

PROJETO DE LEI SUBSTITUTIVO Nº 01 AO PL 379/06 DO EXECUTIVO

Dispõe sobre a ordenação de anúncios na paisagem do Município de São Paulo e dá outras providências.

Gilberto Kassab, Prefeito do Município de São Paulo, faz saber que a Câmara Municipal de São Paulo decretou e ele promulga a seguinte lei:

TÍTULO I - DISPOSIÇÕES GERAIS**Objetivo, Diretrizes, Definições e Vedações**

Art. 1º - A presente Lei destina-se a regular todos os anúncios, conforme nela definidos, instalados em imóveis públicos ou particulares no Município de São Paulo, com visibilidade para áreas de uso comum do povo.

Art. 2º - Para aplicação da presente Lei na ordenação de anúncios serão observadas as seguintes diretrizes:

I - compatibilização entre o local de instalação dos anúncios e a destinação e características da área de entorno;

II - preservação da paisagem urbana, privilegiando-se elementos significativos do Município, de reconhecido valor estético, ambiental, histórico ou cultural.

III - garantia da livre divulgação de eventos, empreendimentos, produtos e serviços no Município de São Paulo;

IV - respeito aos instrumentos de política urbana, tal como previstos no Plano Diretor do Município de São Paulo;

V - combate à poluição visual;

VI - ordenação dos elementos de comunicação visual, privilegiando-se as informações de utilidade pública, notadamente as relativas ao trânsito de veículos e pedestres;

VII - celeridade e eficiência no licenciamento e na fiscalização de anúncios;

VIII - tratamento diferenciado na ordenação de anúncios de acordo com a divisão regional do Município de São Paulo em subprefeituras.

Art. 3º - Para os efeitos de aplicação desta lei, ficam estabelecidas as seguintes definições:

I - altura do anúncio (h) - é o resultado obtido pela diferença entre a altura máxima (hmax) e a base do anúncio, desconsiderada a estrutura de sustentação, no caso de anúncio localizado na cobertura da edificação, observado o seguinte:

a) altura máxima (hmax) - é a distância vertical entre o ponto mais alto do anúncio e o ponto mais alto do solo imediatamente abaixo do anúncio ou do passeio, quando o solo estiver em plano inferior ao mesmo;

II - altura da edificação (hed) - é a distância vertical entre a cobertura da edificação e o ponto mais alto do solo imediatamente abaixo do anúncio;

III - andar - é o volume compreendido entre dois pavimentos consecutivos, ou entre o pavimento e o nível superior de sua cobertura;

IV - anúncio - é qualquer veículo de comunicação visual presente na paisagem, podendo ser classificados como:

a) anúncio indicativo - é aquele que visa apenas identificar no próprio local da atividade os estabelecimentos e/ou os profissionais que dele fazem uso, podendo também ser composto de logomarca e referência a outras empresas fornecedoras, colaboradoras ou patrocinadoras das atividades desenvolvidas no local, desde que esta última não ultrapasse 1/3 (um terço) da área total do anúncio;

b) anúncio publicitário - é aquele destinado à divulgação de produtos ou serviços de terceiros;

c) promocional - é aquele de caráter transitório sem a necessidade de suportes específicos de veiculação;

d) cultural - é aquele destinado a divulgação de eventos na própria instituição promotora;

e) imobiliário - é aquele destinado a divulgação de empreendimento imobiliário;

f) político-partidário - é aquele destinado a divulgação de idéias ou pessoas nos termos da legislação eleitoral.

