

11071-10



CAMARA MUNICIPAL DE SAO PAULO

CAMARA MUNICIPAL DE SAO PAULO
ASSESSORIA TECNICA DA MESA - A.T.M.
SISTEMA DE APOIO AO PROCESSO LEGISLATIVO

PROJETO DE LEI

: 01-1257/1995 DE 1995

12-149,5

MATERIA LEGISLATIVA: PL

01-1257/1995 DE 09/11/95

PROMOVENTE: VEREADOR

ARSELINO TATTO

E N E N T A:

Dispoe sobre a proibicao de propaganda de cigarro nos
próprios Municipais, vias publicas, praças, parques e
jardins, e dá outras providências.

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

CNC Solutions
Tipo: Processo Legislativo
26/10/2010 12:39:30

00000013217-90



ARQUIVADO EM 21/02/97

MARIA ISABEL LOPES CORRÊA
Chefe de Seção Técnica - Substituta

CHEFE DE SESSAO

HOJE
COMISSÕES DE 09 NOV 1995
COMISSÃO DE JUSTIÇA
PL. 1257/1995
ATIVIDADE LEGISLATIVA
SANTO, MONTELO (001257/95)
F. 1.ª (001257/95)
PRESIDENTE

01 - PL
01-1257/1995

Folha n.º 1 de proc.
n.º 1257 de 19 95
JETO DE LEI Nº 1257/95

Dispõe sobre a proibição de propaganda de cigarro nos próprios municipais, vias públicas, praças, parques e jardins, e dá outras providências".

A Câmara Municipal de São Paulo Decreta:

Art. 1º - Fica proibida a propaganda de cigarro nos próprios municipais, vias públicas, praças, jardins e parques.

Art. 2º - Esta Lei entrará em vigor na data de sua publicação.

Art. 3º - Revoguem-se as disposições em contrário.

SALA DAS SESSÕES, 07 de novembro de 1995


Arselino Tatto
vereador

SEÇÃO DE REGISTRO
09 NOV 1995
-DT. 10-

CAMAR...
 SEGRE...
 cado(s) ...
 8 03/11/95
 11
 11

JUSTIFICATIVA

SÃO INDISCUTÍVEIS OS MALEFÍCIOS CAUSADOS PELO FUMO. ANUALMENTE O PAÍS PERDE MILHÕES DE DÓLARES EM DANOS MATERIAIS E HUMANOS PROVOCADOS PELO FUMO. AS CONSEQUÊNCIAS MALÉFICAS DO CIGARRO, ATINGEM NÃO SÓ O FUMANTE, MAS TAMBÉM OS OUTROS QUE O CERCAM. ESSA É A MOTIVAÇÃO PRINCIPAL DESTE VEREADOR AO PROPOR O PRESENTE PROJETO DE LEI.

O CONSUMO DE CIGARROS CRESCE NO NOSSO PAÍS DE MANEIRA PREOCUPANTE; PRINCIPALMENTE SE LEVAMOS EM CONTA QUE ESSE CRESCIMENTO OCORRE ENTRE OS JOVENS.

PORÉM, NOSSO CONSOLO É QUE A SOCIEDADE TEM AMADURECIDO MUITO. CRIANÇAS E ADOLESCENTES PRESSIONAM PAIS E MÃES PARA ABANDONAR O VÍCIO; FUMANTES QUE INVADEM AS ÁREAS RESERVADAS A NÃO FUMANTES SÃO ENERGICAMENTE REPELIDOS. HOJE, SEGUNDO PESQUISAS DE OPINIÃO MAIS RECENTES, A GRANDE MAIORIA DA POPULAÇÃO REPELE O FUMO.

ASSIM, INCONCEBÍVEL QUE A PREFEITURA USE DINHEIRO PÚBLICO PARA FINANCIAR A INDÚSTRIA TABAGISTA.

CONTO POIS COM O APOIO DOS NOBRES PARES PARA APROVAÇÃO DO PRESENTE PROJETO DE LEI, DADO O SEU RELEVANTE VALOR SOCIAL.



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

Papel para informação, rubricado como folha n°

do processo n° 1257 de 19 95 22 11 95 (a)

Ao Senhor Assessor Chefe,
Sobre o assunto, consta:
Em 22-11-95
PL. 28/92, 372/95.

~~MARTA CANDIDA MOREIRA FORTA~~
Assist. Parlamentar

À Com. de Const. e Justiça

23 / 11 / 95


LUIZ AREIAS DE CARVALHO
Ass. Tecn. Leg. Chefe - A. T. M.

Recebido na Comissão de
Constituição e Justiça
Em 24/11/95 às 12:00 hs.

Ao Nobre Vereador Vicente Pires
para relatar.

Sala da Comissão de Constituição e Justiça

em

de

de 19

~~Presidente~~
Presidente

SEGUE juntado nesta data, documento e papel para informação, rubricado

sob folha

nº

04

Em

31

05

96

(a)



16 - PAR
16-1170/1996

Municipal de

Folha n.º 04
N.º 1257
do proc.
19
19

DA COMISSÃO DE CONSTITUIÇÃO E JUSTIÇA SOBRE O PROJETO DE LEI Nº 1257/95.

Projeto de Lei, de autoria do nobre Vereador Arselino Tatto, visa proibir a propaganda de cigarro nos próprios municípios, vias públicas, praças, jardins e parques. O projeto insere-se no âmbito do poder de polícia municipal. De fato, como ensina Hely Lopes Meirelles "a polícia administrativa municipal deve estender-se a todos os locais públicos ou particulares abertos à frequência coletiva, mediante pagamento ou gratuitamente...". Nesses lugares a Administração Municipal dispõe de amplo poder de regulamentação, colimando a segurança, a higiene, o conforto, a moral, a estética e demais condições convenientes ao bem estar público...". A publicidade urbana, abrangendo os anúncios de qualquer espécie e forma expostos ao público, deve ficar sujeito à regulamentação e polícia administrativa do Município, por ser assunto de seu interesse local e conter sempre a possibilidade de causar danos ao patrimônio público e à estética da cidade" (in "Direito Municipal Brasileiro", 6ª ed., Ed. Malheiros, págs. 363 e 364). Por se tratar de matéria sujeita ao quórum de maioria simples para deliberação, é dispensada a votação em Plenário, cabendo tal prerrogativa às Comissões Permanentes, na forma do art. 46, X, do Regimento Interno desta Casa. A proposta ampara-se nos arts. 13, I, 37, "caput", e 213, I, da Lei Orgânica do Município. PELA LEGALIDADE.

Sala da Comissão de Constituição e Justiça, 28/05/96

17 - RELCOM
17-0894/1996

J16/P11257-5

A Douta Comissão de
Política Urbana, Metropolitana
e Meio Ambiente
Em, 31/05/96

ORLANDO KOCI MENDES
AUXILIAR LEGISLATIVO

Recebido na Comissão de
Política Urb. Metrop. e Meio
Ambiente
Em 31.5.96 as 16:00 h.

DONIZETI A. PONTES
Assist. Parlamentar

AO NOBRE VEREADOR

PARA RELATAR.

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

05/06/96
PRESIDENTE

CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

Folha n°	05	do proc.
Nº		
do funcionário		

16 - PAR
16-1681/1996

PARECER Nº DA COMISSÃO DE POLÍTICA URBANA, METROPOLITANA E MEIO AMBIENTE AO PL 1.257/95

O PL 1.257/95, de autoria do nobre vereador Arselino Tatto, dispõe sobre a proibição de propaganda de cigarro nos próprios municipais, vias públicas, praças, parques e jardins.

O autor em sua justificativa denuncia os malefícios causados pelo fumo, que atinge não só os fumantes como também os não fumantes. Soma-se a isto os elevados lucros conseguidos pela indústria tabagista, que se contrapõem aos gastos com medicamentos, consultas médicas e internações por parte da população que é prejudicada direta ou indiretamente por este vício.

Tendo em vista que é função do Poder Público zelar pela saúde da população, além do problema da poluição visual, que a cada dia deteriora mais a cidade de São Paulo, não há como ele mesmo permitir a utilização de bens públicos para a colocação de propagandas de cigarro.

Considerando que a propaganda de cigarro é desnecessária e prejudicial à população, à cidade e contrária às próprias funções da Administração Pública, favorável é nosso parecer a este projeto de lei que proíbe a veiculação desta em próprios municipais.

Sala da Comissão de Política Urbana, Metropolitana e Meio Ambiente, em
14.08.96.

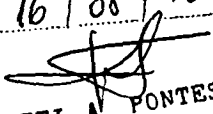

EMILIO MENECHINI
presidente


ALDAÍZA SPOSATI
relatora

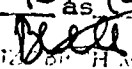
Maria Maria Braden.

17 - RELCOM
17-3155/1996

À Douta Comissão de
Atividade Econômica
Em, 16 / 08 / 96

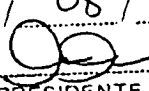

DONIZETI A. PONTES
Assist. Parlamentar

Recebido na Comissão de
Trânsito, Transporte
e Atividade Econômica.
Em 16, 08, 96 às 14 h

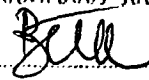

MARIA FÁTIMA DE H. MACHADO
Secretária

Ao nobre Vereador Marcos Centes
para relatar.
Sala da Comissão de Trânsito, Transporte e
Atividade Econômica.

20 / 08 / 96


PRESIDENTE

CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

SEGUEM, juntadas nesta data PROV. DE REGISTRAÇÃO rubricadas suas
folhas de n.º 06 / 319196 a) 



RELATÓRIO

17 - RELCOM
17-5034/1996

Camara

Municipal de São Paulo

Folha No. 06
do proc. No 1257 de 1995
Funcionário <i>[assinatura]</i>

DA COMISSÃO DE TRÂNSITO, TRANSPORTE E
ATIVIDADE ECONÔMICA SOBRE O PROJETO DE LEI Nº 1.257/95-

Visa o presente projeto de lei, de autoria do nobre
Vereador Arselino Totto, proibir a propaganda de cigarro
nos próprios municípios, nas vias públicas, praças,
jardins e parques.

