer cidade, instalar anúncio na cidade de São Paulo, e ir embora. Nós precisamos, principalmente, de fiscalização. Desde o início, a Lei 12.115, era ruim, mas se ela tivesse aplicado, nós teríamos dado um passo. Não nos foi dado a oportunidade desse passo. Estamos pedindo uma segunda oportunidade porque nos dizem: fiz uma nova lei, para que ela seja fiscalizada. Vamos tentar dar um passo. Vamos ter como sociedade, passo a passo, ou começamos a andar, ou não vamos para lugar algum. Já perdemos mais de 10 anos, desde que os primeiros estudos na Comissão de proteção a paisagem urbana terão feito no sentido de arrumar essa cidade. A Lei 12. 115, cortou algumas coisas que a comissão havia discutido, mesmo assim, a lei era uma arrumação em relação ao decreto 15. 364, não houve a fiscalização, mas sim uma facilitação de colocação de anúncios na cidade. Há um artigo dessa lei que até hoje não foi regulamentada. A fiscalização parece que não vê que no artigo 70, que a participação, a cooperação da sociedade para manutenção de áreas existem anúncios publicitários em praças. Esses anúncios não podem existir, mas eles estão lá em áreas que são da própria Prefeitura e nota, não existe uma interferência de nossas empresas nisso. Alguém é contratado para fazer a jardinagem e coloca um poste com uma publicidade. Já foi pior. Melhorou. E começa a piorar novamente. Porque? Existe fiscalização? Esperamos com muita



Câmara Municipal de São Paulo

DEPARTAMENTO TÉCNICO DE TAQUIGRAFIA DT-10

Folha nº 268 do
Processo 40652
Carlos Roberto Silva
Reg. 11130

Rod.:V08 Folha:4

Taq.:Dalva

Evento: URB

Orador:

Data: 30-01

Sem Revisão da Taquigrafia

seriedade que qualquer lei que venha a ser aprovada e sancionada, que haja assim, a fiscalização por parte do Executivo. Porque senão irá continuar a mesma coisa e a culpa será jogada, sempre, contra nós empresários e nota, nós que trabalhamos com retidão, temos pagos sim, as nossas taxas para que sejamos nós e os demais fiscalizados e não temos nem a fiscalização dos demais. A fiscalização existe na medida em que buscam verificar se só estamos recolhendo a taxa. A fiscalização existe em relação a taxa de fiscalização de anúncio só para saber se estamos recolhendo. O serviço que deveria ser feito, que era de fiscalizar, se a lei 12.115 está aplicada, isso não é feito. pedimos, que pelo menos essa contribuição que nós damos seja atendida, mesma na próxima lei que vier a ser aprovada.

Muito obrigado.

O SR. NABIL BONDUKI (PT) -



Câmara Municipal de São Paulo

DEPARTAMENTO TÉCNICO DE TAQUIGRAFIA DT-10

Folha nº 269 #	do
Processo 40612 #	
Carlos Roberto Silva	
Reg. 11130	

Rod.:V09 Folha:1

Taq.: Dalva

Evento:URB

Orador:

Data: 30-01

Sem Revisão da Taquigrafia

O SR. NABIL BONDUKI (PT) - Apenas para esclarecer, em relação a nova taxa de fiscalização de anúncios, um aspecto importante dessa lei, é o fato de responsabilizar os proprietários dos imóveis por anúncios irregulares, que acho ser um avanço bastante grande em relação a atual legislação que impedia, que não possibilitava essa alternativa.

Com a palavra, a nobre Vereadora Myryam Athie.

A SRA. MYRYAM ATHIE (PPS) - Apenas para dizer, respondendo a Sra. Lucila, a quem temos o maior respeito e a gente entende que essa é uma Casa democrática e que em nenhum momento, esta Vereadora se dispôs a atender interesses de empresários. O que seria legítimo. E essa vereadora nunca escondeu que está aqui, não só representando a sociedade civil ,ma evidentemente alguns grupos. Esta Vereadora não tem procuração nem do Cepecs, e nem de qualquer outro segmento da sociedade, até porque esta Vereadora fez veemente críticas ao projeto que foi votado nesta Casa do imobiliário Urbana. Sabemos que uma cidade como São Paulo, não pode ser tratada como uma cidade, exemplo, Buenos Aires. Sabemos que essa cidade diferencia em tudo. mas não é porque ela se diferencia em tudo, que nela, tudo é permitido. Esta Vereadora quando começou a tratar deste problema, o fez movido, eventualmente a essas reclamações. Esta Vereadora mesmo verificava o desordenamento que existia na cidade de São Paulo como relação a regulamentação. E quando votamos aqui a TFA e que ficou, praticamente um ano, dois anos sem ser ter sido mexida nos seus valores é porque não se chegava a denominador comum, e as pessoas entendiam que no



Câmara Municipal de São Paulo

DEPARTAMENTO TÉCNICO DE TAQUIGRAFIA DT-10

Folha nº 2207 do
Processo 90667
Carlos Roberto Silva
Reg 11130

Rod.:V09 Folha:2

Taq.: Dalva

Evento:URB

Orador:

Data: 30-01

Sem Revisão da Taquigrafia

momento em que se pagava a TFA o seu anúncio estava completamente regularizado. Que era uma mentira. Sabemos que a TFA, serviu em muitos momentos, única exclusivamente como taxa arrecadatória. Na verdade, ela teria de ser uma taxa de fiscalização. Dinheiro arrecadado pela TFA, nada mais que um dinheiro que tem de ser colocado para a fiscalização. Evidentemente que nunca iremos conseguir agradar a todos. Eu tive oportunidade de ver o projeto que vocês entraram por meio da Comissão de Legislação Participativa e evidentemente que existem contrapontos no projeto de vocês, que vão totalmente contra os interesses de outros e diante disso, tentamos adequar. O setor evidentemente não vai estar feliz com aquilo evidentemente que possamos aprovar. A sociedade civil, também não vai querer essa lei conforme está sendo apresentada com seu substitutivo. Mas temos de entender, as características dessa cidade. Essa cidade, é uma grande prestadora de serviços, e como tal presta seus serviços por meio da sua publicidade. Não significa que tenhamos de ser permissíveis ou conivente, inclusive essa lei, prevê a criação de um conselho, que será tratado a nível de subprefeituras. Nesse conselho serão tratadas as questões da poluição visual na cidade . Quando fala de coletora, não é verdade, que a gente aumenta o anúncio em mais 11 mil coletoras na cidade. Até porque existe uma metragem e coletoras especificadas para esse tipo de publicidade. Quando a gente olha essa cidade como um todo, verificamos que a grande maioria das pessoas bate em outdoor, bate em back light e front light e bate em painel eletrônico. Não bate no indicativo. Não bate por exemplo, em outros tipos de mídia, como comércio, que cansam a nossa visão e que confundem, muitas vezes a



Câmara Municipal de São Paulo

DEPARTAMENTO TÉCNICO DE TAQUIGRAFIA DT-10

Folha nº 217 do
Processo 40057
Carlos Roberto Silva
Reg. 11130

Rod.:V09 Folha:3

Taq.: Dalva

Evento:URB

Orador:

Data: 30-01

Sem Revisão da Taquigrafia

publicidade exterior. A faixa de uma loja, por exemplo, e sabemos hoje por meio de dados temos aproximadamente 7 milhões de peças na cidade de São Paulo e que esse setor de outdoor, representa 10% de toda essa mídia e todo restante dessa poluição é provocada pelo comércio, eu particularmente, que fui criada numa zona atacadista do Brás, o que faz o comércio em termos de arbitrariedade, quando quer mostrar o seu produto nas suas lojas. Esta lei, hoje, impede, primeiro que se tenha a faixa, de com mais de 1,20. Proíbe o uso da marquise, faz como tenhamos um alinhamento nos grandes pontos comerciais da cidade. Não dá para permitir, andando numa rua 25 de Março, ou na Rua Oriente, ou até mesmo na Rua Teodoro Sampaio, ou nesses grandes centros comerciais que cada um queira vender o seu produto avançando no tamanho da sua publicidade ou fazendo com que a sua propaganda exterior seja maior que a do seu vizinho, porque ele entende que é chamando atenção para o seu todo ou para sua marquise, ele eventualmente vai vender mais e fazer mais publicidade da sua loja. Precisamos e esperamos, sinceramente, que essa lei ao ser aprovada seja fiscalizada pela Prefeitura, porque senão o nosso trabalho, tanto de parlamentar como o de vocês da sociedade civil organizada, passa a manter nenhum valor. Na medida em que aprovamos leis e acabamos por não coloca-las em prática e fazemos dela um meio ou um instrumento para melhorar a qualidade de vida das pessoas.

