

CAMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

ASSESSORIA TECNICA DA MESA - A.T.M.
SISTEMA DE APOIO AO PROCESSO LEGISLATIVO

PROJETO DE LEI : 010028927 DE 1992

012-124.40

NATUREZA : PL

01-0028/92-7 DE 12/02/92

PROMOVENTE: VEREADOR

ARSELINO TATTO ?T

EMENTA :

Dispõe sobre a proibição de anúncios de cigarros e bebidas alcoólicas nos out-doors da cidade.

INDICE :

BEBIDA ALCOÓLICA
CARTAZ
CIGARRO
PROIBIÇÃO
PROPAGANDA

OBSERVAÇÕES :

TEM ANEXO CF 10-0073/92

CNC Solutions
Tipo: Processo Legislativo
21/10/2010 14:28:27

00000010528-70



ARQUIVADO EM 13/10/97

CHEFE DA SEÇÃO



Câmara Municipal de São Paulo

Folha no 01 de proc
no 028 de 1992

LIDO HOJE 12 FEV 1992
AS COMISSÕES DE:
CONSTITUIÇÃO E JUSTIÇA
POL. URBANA, MEIO. M. AMB.
ATIVIDADE ECONÔMICA
FINANÇAS E ORÇAMENTO
PR. COLENTE

01 - PL
PROJETO DE LEI 01-0028/92-7

Dispõe sobre a proibição de anúncios de cigarros e bebidas alcóólicas nos out-doors da cidade.

A CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO Decreta:

Art. 1º Fica proibido os anúncios de cigarros e bebidas alcóólicas nos out-doors da cidade.

Art. 2º O Executivo regulamentará a presente lei no prazo de 60 (Sessenta) dias a contar na data de sua publicação.

Art. 3º As despesas decorrentes desta lei correrão por conta de dotações orçamentárias próprias, suplementadas se necessário.

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

12F 11592 00301

Sala das Sessões,

Arselino Tatto
Vereador

Líder da Bancada do PT
C.M.S.P.

CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO
Sessão de 1954, 1.ª sessão, 2.ª sessão
Ordem do dia nº 2 e 3 em 1/1/54



Câmara Municipal de São Paulo

Folha n.º	02	de proc
n.º	028	de 1992
<i>Indelino</i>		

JUSTIFICATIVA

Não é segredo para ninguém os males causados por cigarros e bebidas alcóolicas à saúde humana.

Países do chamado 1º mundo vêm tomando medidas para diminuir o consumo de tais produtos, restringido cada vez mais a sua publicidade em locais e horários do alcance principalmente de crianças e adolescentes.

No Brasil já houve alguns avanços no tocante à propaganda na televisão restringente o horário desse tipo de anúncios.

Outra medida considerada de grande valia foi a tarja "fumar é prejudicial à saúde" em todos os anúncios de cigarros.

Dando continuidade a essa campanha contra o tabaco e o álcool, o presente Projeto de Lei visa proibir anúncios desses produtos nos out-doors da cidade. A saúde agradece.

Diante do exposto, peço aos nobres colegas o apoio para a aprovação desta propositura.

Sala das Sessões,

Arselino Tatto
Arselino Tatto

Vereador

Líder da Bancada do PT
C.M.S.P.



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

Papel para informação, rubricado como folha nº 03

do processo nº 0028 de 19 92 19/02/92 (a) *Adelina*

Sobre o assunto consta
PL. 225/91
Em 19-02-91

Adelina
Adelina Ciccone

À Douta Comissão de
Constituição e Justiça;
Em 19/02/92

[Signature]
LUIZ CARLOS DE CARVALHO
Assessor Técnico Leg. Chefe
A. T. M.

Recebido na Comissão de
Constituição e Justiça
Em 19/02/92 às 18:30 hs. *[Signature]*

Ao Nobre Vereador Vital Rodrigues
para relatar.