Segundo a justificativa, objetiva-se impedir a
propaganda do referido produto nas áreas mencionadas,
tendo em vista os malefícios que este causa à saúde dos
municípios.

No âmbito de competência desta Comissão,
arguementamos que, na prática, não há como impedir a
entrada da publicidade de cigarro nos próprios
municípios, via rádio ou televisão, por exemplo. Por
outro lado, a legislação federal sobre a matéria já
limita bastante a questão, tornando redundante a
iniciativa em exame.

Contrário, pelo exposto, o parecer.

Sala da Comissão de Trânsito, Transporte e
Atividade Econômica, em 03/9/96

PRESIDENTE -

RELATOR -

[assinatura]
219

LÍDIA
CINTRA
DIRETORA
SALA
ITALO

PACHECO

[assinatura]
164
CONTRÁRIO AO PARECER

À Douta Comissão de
Saúde, Promoção Social e Trabalho

Em 03/09/96

MARIA ELIZABETH MACHADO

Recebido pela Comissão de

Saúde, Promoção Social e Trabalho

Em 04/09/96

AO NOBRE VEREADOR

PARA RELATAR.

SALA DA COMISSÃO DE SAÚDE, PROMOÇÃO
SOCIAL E TRABALHO.

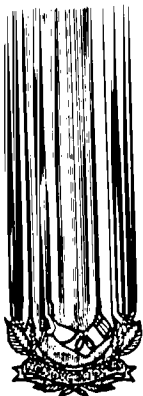
04 / 09 / 96

PRESIDENTE

CAMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

SEGUE, Juntado nesta data ^{papel para informação} documento, rubricado s.

folha n. 04 / 05/09 / 96 R) *WZ*



Município de São Paulo

16 - PAR
16-1997/1996

DA COMISSÃO DE SAÚDE, PROMOÇÃO SOCIAL

E TRABALHO SOBRE O PROJETO DE LEI 1257/95

De autoria do nobre Vereador Arselino Tatto, a propositura dispõe sobre a proibição de propaganda de cigarro nos próprios municipais, vias públicas, praças, parques e jardins.

Aprovou-se, recentemente, legislação que limita e mesmo proíbe de forma drástica que se fume em diversos ambientes fechados, havendo mesmo disposição legal que proíbe que se fume no interior dos prédios públicos pertencentes à municipalidade e no ambiente de trabalho dos órgãos da Administração Pública do Município.

No entanto, a propaganda de cigarros continua a ser exposta de forma escancarada e maciça por toda parte, inclusive em próprios da municipalidade, inclusive nos campos e ginásios desportivos, locais o menos indicado para tanto, já que nada mais contraditório do que o fumo e a saúde, o fumo e o esporte, ainda que a propaganda nos queira convencer do contrário.

Por ser dever de uma Administração Pública séria de qualquer município cuidar da saúde das pessoas que nele residem, não apenas quanto aos aspectos curativos, mas principalmente quanto aos aspectos da prevenção de doenças, consideramos amplamente meritório e do mais alto interesse público a aprovação da presente matéria.

Favorável, pelo exposto, o parecer.

Sala da Comissão de Saúde, Promoção Social e Trabalho, 26.09.96.

Presidente

Relator

assinado

17 - RELCOM
17-7028/1996

A Douta Comissão de
Finanças e Orçamento

Em 25/09/96

DONIZETI A. PONTES
Assist. Parlamentar

Recebido na Comissão de

Finanças e Orçamento

Em 25/09/96 às 13:30 h.

ANGELA BORDIN ANDREONI
Secretária

4.º nobre Vereador

para relatar

Sala da Comissão de Finanças e Orçamento

25/09/96

Presidente

CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

SEGUE(M) juntado(s) nesta data documento(s) rubri-
cado(s) sob n.º 08 e folha de informação sob
n.º 11/10/96

ISAEL P. S. HANASHIRO
Of. Adm. Geral



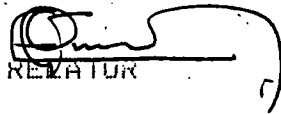
Câmara Municipal de

Folha n.º 08 do proc.
n.º 1257 de 1995
o funcionário
DELMIR S. M. P. S.
Of. Adm. Geral III

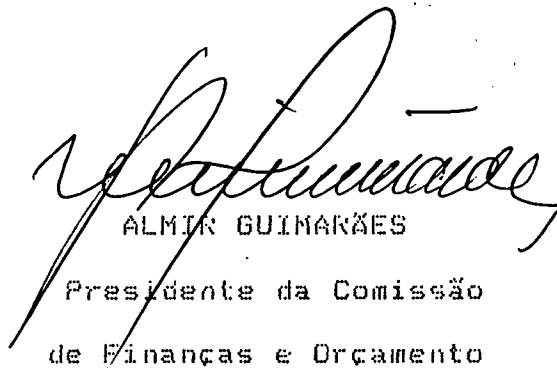
Senhor Presidente da Comissão de Finanças e Orçamento:

Tendo em vista a necessidade de maiores estudos sobre a matéria, solicito a V. Exa. a prorrogação de prazo para elaboração do relatório, conforme disposto no artigo 63, "caput", do Regimento Interno.

EM 11 / 10 / 96.


RELATOR

DEFERIDO


ALMIR GUIMARÃES
Presidente da Comissão
de Finanças e Orçamento

LEI Nº 11.100/96

CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

SEGUE M. J. () nesta data documental ()
adotar, sob n.º 09 e data de informação de
B.º 15/10/96

ISABEL P. S. MANASHIRO
Of. Adm. Geral III



16 - PAR
16-2150/1996

Municipal de São Paulo

Folha n.º 09 do proc.
n.º 1257 de 1996
o funcionário

W. P. S. HANASHIRO
Of. Adm. Geral III

PARECER Nº

/96 DA COMISSÃO DE FINANÇAS E ORÇAMENTO SOBRE O

PROJETO DE LEI Nº 1257/95

PUBLIQUE-SE EM

25/10/1996

O presente projeto de lei, de autoria do nobre Vereador Arselino Tatto, visa dispor sobre a proibição de propaganda de cigarros nos próprios municipais, vias públicas, praças, parques e jardins.

A Comissão de Finanças e Orçamento tem a ponderar que a Lei nº 12.115/96 disciplinou a matéria em pauta.

Contrário, portanto, o parecer.

Sala da Comissão de Finanças e Orçamento, em 15 de outubro de 1996.

Presidente -

Relator -

(Assinatura)

(Assinatura)

(Assinatura)

(Assinatura)

(Assinatura)

045 30-700-150

Publicador	
Parcours: 04, 05, 07 e 09	
publicados no	25/10/196
página(s)	39
Conferido:	<i>[Signature]</i>

A. A. T. M.
Em, 25/10/196

[Signature]
ANGELA BORDIN ANDREONI
Secretária



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

Papel para informação, rubricado como folha n° 10

do processo n° 1257 de 1995 15.01.97 (a) 83

Ao DT. 94 - Sra. Chefe:

De acôrdo com o artigo 275 do Regimen-
to Interno, arquivar o presente processo.

15.01.97

Breno Gandelman
BRENO GANDELMAN

Ass. Tecn. Legislativo - Chefe Substituto

A. T. M.

DEPARTAMENTO	
DE DOCUMENTAÇÃO E INFORMÁTICA	
SEÇÃO TÉCNICA DE ARQUIVO	
Proc. encerrado c/	10 fls.
Arquivo em	24.02.97
O Func.º	MARIA ISABEL LOPES CORREIA
	Chefe de Seção Técnica - Substituto

SEGUE juntado nesta data, documento e papel para informação, rubricado

sob folha nº 11 -

Em 24.02.97

(a) MARA L. ABEL LORES CORREIA
Chefe de Seção Técnica - Substituto



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

Papel para informação, rubricado como folha nº

do processo nº

01.01257

de 19

95 24.02.97

(a)

À ATM - Sr. Assessor Chefe

Em atenção ao RDS 13-0166/97, do ver. Arselino Tatto, líder do PT, segue o presente expediente para volta a tramitação.

São Paulo, 24 de fevereiro de 1997.

Maria Isabel Lopes Corrêa
Chefe de Seção - Substituto

[A large diagonal line is drawn across the page, likely indicating a cancellation or a placeholder for a signature.]