Esta Vereadora não tem o que esconder desse projeto, afinal ele foi construído em dois anos de muita luta, quero dizer mais, quem conhece a Vereadora Myryam Athie sabe que tenho o compromisso com a verdade, não tenho rabo preso, nem com o Executivo e com qualquer tipo



Câmara Municipal de São Paulo

DEPARTAMENTO TÉCNICO DE TAQUIGRAFIA DT-10

Folha nº 2727 do
Processo 10652
Carlos Roberto Silva
Reg. 11130

Rod.:V09 Folha:4

Taq.: Dalva

Evento:URB

Orador:

Data: 30-01

Sem Revisão da Taquigrafia

de segmento que eventualmente espera o proprietário nessa cidade. Entrei para elaborar esse projeto para que de uma maneira ou de outra tentássemos melhorar. Evidentemente que não será 100%, tenho certeza que o próprio setor, sairá daqui insatisfeito. Mas é o que podemos construir, com o aval do Executivo. Eu nunca vi em toda minha vida, e tenho 23 anos como Procuradora da Prefeitura, um projeto nascido no Legislativo passar pelo crivo do Executivo, e inclusive ser submetido a uma CNLU, e eventualmente até, confundindo os poderes que sabemos em que pese terem que estar harmonicamente são independentes. Até isso essa vereadora teve que se submeter. Para mostrar que o projeto era límpido, transparente e que tentava melhorar aquilo que a Lei 12.115 omitiu. Aquilo que a lei 12.115 não previa em termos de fiscalização., até para tentar adequá-lo a este novo Plano Diretor que foi aprovado por esta Casa, que eventualmente está sendo formatado nas subprefeituras por meio do Plano Diretor Regional.

O próprio vereador Nabil, no início fez severas críticas ao projeto inicial, mas esta era a única forma de trazermos ao Executivo e a esta Casa a discussão deste projeto e depois de dois anos de formatado e de discutido, não tínhamos sequer, a possibilidade de tê-lo apreciado nas comissões de mérito desta Casa. Meu compromisso de ele que ele fosse apreciado, analisado por todas as lideranças de bancadas desta Casa, até para que não pairasse qualquer dúvida, quanto ao nosso envolvimento e quanto a lisura desta Casa na sua aprovação.

Portanto, espero, sinceramente ao ser aprovado, a sociedade saia ganhando e se não o for, esta Vereadora está aqui para novamente



Câmara Municipal de São Paulo

DEPARTAMENTO TÉCNICO DE TAQUIGRAFIA DT-10

Folha nº 273 # do
Processo 40652 #
Carlos Roberto Silva
Reg. 11130

Rod.:V09 Folha:5

Taq.: Dalva

Evento:URB

Orador:

Data: 30-01

Sem Revisão da Taquigrafia

apresentar, modificar, emendar e o Executivo para cumprir aquilo que esta Casa se propõe a votar.

Muito obrigado.

O SR. NABIL BONDUKI (PT) -



Câmara Municipal de São Paulo

DEPARTAMENTO TÉCNICO DE TAQUIGRAFIA DT-10

Folha nº 24 do
Processo 4061
Carlos Roberto Silva
Reg. 11130

Rod.:V10 Folha:1

Taq.: Dalva

Evento: URB

Orador:

Data: 30-01

Sem Revisão da Taquigrafia

O SR. NABIL BONDUKI (PT) - Obrigado nobre Vereadora, temos mais quatro inscritos, mas não tem nenhum representante do Executivo, a nobre Vereadora, inclusive vem discutindo a bastante tempo com o Executivo e com a Secretaria de Planejamento, realmente seria importante se tivéssemos aqui a opinião do Executivo, com relação a este substitutivo. Considero que de fato, entre a proposta original e essa que temos agora, o projeto avançou bastante, ele melhorou bastante, mas podemos acertar alguns pontos para que esse projeto possa ser aprovado o mais rapidamente, deixando claro o problema da fiscalização de fato, é o nosso grande problema. Acho que foi levantado aqui pelo Dr. Júlio, e acho que todos têm consciência, a Lucila também levantou essa questão, porque hoje, a situação que temos ela é muito pior dentro da 12.115, quanto em relação a esse projeto de lei. Na verdade estamos numa situação muito abaixo de qualquer regulamentação na situação de hoje e a revisão da legislação poderá ser um momento importante para que se dê início a uma nova estrutura de fiscalização, que me parece fundamental. Acho que podemos ainda avançar bastante, seria importante, que os próximos que fossem falar, pudessem falar bem objetivamente sobre aspectos do projeto de lei que eventualmente apresentam problemas que poderiam ser melhorados, pelo menos na minha perspectiva, enquanto membro da Comissão de Política Urbana Metropolitana e Meio Ambiente e Vereador, é de aprovar esse projeto, mais eventualmente, acertar alguns pontos que ainda possam ser melhor precisado, inclusive enquanto definições, que em alguns casos me parece que ainda não estão totalmente claros.

Com a palavra o Sr. Jean de Nicolis, Comunicação visual.



Câmara Municipal de São Paulo

DEPARTAMENTO TÉCNICO DE TAQUIGRAFIA DT-10

Folha nº *2757* do
Processo *80650*
Carlos Roberto Silva
Reg. *11130*

Rod.: V10 Folha: 2

Taq.: Dalva

Evento: URB

Orador:

Data: 30-01

Sem Revisão da Taquigrafia

O SR. JEAN DE NICOLIS - Sou empresário do ramo, seria muito verdade, se a cada 50 metros pudesse colocar seis metros, 15, 25. Isso não vai acontecer nunca. Esse 50 metros vão virar 150 a 200 metros, é impossível, cidade de São Paulo nível 1, 2 coletor a cada 50 metros ter um espaço. Segundo, vou pegar sua idéia e montar um movimento : "Defenda a população de São Paulo". Porque quando a senhora fala que coloca um pirulito...



Câmara Municipal de São Paulo

DEPARTAMENTO TÉCNICO DE TAQUIGRAFIA DT-10

Folha nº 287 do
Processo 40657
Carlos Roberto Silva
Reg. 11130

Rod.: V11 Folha:1

Taq.: Regina

Evento: URB

Orador:

Data: 30-01-03

Sem Revisão da Taquigrafia

...porque quando a senhora fala que coloca um pirulito num terreninho, a gente paga aluguel, complementa o salário da pessoa, complementa a aposentadoria. E hoje estamos sendo chamados não para pagar aluguel, mas dar terreno em troca de IPTU, taxa do lixo, taxa de iluminação.

Deixa eu continuar, por favor. Agora, como empresário eu tenho receio que se essa lei entrar em vigor, a readequação de todos os painéis, de todos os prédios que a gente tem, muitas empresas não vão agüentar a fazer, vão quebrar. Remanejar 120 painéis é complicado, vai muito dinheiro. É uma lei restritiva, porém, vai beneficiar o visual da cidade e as empresas, que cada peça que sobrar vai valer muito mais. Então, apesar de ser restritiva, eu sou a favor do visual da cidade e da população de São Paulo. Obrigado. (Palmas)

O SR. NABIL BONDUKI - A próxima inscrita é Iasuko Tominaga(?), Sindicato dos Arquitetos e Urbanistas de São Paulo.

A SRA. IASUKO TOMINAGA(?) - Represento o Sindicato dos Arquitetos e Urbanistas do Estado de São Paulo. Gostaria de dizer que já participei da feitura de vários projetos de lei de anúncios, de várias administrações, ao longo de mais de 10 anos.

O que queria colocar é que infelizmente só tive acesso a este texto de lei ontem e este texto apresenta alguns problemas. Como o nobre Vereador Nabil coloca, eu gostaria de vê-lo mais discutido. Mesmo que a Lucila apresente aqui que o Movimento Defenda São Paulo apresentou projeto de lei. E o que nós da sociedade gostaríamos de saber e qual foi essa proposta? Gostaria que os Vereadores tomassem conhecimento de qual foi a proposta dessas contradições que a Vereadora Myryam Athie apresentou, e que isso ficasse claro para a



Câmara Municipal de São Paulo

DEPARTAMENTO TÉCNICO DE TAQUIGRAFIA DT-10

Folha nº 227 do
Processo 40602
Carlos Roberto Silva
Reg. 11130

Rod.: V11 Folha:2

Taq.: Regina

Evento: URB

Orador:

Data: 30-01-03

Sem Revisão da Taquigrafia

sociedade, que realmente apontada no projeto de lei foi a melhor solução para a cidade de São Paulo. Infelizmente, isso não ocorreu. Gostaríamos que a votação do projeto de lei fosse adiada para que pudéssemos aprofundar melhor a questão.