Sala da Comissão de Constituição e Justiça
em 24 de Fevereiro de 19. 92

[Signature]
Presidente

S E G U E juntado nesta data, documento e papel para informação, rubricado
sob folha nº 04

Em 05/03/92

(a) *[Signature]*



Câmara Municipal de São Paulo

Folha n.º 04 do proc
N.º 28 de 1992
Funcionário P. V.

Senhor Presidente da Comissão de Constituição e Justiça

Tendo em vista a necessidade de maiores estudos da matéria, solicito a V.Exa. a prorrogação de prazo para emissão de parecer desta Comissão, conforme disposto no art. 63, "caput", do Regimento Interno.

Em, 05/03/92.

Ver.

Relator

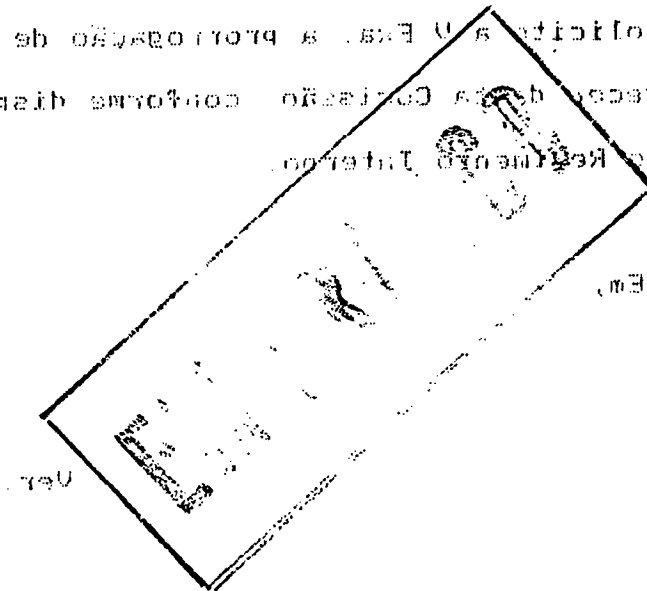
DEFERIDO

Ver. HENRIQUE PACHECO

Presidente da C.C.J.

Senhor Presidente da Comissão de Constituição e Justiça

Tendo em vista a necessidade de maiores estudos da
matéria, solicito a V. Exa. a prorrogação de prazo para em-
são de parecer da Comissão conforme disposto no art. 63,
"caput", do Regulamento Interno.



Respeitosamente,

DEFERIDO

Ver. HENRIQUE RACHICO

Presidente da C.C.J.

CÂMARA DE SÃO PAULO
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO, ficando sob
105/06 - 13/03/92 @



Câmara Municipal de São Paulo

Folha n.º 05 do proc.
N.º 28 de 19 92
C. Funcionário

PARECER
0237/92

PAR _____ DA COMISSÃO DE CONSTITUIÇÃO E JUSTIÇA
SOBRE O PROJETO DE LEI 28/92.

Projeto de lei, de autoria do nobre Vereador
Arselino Tatto, visa proibir a publicidade de cigarros e be-
bidas alcoólicas em cartazes na cidade.

Aproposta encontra amparo no artigo 13, inciso
I da Lei Orgânica do Município de São Paulo.

Pela legalidade.

Sala da Comissão de Constituição e Justiça, em

13/3/92

RELATOR

constituição
M. 19

Publicado no DIARIO OFICIAL
de
pagina
contendo:
SEM EFEITO

EX 18 30



Câmara Municipal de

COPIAR 12
Folha 06 do proc.
N.º 28
C. Lu. 92
São Paulo

PARECERXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXDA COMISSAO DE CONSTITUCIONALIDADE
EXPLICA O SUPLENTE PROJETO DE LEI 28/92.

VOTO CONTRÁRIO

Projeto de lei, de autoria do nobre Vereador Arselino Tatto, visa proibir a publicidade de cigarros e bebidas alcoólicas em cartazes na cidade.

Lamentavelmente, a proposta esbarra nos artigos 22, XXIX, c/c o art. 220, § 3º, II, e § 4º, ambos da Constituição Federal, que reservam à União, por meio de Lei Federal, a competência para legislar sobre propaganda comercial, especialmente a respeito de tabaco e bebidas alcoólicas, como pretende o Ilustre Vereador.