SEGUE juntado nesta data, documento e papel para informação, rubricado

sob folha nº 12

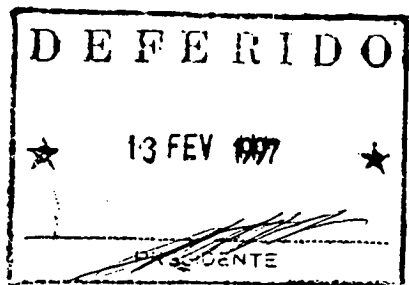
Em 24.02.97

(a) [Signature]

MARIA ISABEL LOPES CORRÊA
Chefe da Seção Técnica - Substituto



Câmara Municipal de São Paulo



13 - RDS
13-0166/1997

Folha n.º	102	de proc.
n.º	01.1257	de 1995
MARIA ISABEL LOPES CORREIA		
Chefe de Seção Técnica - Substituto		

REQUERIMENTO "D"

Requer desarquivar os Projetos
de Lei da legislação passada do
Vereador Arselino Tatto

REQUEIRO à Douta Mesa, na forma regimental,
que seja desarquivado os projetos abaixo relacionados:

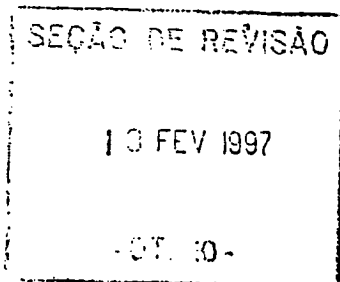
1/1993; 2/1993; 2/1993; 3/1993; 7/1993; 12/1993; 13/1993; 18/1993;
39/1993; 40/1993; 46/1993; 47/1993; 63/1993; 73/1993; 79/1993; 100/1993;
141/1993; 142/1993; 143/1993; 159/1993; 160/1993; 161/1993; 162/1993;
163/1993; 164/193; 178/1993; 179/1993; 198/1993; 302/1993; 303/1993;
319/1993; 320/1993; 324/1993; 325/1993; 326/1993; 327/1993; 338/1993;
385/1993; 524/1993; 563/1993; 599/1993; 600/1993; 655/1993; 659/1993;
665/1993; 740/1993; 743/1993; 805/1993; 18/1994; 36/1994; 54/1994;
64/1994; 78/1994; 125/1994; 193/1994; 323/1994; 342/1994; 350/1994;
393/1994; 615/1994; 28/1995; 30/1995; 44/1995; 60/1995; 79/1995; 85/1995;
202/1995; 206/1995; 225/1995; 251/1995; 272/1995; 276/1995; 431/1995;
467/1995; 490/1995; 657/1995; 673/1995; 722/1995; 915/1995; 916/1995;
918/1995; 938/1995; 946/1995; 1181/1995; 1242/1995; 1257/1995;
1318/1995; 1378/1995; 1379/1995; 1380/1995; 1587/1995; 11/1996;
58/1996; 164/1996; 359/1996; 430/1996; 456/1996; 457/1996; 467/1996;
474/1996; 475/1996; 476/1996; 477/1996; 478/1996; 479/1996; 480/1996;
481/1996; 482/1996; 483/1996; 562/1996; 575/1996; 607/1996; 608/1996;
609/1996; 610/1996; 619/1996; 630/1996; ~~639/1996~~; 679/1996; 679/1996;
680/1996; 681/1996; 682/1996; 682/1996; 684/1996; 685/1996; 686/1996;
687/1996; 688/1996; 689/1996; 789/1996; 824/1996; 849/1996; 868/1996;
887/1996; 888/1996; 889/1996; .

Sala das Sessões, 13 de fevereiro de 1997.

Arselino Tatto

Vereador

Lider da Bancada do P.T.



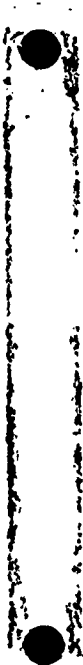
CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

SEQUE(M) juntado(s) nesta data documento(s) rubricado(s)

folha de informação nº

13 18101101 a YURI EDO FALCONI

R. F. 101.000 - 4-1





CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

Papel para informação, rubricado como folha nº

13

do processo nº 01.1257 de 19 95 18, 01, 01 (n) YURI ECO FALCONI
R.F. 101.007 - ATM

Ao DT.94 - Sra. Chefe:

Arquivar o presente processo, de acordo com o art. 275 do Regimento Interno (mudança de legislatura).

18, 01, 2001


BRENO GANDELMAN

Assessor Tec. Legislat. Chefe

ATM

SEGUE juntado nesta data, documento o papel para informação, rubricado

sob folha 14 e 15

Em 22 02 101

(a) 

Adelina Cicone
Assistente Parlamentar
Registro 100.406

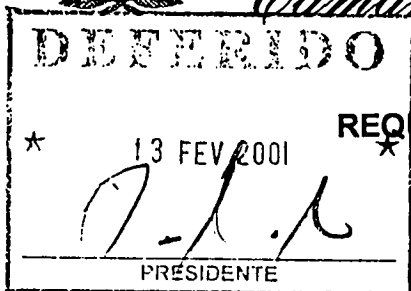


Câmara Municipal de São Paulo

Folha nº	14	de proc.
Nº	1257	95

Ademir Ciconne - Ass. Parlamentar

PF, 100/00



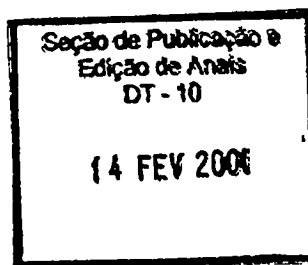
REQUERIMENTO 'D' Nº.

13 - RDS
13-0085/2001

Requeremos, à Douta Mesa, em conformidade com o artigo 275 da Resolução nº. 2 de 26 de abril de 1991 que os Projetos de Lei em anexo, de autoria do Vereador Arselino Tatto sejam desarquivados, seguindo seu trâmite normal.

Sala das Sessões,


Ver. Carlos Neder
Líder da Bancada do PT.





Folha nº	15	ROC.
Nº	1257	95

Adelina Cicone - Ass. Legislativa

Câmara Municipal de São Paulo

PL. Nº 206/1995

Ementa: Altera a Lei nº 11.355 de 05 de maio de 1993, em seus artigos 2º e 4º, e dá outras providências.

PL. Nº 251/1995

Ementa: Denomina a Rua Joel Souto Martins à uma Rua sem nome localizada no Jardim do Colégio ou Jardim Fazione – Capão Redondo – A.R. Campo Limpo, e dá outras providências.

PL. Nº 276/1995

Ementa: Estabelece a obrigatoriedade da colocação de balança eletrônica para conferência à disposição dos consumidores nos estabelecimentos comerciais do município e dá outras providências.

PL. Nº 431/1995

Ementa: Denomina a Creche Joel Souto Martins a atual Creche Municipal Capão Redondo, localizada à Rua João André Leyser, nº 99 – Capão Redondo e dá outras providências.

PL. Nº 673/1995

Ementa: Proíbe a utilização de instalação de sistemas de eletrificação para defesa de patrimônio no Município, e dá outras providências.

PL. Nº 722/1995

Ementa: Altera a Lei nº 11.602 de 12 de Julho de 1994 em seu artigo 1º e dá outras providências.

PL. Nº 918/1995

Ementa: Denomina Adão Glasser Bueno a atual Estrada Municipal localizada no bairro da Colônia-Parelheiros – A.R. Capela do Socorro e dá outras providências.

PL nº 946/95

Ementa: Dispõe sobre a construção de banheiros nos pontos finais das linhas de ônibus do Município, e dá outras providências.

PL nº 1181/95

Ementa: Revoga em todos os seus termos os decretos que cedem terrenos públicos municipais para as torcidas uniformizadas no município de São Paulo, e dá outras providências.

PL nº 1257/95

Ementa: Dispõe sobre a proibição de propaganda de cigarro nos próprios Municipais, vias públicas, praças, parque e jardins, e dá outras providências.

PL nº 1318/95

Ementa: Dispõe sobre a isenção de tarifa no sistema de transporte coletivo no município de São Paulo aos estudantes de baixa renda, e dá outras providências.

PL nº 58/96

Ementa: Dispõe sobre a instituição de programa de locação social e dá outras providências.

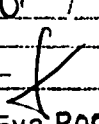
PI nº 164/96

Ementa: Dispõe sobre uso dos espaços publicitários nos ônibus e nos abrigos de espera para campanhas educativas violência à mulher, e dá outras providências.

PL nº 430/96

Ementa: Dispõe sobre a proibição do uso de catraca eletrônica no sistema de transporte coletivo por ônibus ou trolebus na cidade de São Paulo, e dá outras providências.

Segue(m) juntado(s), nesta
data, documento(s) e folha de
informação 16 bricados sob
nº _____
Em 05/01/05
Ass: _____


Eva Podolski
Assistente Parlamentar
RF. 100.453



Câmara Municipal de São Paulo

SUBSECRETARIA DE APOIO LEGISLATIVO

do processo n.º 01-1257 ⁹⁵ de 20 05 / 01 / 05 (a) 16

Eva Podolski
Assistente Parlamentar
RF. 100.453

À SGP-33 - Sra. Supervisora:

Solicito arquivar o presente processo de acordo com o art. 275 do Regimento Interno (mudança de legislatura).

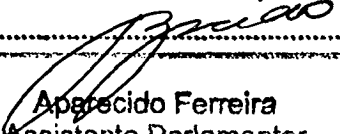
05 / 01 / 2005

Ângela Bordin Andreoni
Subsecretária de Apoio Legislativo
SGP-2

SUPERVISÃO DE ARQUIVO GERAL - SGP-33	
Requisitado em	<u>24.02.1997</u>
Arquivado novamente em	<u>23.05.2005</u>
Com	<u>16.</u> fls.
Q Func.º	<u>[assinatura]</u>

JOSÉ ROBERTO FERREIRA
RF 100.702
SGP-33

Segue(m) Juntado(s), nesta data,
documento(s) rubricado(s) sob
nº.....a folha de informação
sob nº..... 22 / 03 / 2010

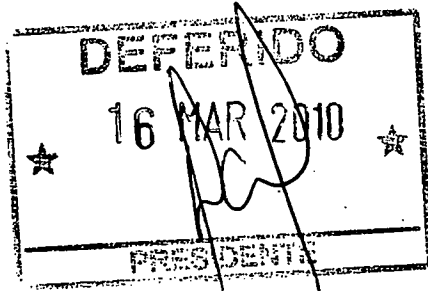

Apotecido Ferreira
Assistente Parlamentar
RF 101.075



Câmara Municipal de São Paulo

Aparecido Ferreira
Assistente Parlamentar
RF 101.075

Folha nº 17 do Processo
nº 01-1257 de 1995

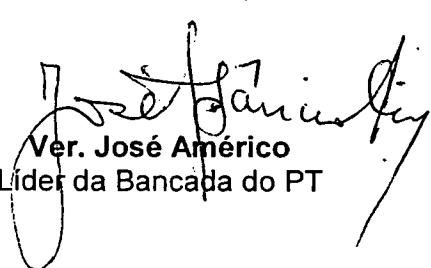


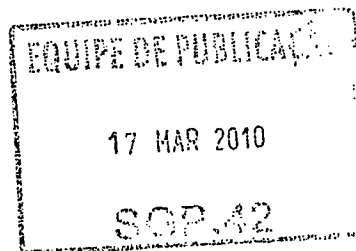
REQUERIMENTO "D" Nº

13 - RDS
13- 00185/2010

REQUEIRO à Douta Mesa, na forma regimental (art. 223, XII combinado com o art. 275, § 2º), sejam desarquivados os Projetos de Lei de autoria do Nobre vereador **Arselino Tatto**, conforme lista anexa.