Uma outra questão é que o projeto de lei está baseado no sistema viário. Acho correta a postura, porém, o setor que controla não é contemplado, parece-me, nas atribuições de definir a questão do fluxo viário e na questão da segurança viária. O CET não comparece como órgão definidor dessas questões. Existem anúncios que realmente têm problemas em relação a isso e não vejo contemplada a questão. Dizem que está, mas eu acho que não está contemplada.

Há outro problema existente nas tabelas apresentadas, que podem causar dubiedade de informação. Uma das tabelas não tem clareza de qual número representa o quê, está malformulada, isso é passível de ser corrigido em relação às regras apresentadas.

Outra questão importantíssima é o mobiliário urbano. Ninguém apontou a questão anteriormente, mas a 2115 não permite anúncio no espaço público e esta lei vai permitir em todo mobiliário urbano e em todo espaço público. Essa é uma questão que a sociedade deve discutir, porque a 2115 trata do anúncio somente no espaço particular e essa lei passa a permitir anúncios no espaço público, sem parâmetro nenhum. Então, essa questão deve ser discutida com muito mais profundidade, porque afeta a todo cidadão paulistano.

A SRA. MYRYAM ATHIE - Só um contraponto a você. O nosso projeto de lei menciona o mobiliário urbano, porque tenta mostrar à população menos esclarecida, por exemplo, tudo aquilo que poderá ser



Câmara Municipal de São Paulo

DEPARTAMENTO TÉCNICO DE TAQUIGRAFIA DT-10

Folha nº 2287	do
Processo 40652	
Carlos Roberto Silva	
Reg. 11130	

Rod.: V11 Folha:3

Taq.: Regina

Evento: URB

Orador:

Data: 30-01-03

Sem Revisão da Taquigrafia

explorado em termos de publicidade na cidade. Temos veículos automotores que são os ônibus, onde sabemos que há uma portaria em que só pode ser explorada a publicidade em suas laterais, temos os táxis. O nosso projeto de lei não entrou de que maneira poderá ser explorado o mobiliário urbano, até porque votamos uma lei de mobiliário urbano que regulamenta o uso do espaço público. O que tivemos a preocupação de fazer? Mencionar o mobiliário urbano na lei, mas não especificá-lo porque temos uma legislação própria, votada nesta Casa, que especificou a forma como o mobiliário vai ser explorado em termos de publicidade. Então, é só para dizer a você que nesse projeto de lei, tentamos colocar até para que qualquer pessoa leiga pudesse eventualmente, se quiser tomar conhecimento de quais os tipos de publicidade são explorados na cidade de São Paulo, terem essa oportunidade de verificar. Mas existe muita coisa desse projeto de lei, mencionada, que eventualmente na regulamentação da lei vai ter os seus consertos, até porque muitas coisas de publicidade que estão na lei hoje são regulamentadas por decretos ou por portarias. Portanto, o que essa lei objetiva maior fazer é mostrar toda e qualquer publicidade exterior pode ser eventualmente veiculada na cidade de São Paulo.

A SRA. IASUKO TOMINAGA(?) - De qualquer forma, parece-me que houve edição de lei recente sobre mobiliário urbano, e parece que tem de haver compatibilização entre os dois textos, não fiz porque não tive acesso a nenhuma das duas.

O SR. NABIL BONDUKI - Desculpe, só um aparte, Vereadora Myryam. Na verdade, a lei do mobiliário urbano autoriza a concessão,



Câmara Municipal de São Paulo

DEPARTAMENTO TÉCNICO DE TAQUIGRAFIA DT-10

Folha nº 29# do
Processo 40052
Carlos Roberto Silva
Reg. 11130

Rod.: V11 Folha:4

Taq.: Regina

Evento: URB

Orador:

Data: 30-01-03

Sem Revisão da Taquigrafia

mas não define por exemplo dimensões, ou outros aspectos relativos à questão do mobiliário, só especifica que tipo de mobiliário, não estabelece regras de dimensões...

A SRA. MYRYAM ATHIE - Até porque, nobre Vereador Nabil, V.Exa. bem sabe que nos foi impedido pelo Executivo tratarmos desse assunto, porque trata-se de concessão pública com regras específicas e com projetos, instalações e fabricações que nós não sabemos quem será o vencedor. Evidentemente, por ocasião da licitação, serão dadas as regras a quem venha eventualmente participar. Portanto, não poderíamos estar tratando dessa matéria, uma vez que a Casa votou pela concessão e quem impõe às regras à concessão é o Executivo, esta Casa não poderia se intrometer, vamos dizer assim, naquilo que autorizamos que fosse explorado como publicidade na cidade.

A SRA. IASUKO TOMINAGA - Para concluir, queria dizer que acredito que uma lei é passível de ser cumprida na medida em que exista a gestão do poder público, que exista realmente a parceria, a participação da população para que as duas juntas consigam que uma paisagem se modifique. Acredito que a aprovação tão rapidamente dessa lei é ainda prematura, na medida em que a Prefeitura do Município de São Paulo não está instrumentada para a aplicação dessa lei. Não existe a estrutura montada da Prefeitura para que essa lei, todos disseram que a fiscalização é essencial ao cumprimento da lei. A Prefeitura ainda está...(V12)



Câmara Municipal de São Paulo

DEPARTAMENTO TÉCNICO DE TAQUIGRAFIA DT-10

Folha nº 280 # do
Processo 4000
Carlos Roberto Silva
Res. 11130

Rod.: V12 Folha:1

Taq.: Regina

Evento: URB

Orador:

Data: 30-01-03

Sem Revisão da Taquígrafia

A Prefeitura ainda está se montando, as subprefeituras estão se montando, acho que é prematura a aprovação dessa lei. Toda lei que é montada somente em regras, ou técnicas, ou ideais, está fadada a ficar na gaveta, no esquecimento como tantas que conhecemos, inclusive a 12.115, porque não houve exatamente essa questão da gestão junto com a parceria da sociedade, para que uma lei se cumprisse. Então nesse caso, de novo, eu vejo acontecendo o que aconteceu com todas as outras leis. Uma precipitação em relação a se estabelecer uma regra, que uma das partes ainda me parece não preparada para cumprir. Não sei se a sociedade também está preparada. De qualquer forma, acredito que uma discussão um pouco mais aprofundada poderia melhor em muito o texto que está em aprovação.

Obrigada.

O SR. NABIL BONDUKI - Tem a palavra o Dr. Rubens Damato.

O SR. RUBENS DAMATO - Meus amigos, queria colocar o seguinte: há muitos anos venho discutindo a questão da legislação, não só de estrada como de cidade, com a maior seriedade e com a maior coerência. Muitas das pessoas que estão aqui participaram dessas discussões na CPPU, ao longo de seminários, e outros eventos.

Queria dizer que tomei nota das manifestações e sem querer causar tumulto, mas em que pese a simpatia pessoal que tenho pela arquiteta Lucila Lacrete, não vou responder porque não posso dialogar com uma pessoa que de início coloca a minha atividade como ilegítima. Então, eu acho que ela deve providenciar para que haja uma lei e que bane de uma vez por todas a publicidade na cidade de São Paulo.