Por essas razões, o projeto não pode pros-
perar.

Pela inconstitucionalidade.

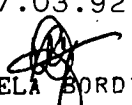
Sala da Comissão de Constituição e Justiça, 13/03/92.

- Presidente

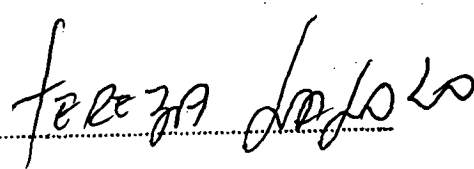
W. H. H. H.
c/ pastore

Publicado no DIÁRIO OFICIAL
de 17.03 / 13 92
pagina 34/35 39/19
conferido: 

À
COM. POL. URBANA
EM 17.03.92.

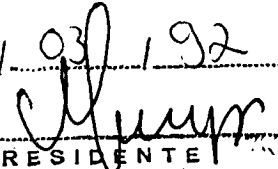

p/ANGELA BORDIN
Oficial Legislativo

AO NOBRE VEREADOR



PARA RELATAR.

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

18/03/92

PRESIDENTE



Câmara Municipal de São Paulo

Folha n.º 07 da Proc.
n.º 028 de 1992
Funcionário

PARECER
0392/92

PA DA COMISSÃO DE POLÍTICA URBANA, METROPOLITANA E MEIO AMBIENTE SOBRE O PL 028/92

Visa o presente Projeto de Lei nº 028, de 12 de fevereiro de 1992, de autoria do Nobre Vereador Arselino Tatto, dispor sobre a proibição de anúncios de cigarros e bebidas alcoólicas nos out-doors da cidade.

É patente que são enormes os males causados por cigarros e por bebidas alcoólicas, influenciando negativamente na saúde pública da população, de forma bastante acentuada.

São necessárias, portanto, medidas severas para que os consumos destes produtos sejam diminuídos. E realmente, nos últimos tempos, algumas têm sido adotadas pelo Governo Federal.

No âmbito municipal um dos procedimentos mais eficiente que se pode ter é a proibição de anúncios em out-doors, já que se sabe que a propaganda age inelutavelmente sobre os cidadãos, inclusive de modo subliminar, impedindo assim a queda do consumo, mesmo pela pessoas que sabem do seu malefício.

A Comissão de Política Urbana, Metropolitana e Meio Ambiente tem como competência, de acordo com o Regimento Interno da Câmara Municipal de São Paulo, dar parecer, entre outros assuntos, sobre a proteção da vida humana. E nada mais premente para a proteção da vida do que uma lei que atinge diretamente a melhoria em massa da saúde do povo, através da diminuição do tabagismo e do alcoolismo.

Por estes motivos, esta Comissão é favorável à presente proposição.

Sala da Comissão de Política Urbana, Metropolitana e Meio Ambiente, em de 03/04/92

Presidente

Relator

Tereza Lajolo

[Handwritten signatures and initials]
Contrário
X
X
X
Contrário

Publicado no DIÁRIO OFICIAL

de 09/04/92 pág. 58

coluna 2ª 3ª conteúdo: ✓

AE-

À Com. de Atividade Econômica

09.04.92

Ao nobre Vereador

LIDIA CORREIA

para relatar.

Sala da Comissão

ATIVIDADE ECONÔMICA

09/04/92

em 2ª
PRESIDENTE

CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

SEQUE, Juntado nesta data para informação rubricado sob
documento

folha n.º ____ / ____ / ____ 8)



Câmara Municipal de São Paulo

EXMO. SR. PRESIDENTE DA COMISSÃO DE ATIVIDADE ECONÔMICA,

Devido à necessidade de se efetuar estudos complementares sobre a matéria, pedimos à V. Exa., providências com o objetivo de prorrogar o prazo deste processo por mais oito dias, conforme artigo 63 do Regimento Interno.

24/04/92.


VER. LÍDIA CORRÊA
RELATORA.

D E F I R O, EM 24/04/92.


VEREADOR EDER JOFRE

PRESIDENTE.