Sala das Sessões, em


Ver. José Américo
Líder da Bancada do PT

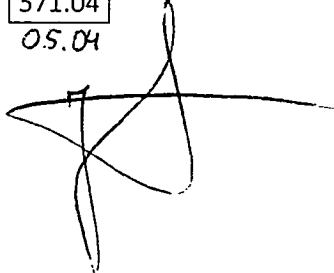


Folha nº 18 do Processo
 nº 01.1257 de 1995
 Pm do

PDL	PR	PLO
19.92	02.93	07.93
36.94	10.00	02.93
11.96	26.05	01.93

06.06
14.05

PL															
	93	92	94	95	96	97	98	99	00	01	02	03	04	05	06
322.91	12.93	09.92	350.94	29.95	630.96	383.97	245.98	22.99	25.00	63.01	36.02	282.03	06.04	273.05	261.06
323.91	13.93	28.92		30.95	639.96	453.97	708.98	23.99	110.00	242.01	218.02	334.03	07.04	381.05	412.06
344.91	18.93	40.92		44.95	678.96	470.97		452.99	179.00	401.01	251.02	335.03	97.04	397.05	413.06
345.91	39.93	41.92		60.95	679.96	500.97		518.99	180.00	643.01	257.02	336.03	160.04	272.05	478.06
346.91	40.93	52.92		206.95	680.96	734.97		546.99	184.00	644.01	384.02	337.03	161.04		560.06
347.91	46.93	56.92		251.95	683.96	819.97			234.00	648.01	404.02		187.04		574.06
366.91	63.93	57.92		272.95	684.96	894.97			238.00	668.01	480.02		327.04		
421.91	73.93	82.92		276.95	686.96	1154.97			237.00	676.01	506.02		334.04		
438.91	79.93	148.92		431.95	687.96	1131.97			353.00	716.01	508.02		390.04		
439.91	100.93	245.92		673.95	688.96			361.00			509.02		404.04		
440.91	142.93			722.95	789.96						510.02		412.04		
454.91	143.93			915.95	888.96						511.02		435.04		
535.91	178.93			946.95	889.96						512.02		436.04		
536.91	302.93			1257.95							527.02		437.04		
537.91	303.93			1181.95							528.02		438.04		
563.91	320.93			1242.95									441.04		
606.91	326.93												442.04		
608.91	327.93												495.04		
613.91	338.93												517.04		
632.91	524.93												571.04		
	599.93												05.04		
	659.93														
	665.93														
	740.93														
	743.93														
	805.93														

05.04




CÂMARA MUNICIPAL DE
SÃO PAULO

Papel para informação, rubricado como folha nº 19

do processo nº 01-6257 de 1995 22 03 2010 (a) _____

À SGP.33 - Sra. Supervisora,

Aparecido Ferreira
Aparecido Ferreira
Assistente Parlamentar
RF 101.075

Solicito o desarquivamento do processo assinalado no requerimento retro para volta à tramitação.

18/03/10

Ângela Bordin Andreoni
Ângela Bordin Andreoni
Secretária de Apoio Legislativo
SGP.2

À SGP.2 - Senhora Secretária,

Conforme solicitado pelo RDS nº 13-0185/2010, segue o presente expediente, para a volta à tramitação.

Atenciosamente

22/03/2010

Adriana de França Silva
Adriana de França Silva
Consultor Técnico Legislativo – Bibliotecário
Supervisora de Arquivo Geral – SGP.33

Ao Setor de Pesquisa e Assessoria de
Análise Prévia das Proposituras.

05/04/10

Ângela Bordin Andreoni
ÂNGELA BORDIN ANDREONI
Secretária de Apoio Legislativo
SGP-2

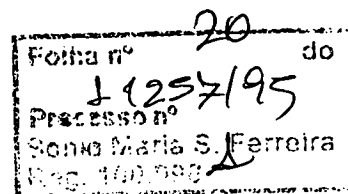
Rafaela

RECEIVED
JAN 14 1961
U.S. AIR FORCE

01/16/61	42	00
SQUADRON		1
AIR FORCE		1



**CÂMARA MUNICIPAL DE
SÃO PAULO**



PROCURADORIA

SETOR DE PESQUISA, ASSESSORIA E ANÁLISE PRÉVIA

PL Nº 1257/95

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

- Lei Federal nº 9.294, de 15 de julho de 1996, que dispõe sobre as restrições ao uso e à propaganda de produtos fumíferos, bebidas alcoólicas, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas, nos termos do § 4º do art. 220 da Constituição Federal, alterada pela Lei Federal nº 10.167, de 27 de dezembro de 2000, **em seu art. 3º, estabelece que a propaganda comercial dos produtos referidos no artigo anterior (cigarros) só poderá ser efetuada através de pôsteres, painéis e cartazes, na parte interna dos locais de venda;**

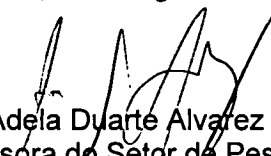
- Lei Municipal nº 14.223, de 26 de setembro de 2006, que dispõe sobre a ordenação dos elementos que compõem a paisagem urbana do Município de São Paulo, **em seu art. 9º, II, estabelece que é proibido a instalação de anúncios em vias, parques, praças e outros logradouros públicos, em seu art. 18, estabelece a proibição de colocação de anúncios publicitários nos imóveis públicos e privados, edificadas ou não, e em seu art. 44, estabelece que todos os anúncios publicitários, inclusive suas estruturas de sustentação, instalados, com ou sem licença expedida a qualquer tempo, dentro dos lotes urbanos de propriedade pública ou privada, deverão ser retirados pelos seus responsáveis até 31 de dezembro de 2006;**

- PL nº 0741/95, de autoria do Vereador Wadih Mutran, que dispõe sobre a proibição de colocação de anúncios de cigarros, de bebidas alcoólicas e de propagandas que contenham apelos sexuais amenos de 300m de escolas e creches municipais, e dá outras providências;

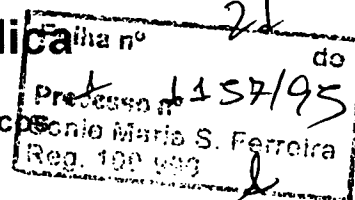
- PL nº 0709/01, de autoria do Vereador Carlos Apolinário, que dispõe sobre as restrições ao uso e à propaganda de produtos fumíferos e bebidas alcoólicas no Município de São Paulo, que recebeu veto total, pendente de apreciação.

Cópia(s) do(s) texto(s) acima indicado(s) acompanha(m) a presente informação.

São Paulo, 30 de agosto de 2010.


Adela Duarte Alvarez

Procuradora Supervisora do Setor de Pesq. e Análise Prévia
OAB/SP 118.854

**Presidência da República****Casa Civil****Subchefia para Assuntos Jurídicos****LEI Nº 9.294, DE 15 DE JULHO DE 1996.****Regulamento**

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

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

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

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

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

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

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

~~§ 2º É vedado o uso dos produtos mencionados no caput nas aeronaves e demais veículos de transporte coletivo. (Redação dada pela Lei nº 10.167, de 27.12.2000)~~

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

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

Art. 3º A propaganda comercial dos produtos referidos no artigo anterior só poderá ser efetuada através de pôsteres, painéis e cartazes, na parte interna dos locais de venda. (Redação dada pela Lei nº 10.167, de 27.12.2000)

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

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

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

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

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



Journal of Management Education 30(6)p.789-806
© The Author(s) 2006. Reprints and permissions:
<http://www.sagepub.com/journalsPermissions.nav>

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

V - não empregar imperativos que induzam diretamente ao consumo;

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

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

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

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

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

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

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

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

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

~~§ 5º Nos pôsteres, painéis, cartazes, jornais e revistas, as cláusulas de advertência a que se refere o § 2º deste artigo serão seqüencialmente usadas, de forma simultânea ou rotativa, nesta última hipótese variando no máximo a cada cinco meses, devendo ser escritas de forma legível e ostensiva.~~

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

§ 2º É facultado ao Ministério da Saúde afixar, nos locais dos eventos esportivos a que se refere o § 1º, propaganda fixa com mensagem de advertência escrita que observará os conteúdos a que se refere o § 2º do art. 3ºC, cabendo aos responsáveis pela sua organização assegurar os locais para a referida afixação. (Incluído pela Lei nº 10.702, de 14.7.2003)

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

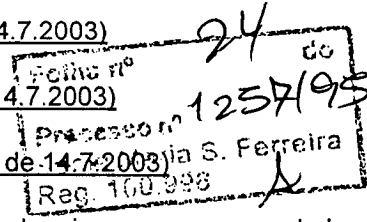
Art. 6º É vedada a utilização de trajes esportivos, relativamente a esportes olímpicos, para veicular a propaganda dos produtos de que trata esta Lei.