Câmara Municipal de São Paulo

DEPARTAMENTO TÉCNICO DE TAQUIGRAFIA DT-10

Folha nº 281 #	do
Processo 40652	
Carlos Roberto Silva	
Reg. 11130	

Rod.: V12 Folha:2

Taq.: Regina

Evento: URB

Orador:

Data: 30-01-03

Sem Revisão da Taquigrafia

Mas queria dialogar com pessoas que efetivamente estão preocupadas em ordenar a publicidade, sabendo que é uma manifestação que existe em todo o mundo, com mais ou menos restrições. O Júlio falou, a Iasuko falou sobre um ponto que para mim é o básico da discussão que temos hoje aqui: a questão de uma lei ser cumprida. Participei de seminários de discussão de leis e toda vez que vou participar digo o seguinte: vamos começar pelo. Como é o fim? Quais são os mecanismos que farão com que a lei seja cumprida. Se não vai ser cumprida, não interessa a lei, deixa a que está aí, não vamos perder nosso tempo em fazer lei que não vai ser cumprida? E temos interesse em que essa lei seja cumprida, temos interesse porque temos opinião, há muito tempo, que só um ordenamento da cidade, da publicidade é que irão alavancar as empresas. Na verdade, a diminuição de peças na cidade de São Paulo não significa prejuízo não, vai significar prejuízo para quem trabalha ilegalmente, mas para as empresas que trabalham legalmente não significa porque isso vai ter uma valorização. Isso foi feito há 20 anos nas rodovias quando fizemos uma legislação que tinha uma rarefação de 200 metros, quando antigamente num morro colocava-se 5 ou 6 painéis e o painel rodoviário ficou valorizado, as empresas se valorizaram, as estradas ficaram melhores. Então é o seguinte: se estamos discutindo uma atividade legal e que seja, que tenha comportamento adequado em relação à comunidade, é uma discussão, mas se estamos discutindo como vamos proibir a publicidade na cidade de São Paulo, é outra coisa. Acontece que esse meio existe no mundo todo, tem valor muito grande, é utilizado das mais variadas formas politicamente falando,



Câmara Municipal de São Paulo

DEPARTAMENTO TÉCNICO DE TAQUIGRAFIA DT-10

Folha nº 2827# do
Processo 406/52#
Carlos Roberto Silva
Reg. 11130

Rod.: V12 Folha:3

Taq.: Regina

Evento: URB

Orador:

Data: 30-01-03

Sem Revisão da Taquigrafia

economicamente falando, as próprias ONGs utilizam, assim como a mídia exterior. Ou seja, é um meio legal e pode ser sempre melhorado, e tem que ser um meio respeitado pela população, porque o que não tem o respeito da população não consegue divulgar mensagem com produtividade, sabemos disso. Sabemos da importância de termos a população nos respeitando e para termos esse respeito temos de respeitá-la. Quer dizer, a nossa inserção, temos uma responsabilidade grande que o meio, que o nosso meio é o único compulsório, onde a pessoa que é atingida pela propaganda não tem que ter nenhuma ação, não precisa ligar televisão, comprar jornal, sai nas ruas e... Essa compulsoriedade remete a nós uma responsabilidade maior, e falo isso há 20 anos. Quando peguei o discurso de posse do sindicato, há 14 anos atrás, está exatamente o que estou falando. Acontece o seguinte, o mundo evolui, as coisas acontecem, o empresariado evolui também. Não podemos generalizar. Quando se fala das empresas, empresários, é tudo japonês, a generalização é burra, injusta e preconceituosa. Tenho arquitetos excelentes e péssimos, temos empresas de publicidade exterior ótimas e péssimas. Então, temos de caminhar juntos para melhorar.

Pois bem, essa lei - ao contrário do que foi dito - efetivamente é uma passo. Não é o passo ideal? (V13)



Câmara Municipal de São Paulo

DEPARTAMENTO TÉCNICO DE TAQUIGRAFIA DT-10

Folha nº 2837 do
Processo 10462
Carlos Roberto Silva
Reg. 11130

Rod.: V13 Folha:1

Taq.: Regina

Evento: URB

Orador:

Data: 30-01-03

Sem Revisão da Taquigrafia

Não é o passo ideal? Não é, politicamente se faz o possível, mas não é o ideal. Mas carrega, e nesse é o ponto em que me debrucei, basicamente dentro dela a base para que, de uma vez por todas, a lei seja cumprida. O Júlio citou um ponto que quero citar. Tínhamos um decreto do Setúbal que proibia as "empenas cegas" na cidade de São Paulo, por coincidência a minha empresa tinha quase todas as empenas, retirei todas porque a minha filosofia de trabalho é respeitar a lei quando não estou de acordo com a lei. A minha inteira todos sabem que foi essa. Pois bem, durante 20 anos aquelas empenas tiveram publicidade irregular. Então o problema de fiscalização é muito antigo, e por que agora isso na cidade de São Paulo isso piorou muito? Porque sabemos que piorou. E piorou por três motivos básicos: primeiro, o surgimento do mono-poste que fez com que um metro quadrado em baixo coloca-se 50 lá em cima, quando antigamente precisava 50 embaixo para colocar 50 em cima. Esse é o primeiro ponto. Tivemos o segundo ponto que é a questão do cadepex(?), que é a não exigência de negativas de impostos que fez com que passasse a centenas as "empresas" pequenas, ex-funcionários que vão fazer, filhinho de papai que não tem nada para fazer, mas o tio dele é diretor de marketing, sai fazendo, depois vai embora e deixa tudo arrebitado; grandes empresários, inclusive não-sindicalizados estão fazendo uma série de grandes irregularidades na cidade de São Paulo, porque tem costas quentes e eu não sei de quem. Então pusemos isso, aumentamos a multa violentamente, criamos um controle sobre manutenção porque há proposto do Júlio de 90, daquele grupo de trabalho, porque todas as peças, temos um fiscalizador, um publicitário que é o anunciante, que quer



Câmara Municipal de São Paulo

DEPARTAMENTO TÉCNICO DE TAQUIGRAFIA DT-10

Folha nº 2847 do
Processo 90615
Carlos Roberto Silva
Reg. 11130

Rod.: V13 Folha:2

Taq.: Regina

Evento: URB

Orador:

Data: 30-01-03

Sem Revisão da Taquigrafia

ter tudo em ordem. O comércio não tem e essa figura da manutenção foi absolutamente deturpada, porque o sindicato é que faz o cadepex(?), da Prefeitura. Hoje temos lá um cadastro mais importante de Cadan, de engenharia, de escritório de contabilidade, de transformar o objeto social de sua empresa como empresa de publicidade exterior, para podermos ter contrato de manutenção com o comércio, e que não existe nenhuma, nem manutenção nem nada, mais isso do que empresas verdadeiramente de mídia exterior. Esses pontos são os básicos que fazem com que acreditemos.

Há um terceiro ponto, que é o mais importante. Por favor, todos aqui, espero que esteja sendo gravado, cobrem-me. O Cepex é o resultado da união de empresas, óbvio. Temos conseguido ao longo do tempo um trabalho de convencimento, de que a única solução é a profissionalização. Com a chegada do mobiliário urbano, onde vai ser ocupado espaço público, que tem muito mais valor em termos visuais do que o particular, onde vem agregado um serviço à população e onde as grandes empresas têm um trabalho altamente profissional, não nos resta outra saída a não ser profissionais nos espaços públicos, não nos resta outra saída para termos qualidade. Então nós que queremos que a cidade esteja em ordem, vamos participar - cobrem-me -, o sindicato já está em contato com entidades da cidadania, as quais consideramos sérias, com a promotoria, porque essa nós vamos pedir à Prefeitura do Município de São Paulo para ampliar o convênio que temos com ela, porque queremos e vamos fazer essa nova lei ser cumprida. Por que? Embora não seja a ideal, se conseguirmos fazer que pela primeira vez na história da publicidade exterior que na cidade de São Paulo uma lei



Câmara Municipal de São Paulo

DEPARTAMENTO TÉCNICO DE TAQUIGRAFIA DT-10

Folha nº 2854/ do

Processo 406027

Carlos Roberto Silva
Reg. 11130

Rod.: V13 Folha:3

Taq.: Regina

Evento: URB

Orador:

Data: 30-01-03

Sem Revisão da Taquigrafia

seja cumprida, vamos criar um mecanismo básico que nos interessa de que uma lei é para ser cumprida. O que significa igualdade de condições de trabalho a todos que queiram, porque quem não cumpre hoje a lei tem grande vantagem, têm empresas mais novas do que a minha, que nunca cumpriram a lei e que compram hoje dez vezes a minha empresa, e eu não compro 1/10 da empresa deles. Se trabalhar no arrepio da lei, você fatura com muita facilidade. Então, não queremos o trabalho dessa forma e o sindicato vai fazer um trabalho efetivamente com qualidade, junto às agências para que as empresas que não estiverem cumprindo, dentro do prazo estabelecido na lei, vão ser excluídas e pelo sindicato denunciadas. Esperamos contar com o apoio da população, da associações, da promotoria quanto ao cumprimento da lei porque não se trata de nada, é pura e simplesmente a nossa salvação. Obrigado.

O SR. NABIL BONDUKI - Obrigado, Dr. Rubens. Temos um último inscrito, o meu assessor, José Carlos Gomes Alves e depois a Helena Werneck, que vai responder várias questões que foram trazidas pela assessora da Vereadora Miryam Athie. Tem a palavra o Zeca.

O SR. JOSÉ CARLOS GOMES ALVES - Bom dia a todos. Como muitos de vocês, há muito tempo estou discutindo esse assunto. Poucos de nós ficaram de cabelo branco, mas tem gente que até perdeu cabelo, outros continuam igualzinhos, não mudaram. Há muito tempo discutimos a inserção do mobiliário na paisagem urbana.