[Faint, mostly illegible text, possibly a letter or official document, crossed out by a diagonal line.]

CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

Attestado, Juntado nesta data para ser informado, rubricado sob

folha n.º 04 de 105192 e) *[Signature]*



DL 28/92

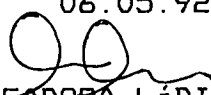
Câmara Municipal de São Paulo

Folha n.º 69 do proc.
n.º 028 de 19 92
O funcionário

EXMO. SENHOR PRESIDENTE DA COMISSÃO DE ATIVIDADE ECONÔMICA,

Em virtude da complexidade da matéria e portanto não havendo tempo suficiente para debates com o objetivo de aprofundarmos a discussão sobre o presente projeto de lei, solicito de V. Exa. providências no sentido de que seja dada a tramitação normal ao presente processo, conforme art. 64 do Regimento Interno, afim de que o plenário se manifeste, oportunamente, a respeito do mesmo.

06.05.92


VEREADORA LÍDIA CORRÊA
RELATORA

À COMISSÃO DE FINANÇAS E ORÇAMENTO conforme art. 64 do Regimento Interno, para manifestação do Plenário em momento oportuno, conforme despacho acima da Vereadora Lídia Corrêa.

06.05.92


VEREADOR EDER JOFRE
PRESIDENTE DA COMISSÃO DE ATIVIDADE ECONÔMICA

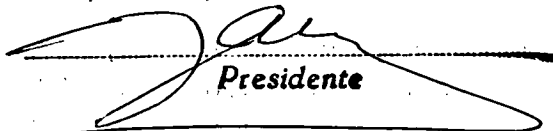
À Comissão de Finanças e Orçamento
em 06.05.92.


Arão M. Santos
Secretário--ECON

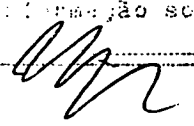
Recebido na Comissão de
Finanças e Orçamento
Em 11.05.92 as 15⁰⁰ h.

10 nobre Vereador Alfredo Martins
para relatar.

Sala da Comissão de Finanças e Orçamento
11 / 05 / 92


Presidente

CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO
PROPOSTA Nº 05/06/19/05
nº 05/06/19/05
e data de informação sel.
nº 05/06/19/05





Câmara Municipal de São Paulo

RELATÓRIO

DA COMISSÃO DE FINANÇAS E ORÇAMENTO SOBRE O
PROJETO DE LEI Nº 28/92

Folha n.º 10 de proc.
n.º 28 de 1992

O projeto de lei ora em pauta, de iniciativa do nobre Vereador Arselino Tatto, pretende proibir a veiculação de anúncios de cigarros e bebidas alcoólicas através de out-doors no Município.

Posto tal o intento, destaca então o legislador ora proponente, em sua exposição de motivos, a necessidade de se restringir a publicidade que estimule o consumo de produtos que, "não é segredo para ninguém", causam males à saúde humana.

Contudo, restrita que está ao foco dos aspectos financeiros e orçamentários, entende esta Comissão que a propositura, não obstante meritória em suas intenções, não deve prosperar. Pois que, do contrário ocorrendo, efeitos resultariam que seriam de significativo adversos sobre a arrecadação tributária do Município.

Com efeito, a atividade de veiculação de anúncios em out-doors representa fato gerador de dois tributos de competência municipal: 1. taxa de fiscalização de anúncios, que incide diretamente sobre a atividade, na proporção de um valor trimestral fixo, que atualmente varia de 0,2 a 0,4 UFMs por unidade; 2. imposto sobre serviços de qualquer natureza, então que resultam os efeitos por via indireta, pelo que estimula o uso de tal veículo publicitário a prestação dos serviços 84 e 85 constantes da lista de serviços sujeitos à incidência daquele tributo.



Folha n.º	6410 (11)	de proc.
n.º	28	de 1992

Câmara Municipal de São Paulo

Isso posto, e mais considerando a participação significativa do setor de bebidas e cigarros, ora alvos do projeto, sobre as atividades acima arroladas, não há outro que resulte senão contrário o nosso parecer.