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

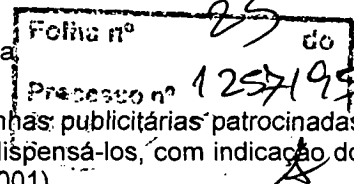
§ 1º Os medicamentos anódinos e de venda livre, assim classificados pelo órgão competente do Ministério da Saúde, poderão ser anunciados nos órgãos de comunicação social com as advertências quanto ao seu abuso, conforme indicado pela autoridade classificatória.

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

§ 3º Os produtos fitoterápicos da flora medicinal brasileira que se enquadram no disposto no § 1º deste artigo deverão apresentar comprovação científica dos seus efeitos terapêuticos no prazo de cinco anos da



publicação desta Lei, sem o que sua propaganda será automaticamente vedada.



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

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

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

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

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

I - advertência;

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

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

IV - apreensão do produto;

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

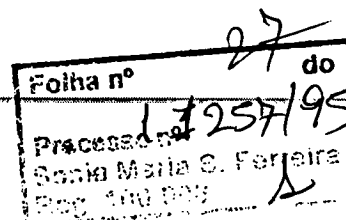
Brasília, 15 de julho de 1996; 175º da Independência e 108º da República.

FERNANDO HENRIQUE CARDOSO

Nelson A. Jobin
Arlindo Porto
Adib Jatene

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

Câmara Municipal de São Paulo



Base de dados : legis

Pesquisa : lei AND 14223

Total de referências : 1

1/1

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

Sem revogação expressa

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

Projeto: Projeto de Lei Nº 379/2006 **Consulte a base de dados de Textos de projetos para visualizá-los.**

Autor(es): EXECUTIVO; Gilberto Kassab

Regulamentação: Decreto nº 47.950/2006 - Regulamenta esta Lei.; ([ver documento](#))Decreto nº 49.245/2008 - Regulamenta o art. 50 desta Lei.; ([ver documento](#))Decreto nº 50.077/2008 - Regulamenta o art. 50 desta Lei. ([ver documento](#))

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

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

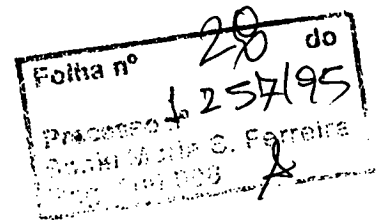
Notas complem.: - Suplemento com Comunicado da Secretaria de Coordenação das Subprefeituras, para atender o disposto no art. 52 desta Lei: Tabela I - Relação das Licenças de Anúncios Indicativos da Lei nº 13.525/2003 cadastrados nas Subprefeituras; Tabela II - Relação das Licenças de Anúncios Indicativos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

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

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

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

[\[Back \]](#)



Lei nº 14.223, DE 26 DE SETEMBRO DE 2006

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

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

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

CAPÍTULO I

DOS OBJETIVOS, DIRETRIZES, ESTRATÉGIAS E DEFINIÇÕES

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

Art. 2º. Para fins de aplicação desta lei, considera-se paisagem urbana o espaço aéreo e a superfície externa de qualquer elemento natural ou construído, tais como água, fauna, flora, construções, edifícios, anteparos, superfícies aparentes de equipamentos de infra-estrutura, de segurança e de veículos automotores, anúncios de qualquer natureza, elementos de sinalização urbana, equipamentos de informação e comodidade pública e logradouros públicos, visíveis por qualquer observador situado em áreas de uso comum do povo.

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

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

II - a segurança das edificações e da população;

III - a valorização do ambiente natural e construído;

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

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

VI - a preservação da memória cultural;

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

- I - a elaboração de normas e programas específicos para os distintos setores da Cidade, considerando a diversidade da paisagem nas várias regiões que a compõem;
- II - o disciplinamento dos elementos presentes nas áreas públicas, considerando as normas de ocupação das áreas privadas e a volumetria das edificações que, no conjunto, são formadoras da paisagem urbana;
- III - a criação de novos padrões, mais restritivos, de comunicação institucional, informativa ou indicativa;
- IV - a adoção de parâmetros de dimensões, posicionamento, quantidade e interferência mais adequados à sinalização de trânsito, aos elementos construídos e à vegetação, considerando a capacidade de suporte da região;
- V - o estabelecimento de normas e diretrizes para a implantação dos elementos componentes da paisagem urbana e a correspondente veiculação de publicidade;
- VI - a criação de mecanismos eficazes de fiscalização sobre as diversas intervenções na paisagem urbana.

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

- I - anúncio: qualquer veículo de comunicação visual presente na paisagem visível do logradouro público, composto de área de exposição e estrutura, podendo ser:
 - a) anúncio indicativo: aquele que visa apenas identificar, no próprio local da atividade, os estabelecimentos e/ou profissionais que dele fazem uso;
 - b) anúncio publicitário: aquele destinado à veiculação de publicidade, instalado fora do local onde se exerce a atividade;
 - c) anúncio especial: aquele que possui características específicas, com finalidade cultural, eleitoral, educativa ou imobiliária, nos termos do disposto no art. 19 desta lei;
- II - área de exposição do anúncio: a área que compõe cada face da mensagem do anúncio, devendo, caso haja dificuldade de determinação da superfície de exposição, ser considerada a área do menor quadrilátero regular que contenha o anúncio;
- III - área livre de imóvel edificado: a área descoberta existente entre a edificação e qualquer divisa do imóvel que a contém;
- IV - área total do anúncio: a soma das áreas de todas as superfícies de exposição do anúncio, expressa em metros quadrados;
- V - bem de uso comum: aquele destinado à utilização do povo, tais como as áreas verdes e institucionais, as vias e logradouros públicos, e outros;
- VI - bem de valor cultural: aquele de interesse paisagístico, cultural, turístico, arquitetônico, ambiental ou de consagração popular, público ou privado, composto pelas áreas, edificações, monumentos, parques e bens tombados pela União, Estado e Município, e suas áreas envoltórias;
- VII - espaço de utilização pública: a parcela do espaço urbano passível de uso e fruição pela população;
- VIII - mobiliário urbano é o conjunto de elementos que podem ocupar o espaço público, implantados, direta ou indiretamente, pela Administração Municipal, com as seguintes funções urbanísticas:
 - a) circulação e transportes;
 - b) ornamentação da paisagem e ambientação urbana;
 - c) descanso e lazer;
 - d) serviços de utilidade pública;
 - e) comunicação e publicidade;
 - f) atividade comercial;
 - g) acessórios à infra-estrutura;

310

Folha nº	do
Processo nº	1257/95
Sonia Maria S. Ferreira	
Reg. 100.023	

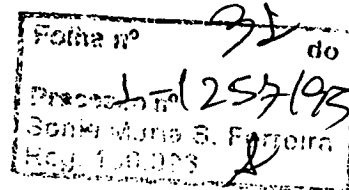
- IX - fachada: qualquer das faces externas de uma edificação principal ou complementar, tais como torres, caixas d'água, chaminés ou similares;
- X - imóvel: o lote, público ou privado, edificado ou não, assim definido:
- a) imóvel edificado: aquele ocupado total ou parcialmente com edificação permanente;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

CAPÍTULO II

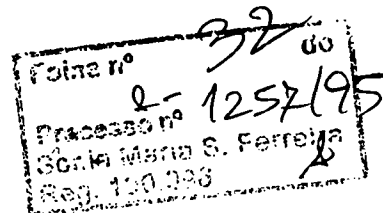
DAS NORMAS GERAIS

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

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



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



Art. 11. A aprovação do anúncio indicativo nas edificações e áreas enquadradas como Zonas de Preservação Cultural - ZEPEC e nos bens de valor cultural fica condicionada à prévia autorização da Secretaria Municipal de Planejamento - SEMPLA e da Secretaria Municipal de Cultura - SMC, nos termos do art. 125 da Lei nº 13.885, de 23 de agosto de 2004.

CAPÍTULO III DA ORDENAÇÃO DA PAISAGEM URBANA

Art. 12. Para os efeitos desta lei, considera-se, para a utilização da paisagem urbana, todos os anúncios, desde que visíveis do logradouro público em movimento ou não, instalados em:

- I - imóvel de propriedade particular, edificado ou não;
 - II - imóvel de domínio público, edificado ou não;
 - III - bens de uso comum do povo;
 - IV - obras de construção civil em lotes públicos ou privados;
 - V - faixas de domínio, pertencentes a redes de infra-estrutura, e faixas de servidão de redes de transporte, de redes de transmissão de energia elétrica, de oleodutos, gasodutos e similares;
 - VI - veículos automotores e motocicletas;
 - VII - bicicletas e similares;
 - VIII - "trailers" ou carretas engatados ou desengatados de veículos automotores;
 - IX - mobiliário urbano;
 - X - aeronaves em geral e sistemas aéreos de qualquer tipo.
- § 1º. Para fins do disposto neste artigo, considera-se visível o anúncio instalado em espaço externo ou interno da edificação e externo ou interno dos veículos automotores, excetuados aqueles utilizados para transporte de carga.
- § 2º. No caso de se encontrar afixado em espaço interno de qualquer edificação, o anúncio será considerado visível quando localizado até 1,00m (um metro) de qualquer abertura ou vedado transparente que se comunique diretamente com o exterior.

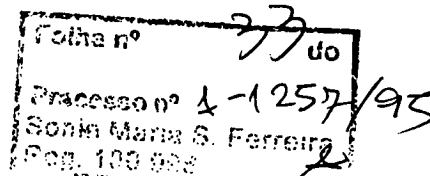
Seção I

Do Anúncio Indicativo em Imóvel Edificado, Público ou Privado

Art. 13. Ressalvado o disposto no art. 16 desta lei, será permitido somente um único anúncio indicativo por imóvel público ou privado, que deverá conter todas as informações necessárias ao público.