Não queria me... (V14)



Câmara Municipal de São Paulo

DEPARTAMENTO TÉCNICO DE TAQUIGRAFIA DT-10

Folha nº 8867# do
Processo 406627#
Carlos Roberto Silva
Rep 1130

Rod.: V14 Folha:1

Taq.: Regina

Evento: URB

Orador:

Data: 30-01-03

Sem Revisão da Taquigrafia

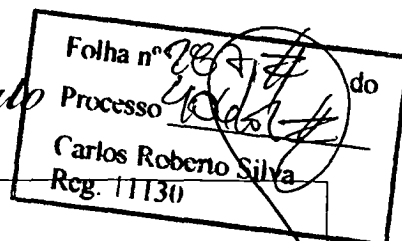
Não queria me alongar, por causa do tempo, mas acho que posso resumir o que tenho a dizer, pois há questões que são de fundo e outras são formais, de redação. Em primeiro lugar, com relação às questões de fundo, tenho duas observações a fazer. A primeira, e a mais importante, é que se esse projeto acertadamente usou como base para disciplinar a localização dos anúncios na cidade à hierarquia do sistema viário, faltou considerar também a relação do sistema viário com a ocupação do solo, algo que hoje é prematuro fazer. O Plano Diretor remeteu aos planos regionais o detalhamento do que seria a relação da hierarquia do sistema viário com uso e ocupação do solo. Então, parece-me que um dos aspectos fundamentais da inserção dos anúncios ou de qualquer elemento numa cidade seja a relação direta que têm com o elemento estruturador, que é o sistema viário e a sua hierarquia, e a questão do uso e ocupação do solo. Só teremos a compreensão clara de como isso vai ficar arranjado na cidade, organizado, após a aprovação dos planos regionais.

Do ponto de vista, como viés da minha formação, sempre olho um projeto desse e tento mapear. O que eu penso primeiro em fazer? Vamos mapear, vamos ver aonde estão os lugares onde podem ser inseridos anúncios. A ausência de ter uso e ocupação do solo cruzado com a hierarquia viária gera problemas no mapeamento. Se eu não enxergo claramente onde poderão ter os anúncios, porque aqui tem complicados, de fácil visibilidade, anúncios que estão em vias coletoras voltados para outras vias a uma determinada distância, se não consigo mapear com clareza isso, tenho problema de aplicabilidade. Estamos criando



Câmara Municipal de São Paulo

DEPARTAMENTO TÉCNICO DE TAQUIGRAFIA DT-10



Rod.: V14 Folha:2

Taq.: Regina

Evento: URB

Orador:

Data: 30-01-03

Sem Revisão da Taquigrafia

assim um problema para a aplicação da lei, não é uma questão só formal. Esse é um primeiro aspecto de fundo.

O segundo aspecto de fundo é a abrangência do projeto de lei, o universo que ele procurou disciplinar. A lei anterior disciplina os anúncios na paisagem e não trata de anúncios em veículos, não trata de anúncios temporários nas áreas de uso comum, nos logradouros, são as plaquetas, panfletos, isso é disciplinado de outra maneira. Eu considero que até pela natureza da efemeridade, pela natureza desse tipo de publicidade, não deve ser, não precisaria ser tratado junto com os anúncios que têm inserção importante na paisagem, como aquele que tem de cobertura do Unibanco, não posso. Acho que ao tentar abranger tudo, um universo muito extenso, a lei é complicada.

Entrando diretamente no mérito, permitir anúncio em motocicleta da maneira que está colocado aqui, com dimensões mínimas, eu acho uma coisa ruim a primeira vista. Não deu tempo de estudar o impacto que teria, mas a primeira vista é ruim. E se pode em motocicleta, em bicicleta também pode porque não seria justo impedir. Mas acho que o lugar está errado e talvez o tratamento esteja.

Com relação ao ônibus, ao transporte coletivo, também acho complicado o que está colocado, mas é uma questão para discutir a parte dos anúncios. Acho que isso atrapalha a discussão mais importante...

A SRA. MYRYAM ATHIE (PPS) - Zeca, só um minutinho. Nós não tratamos os anúncios dessa forma. É anúncio indicativo dos serviços de moto boy. Esses bagageiros, atrás das motocicletas, que se destinam a



Câmara Municipal de São Paulo

DEPARTAMENTO TÉCNICO DE TAQUIGRAFIA DT-10

Folha nº 288 # do
Processo 406574
Carlos Roberto Silva
Reg. 11130

Rod.: V14 Folha:3

Taq.: Regina

Evento: URB

Orador:

Data: 30-01-03

Sem Revisão da Taquigrafia

um serviço específico na cidade, onde ali você tem anúncio indicativo do nome da empresa, do telefone daquele serviço de moto-boy.

O SR. JOSÉ CARLOS GOMES ALVES - É. Como me chamou a atenção o painel da frente, por exemplo, tem 1,80m e atrás 1,20m. Então eu acho que a explicação, tudo bem, é indicar o tipo de serviço? O logotipo da empresa? Então está muito grande, não é no bagageiro, é num elemento de proteção, que não existe ainda, que deve assumir uma forma de proteção ao condutor da motocicleta, eu não conheço, não vi. Acho que isso precisaria ser discutido com mais cuidado.

Outro aspecto da abrangência é a questão do mobiliário urbano. Além de discutirmos a inserção de anúncio na paisagem, nos lotes e nas áreas públicas, já discutimos durante muito tempo uma disciplina para ocupação das áreas de uso comum com o mobiliário urbano. E um código de ocupação do espaço público que algumas vezes já tratamos e tentamos trazer para a Câmara para aprovar e não conseguimos, esse capítulo do mobiliário é incoerente com a lei que foi aprovada, publicada hoje, estou com a lei aqui. Relaciona outros elementos do mobiliário que não constam da lei aprovada e não disciplina a inserção de anúncios no mobiliário.

Essa lei que foi aprovada, só para ficar mais claro, não procurou abranger todos os elementos que podem ser classificados como mobiliário urbano. Por exemplo, as bancas de jornal ficaram fora. É que eu não estou..., mas as bancas de jornal me parece não constam da relação de mobiliário urbano que será objeto de uma concessão que a lei está autorizando. Existe lei específica que trata de banca de jornal e de anúncio em banca de jornal. Se quisermos trabalhar com



Câmara Municipal de São Paulo

DEPARTAMENTO TÉCNICO DE TAQUIGRAFIA DT-10

Folha nº 189 do
Processo 40652
Carlos Roberto Silva
Reg. 11130

Rod.: V14 Folha:4

Taq.: Regina

Evento: URB

Orador:

Data: 30-01-03

Sem Revisão da Taquigrafia

mobiliário urbano, inserção de anúncio em todos os elementos do mobiliário urbano, a gente devia descer mais à profundidade e esgotar o assunto. Se é para constar isso aqui, é melhor aprofundar e esgotar. Talvez fosse mais correto separar o assunto.

Com relação aos aspectos agora não de fundo, mas aspectos do projeto de lei em si, da redação, também fiz uma leitura rápida só nessa última semana, nesses últimos dois dias pude ler o substitutivo, e vou dizer que a minha primeira impressão, mas como só temos esta audiência pública, vou falar aqui que é mais objeto de uma manifestação técnica do que de uma audiência pública. Mas acho que redação está complicada, há problemas e isso pode levar a problemas na aplicação da lei. Não é uma questão formal de deixar a redação bonita, bem-feita, é uma questão de criar problema de aplicação. Por exemplo, quando o projeto de lei empresta conceitos do Código de Edificações, não só empresta, empresta e modifica, eu acho que precisamos tomar um pouco de cuidado. Quando fala em edificação transitória, devia simplesmente usar o conceito do Código de Edificações e não acrescentar idéias que confundem conceito de edificação transitória. Vou ler o de edificação transitória só para servir de exemplo. "Edificação transitória é aquela construída sobre o solo de modo não fixo - eu ainda não vi nenhuma construção feita de modo não fixo - ou de pequenas dimensões em caráter não permanente". Ela acrescentou... (V15)



Câmara Municipal de São Paulo

DEPARTAMENTO TÉCNICO DE TAQUIGRAFIA DT-10

Folha nº 190 do
Processo 40637
Carlos Roberto Silva
Reg. 11130

Rod. V15 Folha:1

Taq.:Valéria

Comissão de Política Urbana (AUDIÊNCIA

PÚBLICA) Data: 30-1-03

Sem Revisão da Taquigrafia

... ou de pequenas dimensões em caráter permanente. Ela acrescentou um conceito que não está no Código de Edificações e que atrapalha o entendimento do que poderia ser uma edificação transitória. E é claro que quando essas definições estão aqui, estão aqui para suporte de um artigo, de alguma regra para inserção de anúncio que está lá na frente. Se a definição está mal feita, a regra lá na frente vai ser mal compreendida.