Sala da Comissão de Finanças e Orçamento, em 18 de maio de 1992.

Presidente -

Relator

Alfredo Martins
Martins, cotin...

A- Aq m

Om 19.5.91



MARGARETE NUNES DA SILVA
Oficial Legislativa



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

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

7. d/fo 12.

do processo nº.....28..... de 19.....92...../...../.....(a).....

Ao DT.94 - Sra. Chefe:

Arquivar, nos termos do artigo 275,
da Resolução nº 02, de 26 de Abril de 1.991 (Regimento
Interno).

06.01.93


LUIZ AREIAS DE CARVALHO
Assessor Técnico Legislativo Chefe-ATM

S E G U E.....juntado, nesta data, documento.....e papel para informação, rubricado

sub folha nº

Em/...../.....

(a)



Câmara Municipal de São Paulo

Folha Nº. 13 do proc.
Nº. de 19
O func. do

DEFERIDO

REQUERIMENTO

13 - REQ.D(S/PROC)
13-0063/93-2

Requeiro, nos termos regimentais, o DESARQUIVAMENTO dos projetos abaixo relacionados, todos de autoria do Ver. Arselino Tatto, para VOLTA À TRAMITAÇÃO.

Sala das Sessões, em

15/2/93

VEREADOR DEVANIR RIBEIRO
Líder do PT

- 17FFV 190682 00042
- PEs. 342/89, 357/89, 439/89, 451/89, 065/90, 167/90, 180/90, 181/90, 346/90, 368/90, 414/90, 014/91, 060/91, 092/91, 099/91, 140/91, 217/91, 218/91, 228/91, 240/91, 241/91, 249/91, 250/91, 257/91, 259/91, 260/91, 274/91, 313/91, 314/91, 344/91, 343/91, 345/91, 346/91, 365/91, 366/91, 421/91, 438/91, 439/91, 440/91, 441/91, 454/91, 535/91, 536/91, 537/91, 563/91, 606/91, 608/91, 613/91, 632/91, 726/91, 009/92, 028/92, 040/92, 041/92, 052/92, 057/92, 082/92, 148/92,
- PR. 019/91.
 - PDL. 019/92.
 - PLO. 017/91, 018/91, 020/91.



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

Papel para informação, rubricado como folha n°

do processo n°

01-0028

de 19

92 08

01 97

(a)

Ao DT. 94 - Sra. Chefe:

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

08/ 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/	<u>14</u> fls.
Arquivo em	<u>13-1-97</u>
O Func.º	<i>[Signature]</i>

[Signature]
LEILA ANGÉLICA MARIA GUMAUGAS
Documentalista

SEGUE..... juntado nesta data, documento e papel para informação, rubricado
sob folha nº 15-17

Em 19.03.10

(a) LUCAS MANUEL M. T. ALVES SOTO
TÉCNICO ADMINISTRATIVO
RF. 11.234

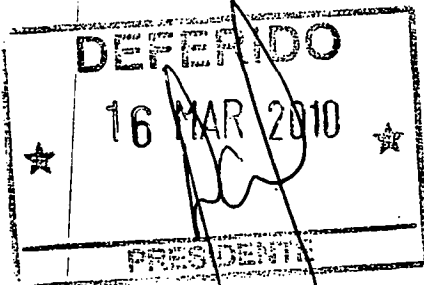


Câmara Municipal de São Paulo

Folha nº 25 do Processo
nº 01-28 de 2002

LUCAS MANOEL M. T. ALVES SOTO
TÉCNICO ADMINISTRATIVO
RF. 11.234

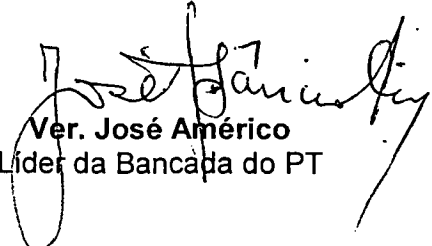
13 - RDS
13- 00185/2010

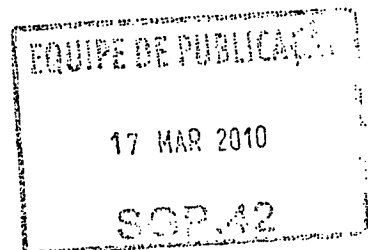


REQUERIMENTO "D" Nº

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 16 do Processo nº 01-25 de 1992