§ 1º. Os anúncios indicativos deverão atender as seguintes condições:

- I - quando a testada do imóvel for inferior a 10,00m (dez metros) lineares, a área total do anúncio não deverá ultrapassar 1,50m² (um metro e cinquenta decímetros quadrados);
- II - quando a testada do imóvel for igual ou superior a 10,00m (dez metros) lineares e inferior a 100,00m (cem metros lineares), a área total do anúncio não deverá ultrapassar 4,00m² (quatro metros quadrados);
- III - quando o anúncio indicativo for composto apenas de letras, logomarcas ou símbolos grampeados ou pintados na parede, a área total do anúncio será aquela resultante do somatório dos polígonos formados pelas linhas imediatamente externas que contornam cada elemento inserido na fachada;
- IV - quando o anúncio indicativo estiver instalado em suportes em forma de totens ou estruturas tubulares, deverão eles estar contidos dentro do lote e não ultrapassar a altura máxima de 5,00m (cinco metros), incluídas a estrutura e a área total do anúncio.



§ 2º. Não serão permitidos anúncios que descaracterizem as fachadas dos imóveis com a colocação de painéis ou outro dispositivo.

§ 3º. Não serão permitidos anúncios instalados em marquises, saliências ou recobrimento de fachadas, mesmo que constantes de projeto de edificação aprovado ou regularizado.

§ 4º. O anúncio indicativo não poderá avançar sobre o passeio público ou calçada.

§ 5º. Nas edificações existentes no alinhamento, regulares e dotadas de licença de funcionamento, o anúncio indicativo poderá avançar até 0,15m (quinze centímetros) sobre o passeio.

§ 6º. Os anúncios deverão ter sua projeção ortogonal totalmente contida dentro dos limites externos da fachada onde se encontram e não prejudicar a área de exposição de outro anúncio.

§ 7º. Será admitido anúncio indicativo no frontão de toldo retrátil, desde que a altura das letras não ultrapasse 0,20m (vinte centímetros), atendido o disposto no "caput" deste artigo.

§ 8º. Não serão permitidas pinturas, apliques ou quaisquer outros elementos com fins promocionais ou publicitários, que sejam vistos dos logradouros públicos, além daqueles definidos nesta lei.

§ 9º. A altura máxima de qualquer parte do anúncio indicativo não deverá ultrapassar, em nenhuma hipótese, a altura máxima de 5,00m (cinco metros).

§ 10. Na hipótese do imóvel, público ou privado, abrigar mais de uma atividade, o anúncio referido no "caput" deste artigo poderá ser subdividido em outros, desde que sua área total não ultrapasse os limites estabelecidos no § 1º deste artigo.

§ 11. Quando o imóvel for de esquina ou tiver mais de uma frente para logradouro público oficial, será permitido um anúncio por testada, atendidas as exigências estabelecidas neste artigo.

Art. 14. Ficam proibidos os anúncios indicativos nas empenas cegas e nas coberturas das edificações.

Art. 15. Nos imóveis edificados, públicos ou privados, somente serão permitidos anúncios indicativos das atividades neles exercidas e que estejam em conformidade com as disposições estabelecidas na lei de uso e ocupação do solo em vigor e possuam as devidas licenças de funcionamento.

Parágrafo único. Não serão permitidos, nos imóveis edificados, públicos ou privados, a colocação de "banners", faixas ou qualquer outro elemento, dentro ou fora do lote, visando chamar a atenção da população para ofertas, produtos ou informações que não aquelas estabelecidas nesta lei.

Do Anúncio Indicativo em Imóvel Público ou Privado Situado em Lotes com Testada Igual ou Superior a 100 Metros Lineares

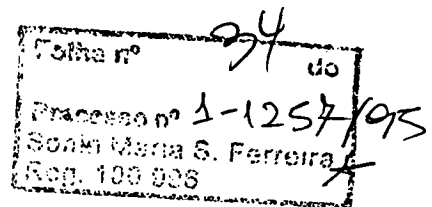
Art. 16. Nos imóveis públicos ou privados com testada igual ou maior que 100,00m (cem metros) lineares poderão ser instalados 2 (dois) anúncios com área total não superior a 10,00m² (dez metros quadrados) cada um.

§ 1º. As peças que contenham os anúncios definidos no "caput" deste artigo deverão ser implantadas de forma a garantir distância mínima de 40,00m (quarenta metros) entre elas.

§ 2º. A área total dos anúncios definidos no "caput" deste artigo não deverá, em nenhuma hipótese, ultrapassar 20,00m² (vinte metros quadrados).

Do Anúncio Indicativo em Imóvel Não-Edificado, Público ou Privado

Art. 17. Não será permitido qualquer tipo de anúncio em imóveis não-edificados, de propriedade pública ou privada, ressalvado o disposto no parágrafo único deste artigo.



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

Do Anúncio Publicitário em Imóvel Público ou Privado

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

Dos Anúncios Especiais

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

- I - de finalidade cultural: quando for integrante de programa cultural, de plano de embelezamento da cidade ou alusivo a data de valor histórico, não podendo sua veiculação ser superior a 30 (trinta) dias, conforme decreto específico do Executivo, que definirá o projeto urbanístico próprio;
- II - de finalidade educativa, informativa ou de orientação social, religiosa, de programas políticos ou ideológicos, em caso de plebiscitos ou referendos populares;
- III - de finalidade eleitoral: quando destinado à propaganda de partidos políticos ou de seus candidatos, na forma prevista na legislação federal eleitoral;
- IV - de finalidade imobiliária, quando for destinado à informação do público para aluguel ou venda de imóvel, não podendo sua área ultrapassar 1,00m² (um metro quadrado) e devendo estar contido dentro do lote.

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

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

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

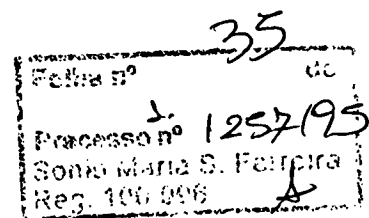
Seção II

Do Anúncio Publicitário no Mobiliário Urbano

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

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

- I - abrigo de parada de transporte público de passageiro;
- II - totem indicativo de parada de ônibus;
- III - sanitário público "standard";
- IV - sanitário público com acesso universal;
- V - sanitário público móvel (para feiras livres e eventos);
- VI - painel publicitário/informativo;
- VII - painel eletrônico para texto informativo;
- VIII - placas e unidades identificadoras de vias e logradouros públicos;
- IX - totem de identificação de espaços e edifícios públicos;
- X - cabine de segurança;
- XI - quiosque para informações culturais;
- XII - bancas de jornais e revistas;
- XIII - bicicletário;
- XIV - estrutura para disposição de sacos plásticos de lixo e destinada à reciclagem;
- XV - grade de proteção de terra ao pé de árvores;



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

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

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

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

§ 4º. Painele publicitário informativo é o painele 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. Painele eletrônico para texto informativo consiste em painéis luminosos ou totens orientadores do público em geral, em relação aos imóveis, paisagens e bens de valor histórico, cultural, de memória popular, artístico, localizados no entorno e ainda com a mesma função relativamente a casas de espetáculos, teatros e auditórios.

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

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

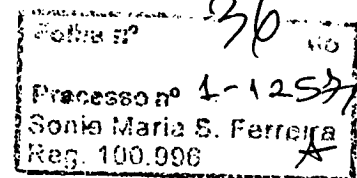
§ 8º. Cabine de segurança é o equipamento destinado a abrigar policiais durante 24 horas por dia, com acesso externo tipo balcão para atendimento dos transeuntes, com capacidade para prestação de primeiros socorros, contendo pequeno sanitário, além de espaço para detenção provisória de, pelo menos, 1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

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

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

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

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



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

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

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

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

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

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

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

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

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

Art. 23. Os elementos do mobiliário urbano não poderão:

I - ocupar ou estar projetado sobre o leito carroçável das vias;

II - obstruir a circulação de pedestres ou configurar perigo ou impedimento à locomoção de pessoas com deficiência e mobilidade reduzida;

III - obstruir o acesso a faixas de travessias de pedestres, escadas rolantes ou entradas e saídas de público, sobretudo as de emergência ou para pessoas com deficiência e mobilidade reduzida;

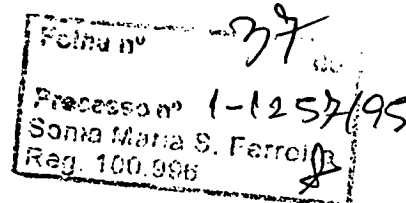
IV - estar localizado em ilhas de travessia, exceto pontos de ônibus e relógios/termômetros digitais;

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

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

CAPÍTULO IV

DO PROCEDIMENTO ADMINISTRATIVO



Seção I

Do Licenciamento e do Cadastro de Anúncios - CADAN

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Seção II

Do cancelamento da licença do anúncio

Art. 30. A licença do anúncio será automaticamente extinta nos seguintes casos:

I - por solicitação do interessado, mediante requerimento padronizado;

II - se forem alteradas as características do anúncio;

III - quando ocorrer mudança de local de instalação de anúncio;

IV - se forem modificadas as características do imóvel;

V - quando ocorrer alteração no Cadastro de Contribuintes Mobiliários - CCM;

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

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

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

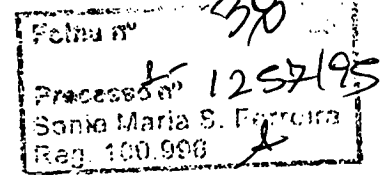
Art. 31. Os responsáveis pelo anúncio, nos termos do art. 32 desta lei, deverão manter o número da licença de anúncio indicativo ou CADAN de forma visível e legível do logradouro público, sob pena de aplicação das sanções estabelecidas nos arts. 40 e seguintes.