Outras duas definições me preocuparam. Uma é de lote lindeiro. O lote, aliás, tem uma definição que nem precisaria estar aqui, pois está na legislação de parcelamento, uso e ocupação do solo de âmbito federal. Então, lote todo mundo sabe. E lindeiro é uma propriedade, é contíguo a alguma coisa. Há uma definição de lote lindeiro que está aqui colocada, que é difícil compreender e que não tem uma correspondência clara com uma regra, com uma norma lá na frente.

Outra definição, como face de visibilidade, além de ser confusa, usa como apoio a definição de testada e é conflitante com a definição de testada que está logo um pouco antes dessa definição. Então, temos problemas de definição.

Só para citar outra coisa que me chamou a atenção. Acho que ela requer uma revisão. Por exemplo, há dois artigos subseqüentes - acho que o 11 e o 12 - que tratam de proibições de anúncio. Um fala: "São proibidos anúncios..." e o outro fala: "É vedada o anúncio...", e uma relação de coisas. É claro que eles poderiam estar juntos, com uma explicação melhor. A proibição de anúncio em área de uso comum está repetida umas três vezes com redações um pouco diferentes. Então, a



Câmara Municipal de São Paulo

DEPARTAMENTO TÉCNICO DE TAQUIGRAFIA DT-10

Folha nº 2987 do
Processo 40657
Carlos Roberto Silva
Reg. 11130

Rod. V15 Folha:2

Taq.:Valéria

Comissão de Política Urbana (AUDIÊNCIA

PÚBLICA) Data: 30-1-03

Sem Revisão da Taquigrafia

gente precisa um pouco de cuidado, porque isso vai gerar problema de aplicação.

Não estou entrando no mérito dela, mas me chamou a atenção - para exemplificar que a gente tem de perder um tempo com a revisão da redação - um critério de área, que está fora da ordem alfabética, que é área de exposição do anúncio. Esse me preocupou mais. Entre os meus defeitos, eu dou aula de desenho para o primeiro ano de arquitetura e infelizmente dou Geometria Descritiva. Aqui há um conceito que é de Geometria Plana que me chamou a atenção. Vou ler: "Área de exposição de anúncio é aquela que compõe cada face da mensagem do anúncio, devendo, caso haja dificuldade de determinação da superfície de exposição..." Primeiro a gente assume que não sabe calcular uma área de superfície. Deve ser para simplificar, então vamos reduzir para uma forma mais simples. Não há nenhuma dificuldade em se calcular área de superfície - nem você, nem ninguém. Se não souber fazer, bota no Autocad, e com qualquer desenho ele calcula para você. Mas vamos supor que a gente não consiga calcular a área da superfície. Deve ser considerado, então, quando você não consegue calcular a área da superfície, a área do menor quadrilátero regular. Polígono regular, todo mundo sabe, é aquele que tem os lados iguais. Quadrilátero regular, *tucanaram* o quadrado, eu diria, porque quadrilátero regular só pode ser quadrado. E é claro que quem fez isso estava querendo dizer retângulo. É o menor retângulo, porque há aquelas coisas que saem para fora do anúncio, e a área mais aproximada do anúncio é o menor retângulo. Mas retângulo é retângulo; o quadrado é um retângulo particular, porque ele é regular.



Câmara Municipal de São Paulo

DEPARTAMENTO TÉCNICO DE TAQUIGRAFIA DT-10

Folha nº 927 do
Processo 40615
Carlos Roberto Silva
Reg. 11130

Rod. V15 Folha:3
PÚBLICA) Data: 30-1-03

Taq.:Valéria

Comissão de Política Urbana (AUDIÊNCIA

Sem Revisão da Taquigrafia

Então, na hora de calcular um anúncio, gente, se você usar o quadrado, a área do anúncio dobra. Num outdoor que tem um apliquezinho lá em cima, se for o menor quadrado em que ele se insere, a área dobra. Isso é ruim para quem está fazendo o anúncio. Isso passou. Então, há que ter uma revisão de redação um pouco mais séria. Essa é uma coisa de simples correção, e não estou desmerecendo quem fez o projeto. Quando a gente faz um projeto - e eu sei porque trabalho com isso -, a gente faz "n" revisões de projeto, e acaba, quem leu dez vezes, não enxergando mais nada. É um horror fazer revisão de projeto. Mas temos de tomar um pouco mais de cuidado quando levamos à aprovação esses projetos.

O que acho mais complicado não são essas questões formais - pois essas a gente senta e corrige -, são as questões de fundo. O que é importante? É saber onde os anúncios podem estar na Cidade - isso é importante - e o impacto que eles causam. Então, "Localização e Dimensões": se não tenho uma visão clara de que cidade eu quero com relação à colocação de anúncios, porque ainda não tenho uma complementação da compreensão da Cidade, pois está faltando ainda uso e ocupação do solo, eu acho prematuro. Ou a gente aprova essa lei agora e daqui a três, quatro meses, quando sair o uso e ocupação do solo, vamos querer mudar essa lei novamente, para ficar compatível com o uso e ocupação do solo.

Então, eu só queria deixar esse alerta, que é o mais importante.

O SR. NABIL BONDUKI (PT) - Obrigado. A última inscrita é Helena Werneck, que responderá as questões levantadas.



Câmara Municipal de São Paulo

DEPARTAMENTO TÉCNICO DE TAQUIGRAFIA DT-10

Folha nº 2937 do
Processo 400/624
Carlos Roberto Silva
Reg. 11130

Rod. V15 Folha:4 Taq.:Valéria Comissão de Política Urbana (AUDIÊNCIA PÚBLICA) Data: 30-1-03
Sem Revisão da Taquigrafia

A SRA. HELENA WERNECK - Vou tentar, na medida do possível, pois fiquei por último, e há tantas questões para responder. Vou ver se consigo verificar todas.

A primeira questão, que a Lucila colocou, é sobre o vermelho e o azul no desenho hipotético da quadra. Vejam bem que o desenho hipotético da quadra, que nós havíamos comentado, não foi uma perspectiva que a gente tenha querido fazer, foi uma análise que Sempla fez e que aproveitamos para poder recuperar a informação correta do desenho. É uma quadra hipotética. Aparecendo o vermelho e o azul, parece que realmente o vermelho predomina sobre o azul.

Mas é bom a gente lembrar que na 12.115 era tudo a mesma coisa; ou seja, não havia indicação entre o publicitário e o indicativo, em que os dois se distanciam. E mais, como ficou bem claro, na leitura feita pelo vídeo do Cepecs, que são níveis de leitura diferentes, que, obviamente, no desenho, fica aparentando estar sendo privilegiado um tipo de inserção comercial, e não outro.

Mas, na verdade, ... Segue Valéria



Câmara Municipal de São Paulo

DEPARTAMENTO TÉCNICO DE TAQUIGRAFIA DT-10

Folha nº 259	do
Processo	
Carlos Roberto Silva	
Reg. 11130	

Rod. V16 Folha:1
PÚBLICA) Data: 30-1-03

Taq.:Valéria

Comissão de Política Urbana (AUDIÊNCIA
Sem Revisão da Taquigrafia

Mas, na verdade, você tem que ter áreas diferentes, porque se referem a níveis de visualização diferentes, e que o desenho, por ser colocado em um plano só, não identifica. Como são três níveis de leitura, o nível que fica bem mais no alto e bem mais longe do passante, da pessoa que está - como coloca o conceito da lei - dentro do bem de uso comum do povo, evidentemente não seria visto se não tivesse uma dimensão maior. Como isso não fica claro, aparentemente fica uma discrepância, quando, na verdade, ela é relativa ao nível de visão do passante. Primeira questão.

Segunda questão. Em números brutos de inserção comercial, há uma redução, sim, de 30% em uma visão hipotética. Ainda que a gente não veja, essa redução se dá sensivelmente em números maiores quando aplicados à realidade com aquele conceito de indicação líquida, e não bruta, como a gente trata nos níveis mínimos previstos pela lei.