LUCAS MARQUEZANI ALVES SOTO
TÉCNICO ADMINISTRATIVO
RF. 11.234

PDL	PR	PLO
19.92	02.93	07.93
36.94	10.00	02.93
1.96	26.05	01.93
	06.06	
	14.05	

PL															
91	93	92	94	95	96	97	98	99	00	01	02	03	04	05	06
342.91	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
343.91	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 12

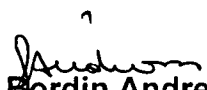
do processo nº 01-28 de nº 1992, 19, 03, 10 (a) 12

LUCAS MANUEL M. T. ALVES SOTO
TÉCNICO ADMINISTRATIVO
RF. 11.234

À SGP.33 - Sra. Supervisora,

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

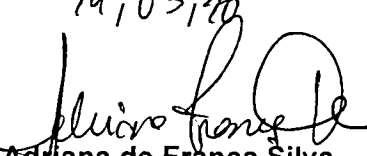
18 / 03 / 10


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.

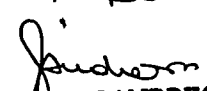
Atenciosamente

19, 03, 10

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


Pedro

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

27/04/10


ÂNGELA BORDIN ANDREONI
Secretária de Apoio Legislativo
SGP-2

RECEBIO NA PASTA DE ARQUIVAMENTO DA CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO
 SETOR DE PESQUISA E DESENVOLVIMENTO DE PROPOSTURAS

Em 28/04/10 às 15:31 hs
 Por Soma

SAÍDA: _____ ASS: _____

CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

Segue em _____ (n) de
 fls. 18 / 40 data 17/08/10

Isis Duarte Rodrigues
 Técnico Administrativo
 RF. 11.807

Estimamos a sua colaboração e atenção.

ANEXOS: 01
 10/08/10



**CÂMARA MUNICIPAL DE
SÃO PAULO**

PROCURADORIA

SETOR DE PESQUISA, ASSESSORIA E ANÁLISE PRÉVIA

PL Nº 0028/92

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:

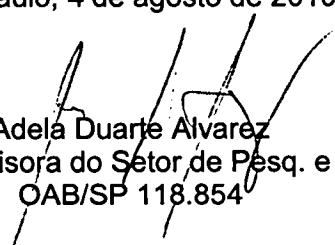
- Lei Federal nº 9.294, de 15 de julho de 1996, que dispõe sobre as restrições ao uso e à propaganda de produtos fumíferos, bebidas alcoólicas, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas, nos termos do § 4º do art. 220 da Constituição Federal, alterada pela Lei Federal nº 10.167, de 27 de dezembro 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, estabelece os locais onde é proibido a instalação de anúncios, em seu art. 18, estabelece a proibição de colocação de anúncios publicitários nos imóveis públicos e privados, edificados 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;**

- Projeto de Lei nº 0513/07, de autoria do Vereador Ricardo Teixeira, que proíbe todo e qualquer tipo de propaganda de bebida alcoólica no Município de São Paulo, e dá outras providências, que recebeu parecer pela ilegalidade, pendente de apreciação de recurso.

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

São Paulo, 4 de agosto de 2010.