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

Seção III

Dos responsáveis pelo anúncio

Art. 32. Para efeitos desta lei, são solidariamente responsáveis pelo anúncio o proprietário e o possuidor do imóvel onde o anúncio estiver instalado.



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

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

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

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

Seção IV

Das Instâncias Administrativas e Competências

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

I - Supervisor de Uso e Ocupação do Solo;

II - Chefe de Gabinete;

III - Subprefeito;

IV - Prefeito.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Art. 36. Compete às Subprefeituras:

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

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

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

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

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

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

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

- I - propor normas e programas específicos para os distintos setores da cidade;
- II - disciplinar os elementos presentes nas áreas públicas, considerando as normas de ocupação das áreas privadas e a volumetria das edificações;
- III - a criação de novos padrões, mais restritivos, de comunicação institucional, informativa ou indicativa;
- IV - elaborar parâmetros de dimensões, posicionamento, quantidade e interferência mais adequados à sinalização de trânsito, aos elementos construídos e à vegetação, considerando a capacidade de suporte da região;
- V - propor normas e diretrizes para implantação dos elementos componentes da paisagem urbana para a veiculação da publicidade;
- VI - propor mecanismos eficazes de fiscalização sobre as diversas intervenções na paisagem urbana.

CAPÍTULO V DAS INFRAÇÕES E PENALIDADES

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

I - exibir anúncio:

- a) sem a necessária licença de anúncio indicativo ou a autorização do anúncio especial, quando for o caso;
- b) com dimensões diferentes das aprovadas;
- c) fora do prazo constante da licença de anúncio indicativo ou da autorização do anúncio especial;
- d) sem constar de forma legível e visível do logradouro público, o número da licença de anúncio indicativo ou CADAN;

II - manter o anúncio em mau estado de conservação;

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

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

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

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

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

I - multa;

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

III - remoção do anúncio.

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

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

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

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

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

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

- I - primeira multa no valor de R\$ 10.000,00 (dez mil reais) por anúncio irregular;
- II - acréscimo de R\$ 1.000,00 (mil reais) para cada metro quadrado que exceder os 4,00m² (quatro metros quadrados);
- III - persistindo a infração após a aplicação da primeira multa e a intimação referidas no art. 41 e nos incisos I e II deste artigo, sem que sejam respeitados os prazos ora estabelecidos, será aplicada multa correspondente ao dobro da primeira, reaplicada a cada 15 (quinze) dias a partir da lavratura da anterior, até a efetiva regularização ou a remoção do anúncio, sem prejuízo do ressarcimento, pelos responsáveis, dos custos relativos à retirada do anúncio irregular pela Prefeitura.

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

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

CAPÍTULO VI DAS DISPOSIÇÕES FINAIS E TRANSITÓRIAS

Art. 44. Todos os anúncios publicitários, inclusive suas estruturas de sustentação, instalados, com ou sem licença expedida a qualquer tempo, dentro dos lotes urbanos de propriedade pública ou privada, deverão ser retirados pelos seus responsáveis até 31 de dezembro de 2006.

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

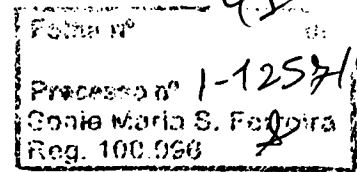
- I - à empresa registrada no Cadastro de Empresas de Publicidade Exterior - CADEPEX que tenha requerido a licença do anúncio;
- II - ao proprietário ou possuidor do imóvel onde o anúncio estiver instalado;
- III - ao anunciante;
- IV - à empresa instaladora;
- V - aos profissionais responsáveis técnicos;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

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

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

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

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



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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

GILBERTO KASSAB, PREFEITO

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

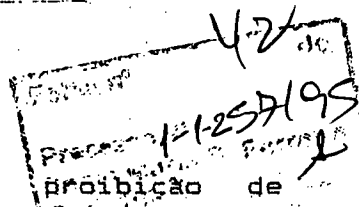
ALOYSIO NUNES FERREIRA FILHO, Secretário do Governo Municipal





Câmara Municipal de São Paulo

PROJETO DE LEI 01 - PL
01-0741/1995



Dispõe sobre a proibição de colocação de anúncios de cigarros, de bebidas alcoólicas e de propagandas que contenham apelos sexuais, a menos de 300 (trezentos) metros de escolas e creches municipais, e dá outras providências.

A CAMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO, decreta:

Art. 1º - Fica proibido a colocação de anúncios de tigarros, de bebidas alcoólicas e de propagandas que contenham apelos sexuais, a menos de 300 (trezentos) metros de escolas e creches do Município de São Paulo.

Art. 2º - O descumprimento dos dispositivos desta lei, implicará ao infrator a imposição de multa no valor de 35 (trinta e cinco) UFMs, sendo que em caso de reincidência o valor da multa duplicará.

Art. 3º - As despesas com a execução desta lei correrão por conta das dotações orçamentárias próprias suplementadas se necessário.

Art. 4º - Esta lei entrará em vigor na data de sua publicação, revogadas as disposições em contrário.

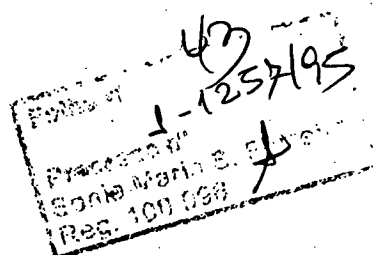
Sala das Sessões,

Hadih Mutran
HADIH MUTRAN
Vereador





Câmara Municipal de São Paulo



JUSTIFICATIVA

O CDC (sigla em inglês para Centros e Controles e Prevenção de Doenças) concluíram estudo que liga a publicidade ao hábito de fumar em adolescentes.

O órgão detectou aumento no total de adolescentes que fumam, assim como, nas verbas gastas com publicidade pelos fabricantes. O órgão afirma ainda que, se estes novos fumantes continuarem com o hábito, 50% morrerão de doenças causadas pelo cigarro.

Dados do Ministério da Saúde, revelam que no Brasil, 82% dos homens e 69,4% das mulheres que fumam, adquiriram o hábito antes dos 19 anos.

Outro fator alarmante da publicidade entre os adolescentes é a utilização de apelos sexuais nas propagandas colocadas próximos a locais onde há concentração de adolescentes, para incentivo não só do cigarro como também de bebidas.

Sendo assim, por tratar-se de assunto de grande interesse social, pois visa proteger a saúde e a moral do munícipe, solicito de nossos Ilustres Pares, a imediata aprovação deste projeto.



| Serviços | A Cidade | Compras | Notícias | Governo
CGE INFORMA: Chuviscos em pontos isolados da Capital.



Busca no portal

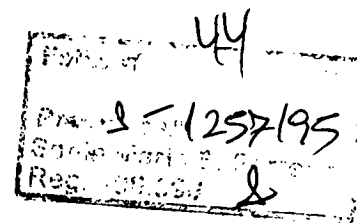
22°C 58km 1 e 2

Pesquisa de Legislação Municipal

Nº 709 Ano: 2001 Secretaria: CAMARA

Voltar

Imprimir



PROJETO DE LEI 709/2001

do Vereador Carlos Apolinario.

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

A CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO decreta:

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

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

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

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

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

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

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

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

Sala das sessões, Às Comissões competentes."

RAZÕES DE VETO

Projeto de Lei nº 709/01

Ofício A.T.L. nº 196/02, de 15 de abril de 2002

Senhor Presidente

Tenho a honra de acusar o recebimento do ofício nº 18/Leg 3/0123/2002, com o qual Vossa Excelência encaminhou à sanção cópia autêntica da lei decretada por essa Egrégia Câmara, em sessão de 14 de março de 2002, relativa ao Projeto de Lei nº 709/01.

O projeto aprovado, de autoria do Vereador Carlos Apolinário, ao dispor, conforme sua ementa, sobre as restrições ao uso e à propaganda de produtos fumíferos e bebidas alcoólicas no Município de São Paulo, impõe às empresas responsáveis pela afixação de outdoors a necessidade de cadastrar todos os locais de sua exibição, o pagamento à Prefeitura pela colocação desses anúncios e a aplicação de multa em caso de descumprimento. Prevê, por fim, que os recursos arrecadados serão destinados ao Fundo Municipal de Saúde, com rubrica específica destinada à prevenção e ao tratamento de dependência química.

Não obstante se possa reconhecer os meritórios propósitos que nortearam seu ilustre autor, a medida não



reúne condições de ser convertida em lei, pelo que, nos termos do artigo 42, § 1º, da Lei Orgânica do Município de São Paulo, vejo-me na contingência de vetar integralmente o texto aprovado por: **Fevereiro** 1-1257/95

Preliminarmente, é de se apontar que o texto apresenta falhas de redação, que comprometem sua objetividade e a própria eficácia da medida pretendida pelo autor.

Com efeito, verifica-se que apenas a ementa indica dispor a propositura sobre as restrições ao uso e à propaganda de produtos fumíferos e bebidas alcoólicas, ao passo que a sua parte normativa - que compreende as normas de conteúdo substantivo relacionadas com a matéria regulada -, não explicita o objeto da lei, uma vez que sequer menciona os produtos que terão sua propaganda restringida, não havendo qualquer disposição relativa ao uso de tais produtos, fato que, evidentemente, compromete a aplicação da medida.

Restaram, assim, desatendidas as disposições contidas nos artigos 3º a 11 da Lei Complementar nº 95, de 26 de fevereiro de 1998, que dispõe sobre a elaboração, a redação, a alteração e a consolidação das leis.

No que tange à disciplina que pretende introduzir, a propositura estabelece que as empresas responsáveis pela colocação e afixação de outdoors no Município deverão cadastrar todos os locais em que serão exibidas propagandas dos produtos de que trata, assim entendidos os produtos fumíferos e bebidas alcoólicas citados na ementa, devendo, ainda, pagar aos cofres do Município o valor de R\$ 500,00 (quinhentos reais) para cada outdoor colocado.