Com a questão das vias coletoras, não são 16 mil, como foi colocado pela arquiteta, são bem menos do que isso. Eu queria citar o artigo 11: "É vedada a instalação de anúncios em: XV - a) vias coletoras e locais assim definidos pela Lei Municipal 13.430/02, exceto quando de natureza indicativa" e b) quando anúncios localizados são a uma distância igual ou inferior a 120 metros de uma via classificada como N1, N2, N3, por conta da peculiaridade do sistema viário de São Paulo, que fez com que, ao se abrirem grandes vias, se distanciassem algumas por conta de largura. Então, essa questão da face de visibilidade para a face N1, N2, N3, é necessária, até porque não existem imóveis disponibilizados nas grandes vias. Mas a via coletora e a via local estão colocadas como proibidas no modelo de



Câmara Municipal de São Paulo

DEPARTAMENTO TÉCNICO DE TAQUIGRAFIA DT-10

Folha nº 295# do
Processo 40652#
Carlos Roberto Silva
Reg. 11130

Rod. V16 Folha:2
PÚBLICA) Data: 30-1-03

Taq.:Valéria

Comissão de Política Urbana (AUDIÊNCIA

Sem Revisão da Taquigrafia <

lei; ou seja, as 11 mil não estarão efetivamente disponibilizadas para inserção comercial.

Com relação ao que a Yassuko (?) comentou, sobre a CET, eu lembraria, inclusive, a questão do Conpresp (?), que ela não comentou, mas vou comentar. Um dos grandes nós de aprovação de inserção comercial na cidade de São Paulo e uma grande fábrica de irregularidades é exatamente na dificuldade de se obterem critérios claros e definidos tanto sobre a questão da segurança trânsito como das visuais necessárias para o tombamento e preservação dos bens de necessidade de cultura.

Quanto a isso, foi colocado - seguidamente, reiteradamente - à ao CET e ao Conpresp para que dissessem com clareza as regras que nunca foram colocadas. O que acontece na vida prática de um cidadão que pretende colocar uma inserção comercial é que ele tem de se submeter à CET e aguardar insistentemente uma resposta, que, evidentemente, vai ficar diferenciada por cada técnico que olhará a questão. Não se pode conviver com uma regulamentação em cima de opiniões que mudam com os técnicos. Essa regulamentação tem de ser feita, sim, deve constar das questões. E está prevista a regulamentação do CET relativa a critérios específicos, assim como a regulamentação dos critérios do Conpresp para definição das visuais.

Essas são as questões que aparentemente mais me chamaram a atenção. Das outras, eu ainda estou fazendo a revisão, e a gente pode responder. Mas, que eu me lembro, com relação às principais questões levantadas, foi isso.



Câmara Municipal de São Paulo

DEPARTAMENTO TÉCNICO DE TAQUIGRAFIA DT-10

Folha nº 296# do
Processo 406/2002
Carlos Roberto Silva
Reg. 11130

Rod. V16 Folha:3
PÚBLICA) Data: 30-1-03

Taq.:Valéria

Comissão de Política Urbana (AUDIÊNCIA) -

Sem Revisão da Taquigrafia

O SR. NABIL BONDUKI (PT) - Obrigado. Não temos mais nenhum inscrito. Acho que o debate foi interessante para destacar vários pontos desse projeto de lei, que ainda pode ser aperfeiçoado, inclusive porque o substitutivo sequer foi lido em Plenário, ainda não foi publicado. Como nós verificamos, na última audiência pública havia alguma controvérsia a esse respeito. Ele ainda não foi publicado porque não foi lido em nenhuma sessão ordinária. E as sessões que estamos tendo durante este mês - e mesmo durante os últimos dias de dezembro - foram reuniões extraordinárias. Portanto, se ele eventualmente for colocado em pauta, terá de ser lido, e, portanto, ainda existe ampla possibilidade de ele ser aperfeiçoado em relação a esses aspectos e a algumas questões que foram aqui levantadas - sejam de conteúdo, sejam de forma -, que me parecem, pelo menos pessoalmente, necessárias serem feitas, para garantir que de fato essa legislação contribua para o avanço do enfrentamento do problema da poluição visual na cidade de São Paulo.

Assim sendo, perguntaria se a Vereadora Myryam Athie teria algo a dizer, mas ela teve de sair. Então, dou por encerrada a audiência pública relativa ao PL 406/2002, da Vereadora Myryam Athie, que disciplina o uso da paisagem urbana para fins de organização de anúncios, dando providências.

Lembro que temos ainda três projetos de lei para passarem hoje por audiência pública, o que faremos em seguida, após uma suspensão de cinco minutos. Obrigado.

- *Suspensos, os trabalhos são reabertos ... Segue Valéria*

SEGUE m, juntado s, nesta data
documento s e papel de informação
rubricado s sob folha s nºs 292 a 299
Em 01/9/03

FÁBIO DE CASTRO PAIVA
Secretário



Câmara Municipal de São Paulo

PARECER Nº /2003 DA COMISSÃO DE CONSTITUIÇÃO E JUSTIÇA SOBRE O VETO PARCIAL AO PROJETO DE LEI Nº 406/2002.

Trata-se de veto parcial aposto pela Sra. Prefeita ao Projeto de lei nº 0406/02, de autoria da nobre Vereadora Myryam Athiê, que disciplina o uso da paisagem urbana para fins de ordenação de anúncios.

Após regular tramitação pelas Comissões, o projeto restou aprovado em 2ª discussão e votação na 22ª Sessão de Convocação Extraordinária, realizada em 30 de janeiro último, na forma do substitutivo apresentado pela autora. Enviado à sanção, foi vetado parcialmente por inconstitucionalidade, ilegalidade e contrariedade ao interesse público.

Foram vetados os seguintes dispositivos:

- 1) - incisos XVI e XXIV do art. 8º;
- 2) - inciso XI do art. 10;
- 3) - alínea "b" do inciso XV do art. 11;
- 4) - § 2º do art. 13;
- 5) - § 3º, incisos I a VI, e os §§ 5º e 6º I, do art. 26;
- 6) - §§ 1º, 2º e 3º do art. 29;
- 7) - "caput" e os §§ 1º a 5º do art. 31;
- 8) - art. 45;
- 9) - "caput" e incisos I a VI do art. 46;
- 10) art. 47;
- 11) "caput" e parágrafo único do art. 48;
- 12) "caput" e incisos I a VI e o parágrafo único do art. 50;
- 13) "caput" e incisos I a VI do art. 51;
- 14) "caput" e incisos I a IV do art. 52;
- 15) § 2º e incisos I a III, e o § 3º do art. 79; e
- 16) arts. 89 e 90.

Após análise dos argumentos jurídicos expendidos, (com relação aos dispositivos elencados nos itens nº 1, 2, 4 e 5) conclui-se que assiste razão à Sra. Prefeita, uma vez que os dispositivos vetados estão em descompasso com as regras fixadas no Plano Diretor Estratégico do Município de São Paulo (Lei nº 13.430/02). Não se pode aqui invocar o princípio jurídico segundo o qual, a lei posterior revoga a

17 - RELCOM
17-1326/2003



Câmara Municipal de São Paulo

anterior, visto que a Lei que instituiu o Plano Diretor, em que pese ser uma lei ordinária, foi aprovada com quórum qualificado de 3/5 (três quintos), por estabelecer justamente metas para o desenvolvimento da Cidade. Assim, só poderá ser alterada por norma específica que se submeta também ao quorum especial. Ao se aceitar que a lei posterior, aprovada com quorum inferior possa alterá-lo estar-se-á adulterando a sua natureza.

Quanto à alínea "b" do inciso XV ao art. 11, não procedem os argumentos da Sra. Prefeita, tendo em vista que o projeto enquadra-se perfeitamente nas pretensões do Plano Diretor, vez que trata de legislação referente ao trato da paisagem urbana, disciplinando os elementos presentes nas áreas públicas.

No tocante aos §§ 1º, 2º e 3º do art. 29, não procede o argumento no sentido de que contraria a Lei nº 13.517/03, que dispõe sobre a outorga de concessão para criação, desenvolvimento, fabricação, fornecimento, instalação, manutenção, objeto conservação e exploração publicitária de mobiliário urbano, uma vez que, por serem leis de mesma hierarquia, com o mesmo quórum de aprovação, a lei posterior revoga a anterior, no que for incompatível. Acrescente-se, ainda, que o § 1º refere-se à definição do objeto da licitação tão-somente e não à definição do que consiste imobiliário urbano.