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

Folha 18
Proc. Nº 026/92
Isis Duarte de Azevedo
RF. 11/207



Presidência da República
Casa Civil
Subchefia para Assuntos Jurídicos

Folha 19
Proc. Nº 28.712
Isis Dantas da Silva
RF. 11.207

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;~~

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 sequencialmente, 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 sequencialmente, 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 sequencialmente usadas, de forma simultânea ou rotativa, nesta última hipótese devendo variar 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 sequencialmente usadas, de forma simultânea ou rotativa, nesta última hipótese variando no máximo a cada cinco meses, devendo ser escritas de forma legível e ostensiva.~~

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

I - advertência;

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

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

IV - apreensão do produto;

~~V - multa de R\$ 1.440,00 (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 do concorrente. (Parágrafo incluído pela Lei nº 10.167, de 27.12.2000)

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

FERNANDO HENRIQUE CARDOSO

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

Folha 25
Proc. Nº 28.192
Isis Duarte Rodrigues
RF. 11.207

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 ([ver documento](#))

Autor(es): EXECUTIVO; Gilberto Kassab

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

[\[Back \]](#)

Lei nº 14.223, DE 26 DE SETEMBRO DE 2006

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

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

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

CAPÍTULO I

DOS OBJETIVOS, DIRETRIZES, ESTRATÉGIAS E DEFINIÇÕES

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

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

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

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

II - a segurança das edificações e da população;

III - a valorização do ambiente natural e construído;

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

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

VI - a preservação da memória cultural;

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

CAPÍTULO II DAS NORMAS GERAIS

- Art. 8º. Todo anúncio deverá observar, dentre outras, as seguintes normas:
- I - oferecer condições de segurança ao público;
- II - ser mantido em bom estado de conservação, no que tange a estabilidade, resistência dos materiais e aspecto visual;
- III - receber tratamento final adequado em todas as suas superfícies, inclusive na sua estrutura;

- IV - atender as normas técnicas pertinentes à segurança e estabilidade de seus elementos;
- V - atender as normas técnicas emitidas pela Associação Brasileira de Normas Técnicas - ABNT, pertinentes às distâncias das redes de distribuição de energia elétrica, ou a parecer técnico emitido pelo órgão público estadual ou empresa responsável pela distribuição de energia elétrica;
- VI - respeitar a vegetação arbórea significativa definida por normas específicas constantes do Plano Diretor Estratégico;
- VII - não prejudicar a visibilidade de sinalização de trânsito ou outro sinal de comunicação institucional, destinado à orientação do público, bem como a numeração imobiliária e a denominação dos logradouros;
- VIII - não provocar reflexo, brilho ou intensidade de luz que possa ocasionar ofuscamento, prejudicar a visão dos motoristas, interferir na operação ou sinalização de trânsito ou, ainda, causar insegurança ao trânsito de veículos e pedestres, quando com dispositivo elétrico ou com película de alta reflexividade;
- IX - não prejudicar a visualização de bens de valor cultural.
- Art. 9º. É proibida a instalação de anúncios em:
- I - leitos dos rios e cursos d'água, reservatórios, lagos e represas, conforme legislação específica;
- II - vias, parques, praças e outros logradouros públicos, salvo os anúncios de cooperação entre o Poder Público e a iniciativa privada, a serem definidos por legislação específica, bem como as placas e unidades identificadoras definidas no § 6º do art. 22 desta lei;
- III - imóveis situados nas zonas de uso estritamente residenciais, salvo os anúncios indicativos nos imóveis regulares e que já 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, edificados ou não;
- XI - nas árvores de qualquer porte;
- XII - nos veículos automotores, motocicletas, bicicletas e similares e nos "trailers" ou carretas engatados ou desengatados de veículos automotores, excetuados aqueles utilizados para transporte de carga.
- Art. 10. É proibido colocar anúncio na paisagem que:
- I - oblitere, mesmo que parcialmente, a visibilidade de bens tombados;
- II - prejudique a edificação em que estiver instalado ou as edificações vizinhas;
- III - prejudique, por qualquer forma, a insolação ou a aeração da edificação em que estiver instalado ou a dos imóveis vizinhos;
- IV - apresente conjunto de formas e cores que se confundam com as convencionadas internacionalmente para as diferentes categorias de sinalização de trânsito;
- V - apresente conjunto de formas e cores que se confundam com as consagradas pelas normas de segurança para a prevenção e o combate a incêndios.

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 vedo 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.