Inferindo-se ter tal pagamento a natureza de uma taxa, sua cobrança não encontra respaldo na Constituição da República.

Com efeito, a Magna Carta, a teor de seu artigo 145, inciso II, define claramente as hipóteses de cobrança de taxas, quais sejam "em razão do exercício do poder de polícia ou pela utilização, efetiva ou potencial, de serviços públicos específicos e divisíveis, prestados ao contribuinte ou postos à sua disposição".

No caso, a toda evidência, a cobrança que se pretende instituir não se enquadra em nenhuma das hipóteses constitucionalmente previstas.

De outra parte, à vista do comando contido no artigo 220 da Constituição Federal, foi editada a Lei Federal nº 9.294, de 15 de julho de 1996, que dispõe sobre restrições ao uso e à propaganda de produtos fumíferos e bebidas alcoólicas.

Observa-se, pois, que o texto vindo à sanção traz matéria atinente à competência federal, já regulada pela norma supra citada, incorrendo, também neste aspecto, em vício de inconstitucionalidade.

Sobre o assunto e no âmbito da competência municipal, a ordenação de anúncios na paisagem do Município e a fixação de normas para sua veiculação são disciplinadas pela Lei nº 12.115, de 28 de junho de 1996, que o faz exclusivamente no seu aspecto paisagístico, na medida em que dispõe sobre a forma, dimensão dos anúncios e a posição deles em face da edificação ou do terreno que os abrigará.

O texto aprovado, assim, está em descompasso com a citada lei, que, em razão dos critérios adotados pelo legislador, sequer menciona a palavra outdoor, restando a expressão sem definição legal e técnica, fato que praticamente inviabilizaria a aplicação do texto aprovado.

É patente a inocuidade da propositura considerando-se que não haveria impedimento para a veiculação das mensagens em apreço por meio de outros tipos de suporte, como, por exemplo, empenas cegas de edificações, "back lights" e totens, pelos quais as empresas certamente optariam, já que pagariam apenas a Taxa de Fiscalização de Anúncios prevista para seu licenciamento.

Quanto ao conteúdo em si da mensagem publicitária, não é de responsabilidade dos Municípios, sendo regulado exclusivamente pelo Código de Auto-Regulamentação Publicitária. Assim, não obstante possa haver licença concedida pelo Cadastro de Anúncios da Prefeitura - CADAN, nada obsta que o órgão encarregado de fiscalizar a execução da lei federal encontre anúncio de conteúdo proibido e imponha a respectiva sanção.

Outro aspecto que, igualmente, macula o texto aprovado é a determinação de que os recursos arrecadados sejam destinados ao Fundo Municipal de Saúde, com rubrica específica para a prevenção e tratamento de dependência química.



100

A realização de programas da administração municipal deve se dar dentro da normal execução orçamentária, não sendo adequada a destinação específica de recursos a determinados fins, dissociada das demais ações da Administração. É de se reconhecer que a atividade de prevenção e tratamento de dependência química deve ser custeada por impostos, e não por taxas, vez que se trata de serviço público inespecífico, indivisível e gratuito.

Assim, em não se tratando de recursos vinculados, há que se observar o princípio da não-afetação da receita: todos os recursos são recolhidos ao caixa único e servem para financiar todos os serviços, não podendo ser afetados a nenhum fundo, serviço ou despesa determinada.

Pelas razões expostas, das quais resultam a evidente inconstitucionalidade e ilegalidade da propositura, que se mostra, ademais, contrária ao interesse público, impõe-se seu veto total, com base no artigo 42, § 1º, da Lei Orgânica do Município.

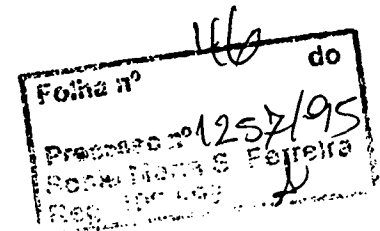
Devolvo, pois, o assunto à nova apreciação dessa Egrégia Câmara Municipal, renovando a Vossa Excelência meus protestos de apreço e consideração.

MARTA SUPLICY, Prefeita

Ao Excelentíssimo Senhor

José Eduardo Martins Cardozo

Presidente da Câmara Municipal de São Paulo



[Voltar](#)

[Imprimir](#)



1. The first part of the document is a list of names and addresses. The names are: John Doe, Jane Doe, and John Doe. The addresses are: 123 Main St, 456 Main St, and 789 Main St.

PL 1257/95

Trata-se de projeto de lei, de autoria do nobre Vereador Arselino Tatto, que dispõe sobre a proibição de propaganda de cigarros nos próprios municipais, vias públicas, praças, parques e jardins.

Todavia, conforme informação de fls. 20, após a apresentação do projeto em tela, foram aprovadas a Lei Federal nº 9.294, de 15 de julho de 1996, e a Lei Municipal nº 14.223, de 26 de setembro de 2006, dispondo integralmente sobre a matéria.

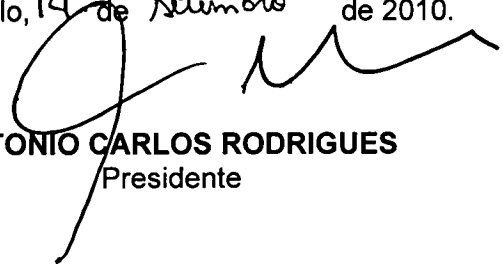
Com efeito, a Lei Federal nº 9.294, de 15 de julho de 1996, que dispõe sobre as restrições ao uso e à propaganda de produtos fumíferos, bebidas alcoólicas, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas, nos termos do § 4º do art. 220 da Constituição Federal, alterada pela Lei Federal nº 10.167, de 27 de dezembro de 2000, em seu art. 3º, estabelece que a propaganda comercial dos produtos referidos no artigo anterior (cigarros) só poderá ser efetuada através de pôsteres, painéis e cartazes, na parte interna dos locais de venda, e a Lei Municipal nº 14.223, de 26 de setembro de 2006, que dispõe sobre a ordenação dos elementos que compõem a paisagem urbana do Município de São Paulo, em seu art. 9º, II, estabelece que é proibido a instalação de anúncios em vias, parques, praças e outros logradouros públicos, em seu art. 18, estabelece a proibição de colocação de anúncios publicitários nos imóveis públicos e privados, edificadas ou não, e em seu art. 44, estabelece que todos os anúncios publicitários, inclusive suas estruturas de sustentação, instalados, com ou sem licença expedida a qualquer tempo, dentro dos lotes urbanos de propriedade pública ou privada, deverão ser retirados pelos seus responsáveis até 31 de dezembro de 2006.

Tais fatos ensejam a aplicação do disposto na alínea "d" do inciso II do art. 17 do Regimento Interno, que determina ser atribuição do Presidente, quanto às proposições, **declarar prejudicada a proposição em face da aprovação de outra com o mesmo objetivo**.

Dê-se ciência ao autor desta decisão, bem como de que, não se conformando com a mesma, poderá recorrer ao Plenário no prazo de 2 (dois) dias úteis, nos termos dos arts. 311 e 312 do Regimento Interno.

Na ausência de recurso, archive-se o projeto.

São Paulo, 14 de Setembro de 2010.


ANTÔNIO CARLOS RODRIGUES
Presidente

CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO
RECEBIDO NO GABINETE DO(A) VEREADOR(A)
ARSELINO TATTO CV 82
EM 14/09 Ass. 13
RF 25472 ASS. [Signature]

CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO
Segue(s) fls. 48/- 20/09/10
[Signature]

Isis Duarte Rodrigues
Técnico Administrativo
RF 71.207



CÂMARA MUNICIPAL DE
SÃO PAULO
PROCURADORIA

Folha 48
Proc. N° 01-1257/95
Isis Duarte da Silva
RF. 11.207

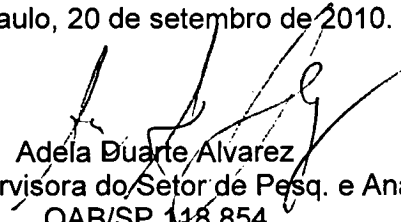
SETOR DE PESQUISA, ASSESSORIA E ANÁLISE PRÉVIA

PL 1257/95

À SGP.33
Sra. Supervisora,

Ante o decurso do prazo para apresentação do recurso previsto nos arts. 311 e 312 do Regimento Interno, **ocorrido em 16 de setembro de 2010**, archive-se, nos termos do despacho do Sr. Presidente de fls. 47, por encontrar-se **prejudicado** o presente projeto de lei, diante da superveniência de lei tratando da matéria, no mesmo sentido pretendido pelo autor.

São Paulo, 20 de setembro de 2010.


Adela Duarte Alvarez
Procuradora Supervisora do Setor de Pesq. e Análise Prévia
OAB/SP 148.854

Segue(m) Juntado(s), nesta data,
documento(s) rubricado(s) sob
nº..... e folha de informação
sob nº.....
.....

Aparecido Ferreira
Assistente Parlamentar
RF 101.075



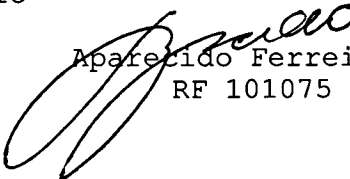
**CÂMARA MUNICIPAL DE
SÃO PAULO**

Papel para informação, rubricado como folha n° 49
do processo 01-1257 de 1995 20/09/2010


Aparecido Ferreira
RF 101075

SUPERVISÃO DE ARQUIVO GERAL

Requisitado em 23/03/2010
Arquivado novamente em 20/09/2010
Com 49 fls.
O Funcionário


Aparecido Ferreira
RF 101075