Entretanto, considerando o disposto na Lei Complementar nº 95/98, em seu art. 7º, inciso IV, segundo o qual "o mesmo assunto não poderá ser disciplinado por mais de uma lei, exceto quando a subsequente se destine a complementar lei considerada básica, vinculando-se a esta por remissão expressa", procede o veto a esses dispositivos, por já haver norma disciplinando a matéria.

Quanto ao veto apostado ao "caput" e aos §§ 1º, 2º, 3º, 4º e 5º do art. 31, aplica-se também a análise do tópico anterior, acrescentando que, de fato, a Lei de Licitações e Contratos (8.666/93 e alterações posteriores) já regula a matéria, assim como a Lei Municipal nº 13.278/02 e ainda trata de assunto estranho à esta lei, o que contraria também o disposto no art. 7º da citada Lei Complementar nº 95/98,



Câmara Municipal de São Paulo

prosperando, dessa forma, os demais argumentos expendidos pela Sra. Prefeita.

Com relação ao veto apostado aos arts. 45, 46, 47, 48, 50, 51 e 52, 89 e 90 procedem também os argumentos colocados pela Sra. Prefeita.

Ante todo o exposto, considerando os argumentos jurídicos expostos pela Sra. Prefeita, somos

PELA REJEIÇÃO DO VETO com referência à alínea "b" do inciso XV, do art. 11 e pela sua MANUTENÇÃO com relação aos demais dispositivos.

Sala da Comissão de Constituição e Justiça, 27.8.03

27.8.03

À Douta Comissão de
Política Urbana, Metropolitana
e Meio Ambiente
Em, 01 / 9 / 03


FÁBIO DE CASTRO PAIVA
Secretário

Recebido na Comissão de
Política Urbana, Metropolitana
e Meio Ambiente

Em 01/09/03 às 18:00 h


ANA PAULA KARRUZ
Secretária da Comissão de Política Urbana
Metropolitana e Meio Ambiente

AO NOBRE VEREADOR _____

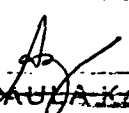
PARA RELATAR.

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

SEM EFEITO
SEM EFEITO

PRESIDENTE

CAMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO	
SEGUE, Justado de nº _____	para informação rubricado sob data _____
folha n.º <u>300 / 05 / 09 / 03</u> a)	


ANA PAULA KARRUZ
Secretária da Comissão de Política Urbana
Metropolitana e Meio Ambiente



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

Papel para informação, rubricado como folha nº 300 ✓

do processo nº PL 406 de 20 02 05, 09, 03

(a) ANA PAULA KARRUZ
Secretaria da Comissão de Política Urbana
Metropolitana e Meio Ambiente

À ATM
Sr. Assessor-Chefe,

Encaminhamento, nos termos do art. 362 do Regimento Interno.

11, 09, 2003

TONINHO PAIVA
Presidente
CPUMMA

A A. T. M.
Em 11/09/03

ANA PAULA KARRUZ
Secretaria da Comissão de Política Urbana
Metropolitana e Meio Ambiente

Embo PO 10
-nil/animal

SE GUE juntado nesta data, documento e papel para Informação, rubricado
sob folha nº 301

Em 23/02/07

(a) Márcia Gazoti
Auxiliar Téc. Administrativo
RF 51.539



Câmara Municipal de São Paulo

Papel para informação, rubricado como folha nº 301

do processo n.º 406/02 23/02/2007 (a)

Márcia Gazoti
Auxiliar Téc. Administrativo
RF 54.539

À SGP - 23 - Sr. Supervisor,

Oficiar ao Executivo comunicando a manutenção do Veto Parcial aposto à presente Lei, deliberado na 225ª Sessão Ordinária, de 22 de fevereiro do corrente.

23/02/2007

Ângela Bordin Andreoni
Subsecretária de Apoio Legislativo
SGP 2

RECEBIDO EM SGP-23

EM 01/03/07

AS 19:00 h

Sra. Kathya,

Oficiar ao Executivo comunicando manutenção do veto parcial apostado ao presente.

Em, 06.03.2007


LILIANA MARIA MIGLIANO BOSISIO
Superv. de Finaliz. do Proc. Legislativo-Subst.

Sra. Supervisora,

Providenciado conforme determinado por V.Sa.

Em, 06.03.2007


KATHYA REGINA MORALES DE SOUZA
Assistente Parlamentar

SEGUE juntado S nesta data
documento o papel da informação
rubricado: Santa Fé n.º 302 a 304
Em 14/03/07
MARCOS ANTONIO LEONIDAS
Técnico Parlamentar



Câmara Municipal de São Paulo

São Paulo, 06 de março de 2007.

23 - OF-SGP23
23- 0834/2007

Senhor Prefeito,

Comunico a Vossa Excelência que em sessão de 22 de fevereiro do corrente, a Câmara, em votação realizada nos termos do artigo 42, § 5º da Lei Orgânica do Município de São Paulo, resolveu manter o veto parcial apostado pelo Executivo à Lei nº 13.525, de 28 de fevereiro de 2003, que dispõe sobre a ordenação de anúncios na paisagem do Município de São Paulo e dá outras providências - veto comunicado a esta Edilidade pelo Ofício ATL nº 89, de 05 de março de 2003, referente ao PL nº 406/02, de autoria da Vereadora Myryam Athie.

Valho-me da oportunidade para renovar a Vossa Excelência os meus protestos de elevado apreço e distinta consideração.



ANTONIO CARLOS RODRIGUES
Presidente

A Sua Excelência o Senhor
Doutor Gilberto Kassab
Digníssimo Prefeito do Município de São Paulo.

JCSS/krms

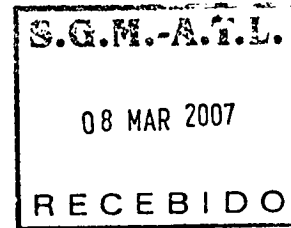


Câmara Municipal de São Paulo

Folha nº 303 do proc.
nº 406 de 2002
(a) MARCOS ANTONIO ZONIDAS
Técnico Parlamentar

São Paulo, 06 de março de 2007.

Recebi ofício SGP-23 nº 834, de 06/03/07, comunicando ao Senhor Prefeito a manutenção do veto parcial aposto pelo Executivo à Lei nº 13.525, de 28/02/03, relativa ao Projeto de Lei nº 406/02, de autoria do Executivo.




ANA LUIZA VANES TORRES FERREIRA
RF: 588.083.1.01
SGM-ATL



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

Papel para informação, rubricado como folha n°

304 ✓

do processo n°

466

de 20

14, 03, 07

(a)

MARCOS ANTONIO LEONIDAS

Técnico Parlamentar

À

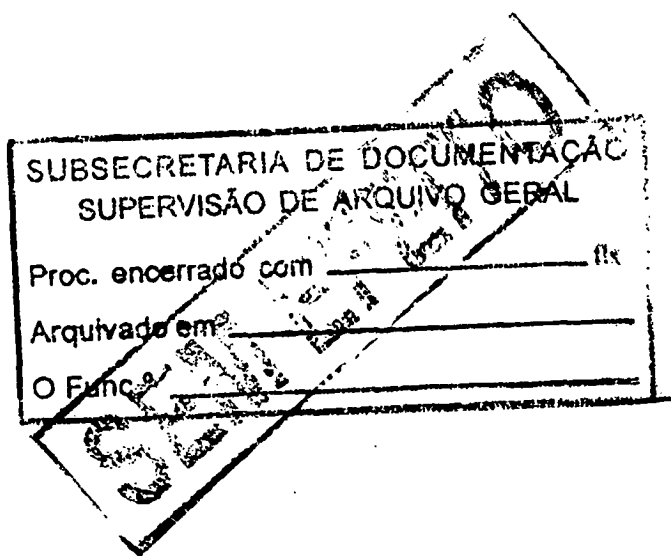
SGP. 33

Senhora Supervisora,

Para arquivar.

Em, 14/03/2007

LILIANA MARIA MIGLIANO BOSISIO
Supervisora de Finalização do Proc. Legis.-Subst.



S E G U E juntado nesta data, documento e papel para Informação, rubricado

sob folha nº 305#

Em 29/03/07

(a) LINDA ALBERTA GUMMAUSKAS
RTE 136-927

SGP-33



Câmara Municipal de São Paulo

Papel para informação, rubricado como folha n° 305
do processo **01-406** de **2002** 29/03/2007

Lina A. M. Gumauskas
RF 100927

**SUBSECRETARIA DE DOCUMENTAÇÃO
SUPERVISÃO DE ARQUIVO GERAL**

Proc. encerrado com 305 fls.
Arquivado em **29/03/2007**
O Funcionário

Lina A. M. Gumauskas
RF 100927