31/09/2012
Proc. Nº 278/92
Isis Duarte R. Rodrigues
RF. 11.207

§ 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 edificadas, 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 edificadas, 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. Pannel publicitário informativo é o pannel luminoso para informação a transeuntes, consistindo num sistema de sinalização global para a cidade, que identificará mapas de áreas, marcação dos pontos de interesse turístico, histórico e de mensagens de caráter educativo.

§ 5º. Pannel eletrônico para texto informativo consiste em painéis luminosos ou totens orientadores do público em geral, em relação aos imóveis, paisagens e bens de valor histórico, cultural, de memória popular, 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. Bicletário 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.

ha
Proc. Nº 281/92
Isis Duarte F.driguer
RF. 11.227

§ 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

35
Proc. nº 28172
Isis Duarte Rodrigues
RF. 11.207

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Sala das Sessões, Às Comissões competentes

CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

Seguem junta de _____ documento(s) de
fls. 411 - 412 de 1810816

Isis Duarte Rodrigues
Técnica Administrativo
Nº. 11.207



**CÂMARA MUNICIPAL DE
SÃO PAULO**

Folha 41
Proc. Nº 28/92
Isis D. Rodrigues
RF. 11.007

PL 0028/92

Trata-se de projeto de lei, de autoria do nobre Vereador Arselino Tatto, que dispõe sobre a proibição de anúncios de cigarros e bebidas alcoólicas nos outdoors da cidade.

Todavia, conforme informação de fls. 18, 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, estabelece os locais onde é proibida a instalação de anúncios, 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**, restando esclarecer que a proibição de veiculação de qualquer anúncio publicitário em outdoors, conforme estabelecido pela Lei Municipal nº 14.223, de 26 de setembro de 2006, vai ao encontro das disposições do presente projeto de lei.

Ressalte-se, ainda, a título de informação, que se encontra em tramitação o projeto de lei nº 0513/07, de autoria do Vereador Ricardo Teixeira, que proíbe todo e qualquer tipo de propaganda de bebida alcoólica no Município de São Paulo, e dá outras providências, o qual recebeu parecer pela ilegalidade, pendente de apreciação de recurso, sendo certo que não é aplicável o art. 212, inciso IV, do RI, pois se trata de projeto apresentado em sessão legislativa diversa daquele sob análise.

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, 18 de agosto de 2010.

ANTONIO CARLOS RODRIGUES
Presidente

CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO
RECEBIDO NO GABINETE DO(A) VEREADOR(A)
ABSELIAS TATTO GV
EM 18/08/2010 AS 13
RE 24082 ACS. 

CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO
Logom (arquivo(s) e(s) documento(s) de
421 — 24/08/10
X
1000016



CÂMARA MUNICIPAL DE
SÃO PAULO
PROCURADORIA

Folha nº	42	de
Processo nº	08.28192	
Sonia Maria S. Pereira		
Reg. 100.020		

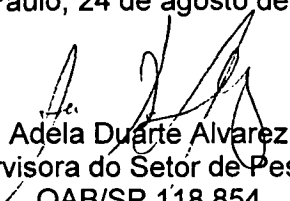
SETOR DE PESQUISA, ASSESSORIA E ANÁLISE PRÉVIA

PL 0028/92

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 20 de agosto de 2010**, archive-se, nos termos do despacho do Sr. Presidente de fls. 41, 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, 24 de agosto de 2010.


Adela Duarte Alvarez

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

Segue(m) Juntado(s), nesta data,
documento(s) rubricado(s) sob
nº..... e folha de informações
sob nº..... 43 16 09 70

Aparecido
Aparecido Ferreira
Assistente Parlamentar
RF 101.075



**CÂMARA MUNICIPAL DE
SÃO PAULO**

Papel para informação, rubricado como folha n° 43
do processo **01-28** de **1992** 16/09/2010

Aparecido Ferreira
RE 101075

Obs.: Tem apensado o Of. 10-73/1992 com 3 folhas

SUPERVISÃO DE ARQUIVO GERAL

Requisitado em **19/03/2010**
Arquivado novamente em **16/09/2010**
Com 43 fls.
O Funcionário

Aparecido Ferreira
RE 101075