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

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

VII - empena cega - é a face externa da edificação, situada num único plano, que não apresenta aberturas destinadas à iluminação, ventilação e insolação;

VIII - espessura do anúncio - é a distância entre a face anterior e a posterior;

IX - face de quadra - são todos os lotes que apresentem o mesmo código de logradouro (codlog), o mesmo Setor e a mesma Quadra Fiscal;

X - fachada - é qualquer face externa da edificação que apresente aberturas destinadas à iluminação, ventilação e/ou insolação;

XI - gleba - é a área de terra que ainda não foi objeto de loteamento ou desmembramento;

XII - imóvel edificado - é aquele ocupado total ou parcialmente com edificação permanente;

XIII - imóvel não-edificado - é aquele não-ocupado ou ocupado com edificação transitória;

XIV - lote - é a parcela de terreno contida em uma quadra, resultante de loteamento, desmembramento ou desdobro e com pelo menos uma divisa lindeira a logradouro público;

XV - cota - é o coeficiente que, multiplicado pela testada do imóvel onde se situa o anúncio, possibilita obter a área máxima de anúncio permitida no imóvel;

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

XVII - anúncio televisivo - anúncio publicitário constituído de painel eletrônico com veiculação de imagens em movimento;

XVIII - aplique - elemento acessório ao anúncio publicitário de inserção temporária;

XIX - tapume - elemento de fechamento de obra, com no mínimo 2,20 de altura.

Art. 4º - Para efeitos de aplicação 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 ou 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

IX - aqueles instalados em áreas de proteção ambiental que contenham mensagens institucionais com patrocínio;

X - 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;

XI - a identificação das empresas nos veículos automotores utilizados para a realização de seus serviços;

XII - os que apresentem área de exposição igual ou inferior a 1,0 m² (um metro quadrado) e ainda observem as seguintes condições:

a) não disponham de dispositivos mecânicos ou de sistema elétrico/eletrônico;

b) sejam colocados paralelamente à fachada ou alinhamento do imóvel e estejam instalados no pavimento térreo;

c) sejam únicos no estabelecimento.

Art. 5º - Não será permitida a instalação de anúncios publicitários:

I - na área delimitada pelo seguinte perímetro: Rua Tabatinguera com a Avenida exterior do Parque D. Pedro II, segue por esta avenida até a Avenida do Estado, por esta até a Rua Mercúrio, Avenida Senador Queiroz, Rua Florêncio de Abreu, Rua Mauá, Avenida Duque de Caixas, Largo do Arouche, Rua do Arouche, até encontrar o prolongamento ideal da Avenida São Luiz, Avenida São Luiz, Viaduto 9 de Julho, Viaduto Jacareí, Rua Maria Paula, Viaduto Dona Paulina, Rua Doutor Rodrigo Silva, Rua Álvares Machado, Largo Sete de Setembro, Rua Conde do Pinhal e Rua Tabatinguera até o ponto inicial.

II - nas zonas de uso ZER, ZEPAM, ZEPAG e ZEPEC, nos termos do disposto no Plano Diretor Estratégico - Lei nº 13.430, de 13 de setembro de 2002 e da Lei nº 13.885, de 25 de agosto de 2004;

III - em bem de valor cultural e na respectiva área envoltória quando houver efetivo prejuízo, comprovado pela fiscalização e pelos órgãos de preservação, à visualização do respectivo bem;

IV - que prejudique a visualização da sinalização de trânsito;

V - em leitos dos rios e cursos d'água, reservatórios, lagos e represas, conforme legislação específica;

VI - nas vias, parques, praças e outros logradouros públicos, salvo os anúncios de cooperação entre o Poder Público e a iniciativa privada e nos elementos de mobiliário urbano, conforme legislação específica;

VII - em 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;

VIII - em torres ou postes de transmissão de energia elétrica;

IX - nos dutos de gás e de abastecimento de água, hidrantes, torres d'água e outros similares;

X - em obras públicas, tais como pontes, passarelas, viadutos e túneis, ainda que de domínio estadual e federal;

XI - nas árvores de qualquer porte;

XII - que prejudique a edificação em que estiver instalado ou as edificações vizinhas;

XIII - que prejudique a insolação ou a aeração da edificação em que estiver instalado ou a dos imóveis vizinhos;

XIV - que apresente conjunto de formas e cores que se confundam com as consagradas pelas normas de segurança para a prevenção e o combate a incêndios;

XV - quando colado, pintado ou pichado nas fachadas das edificações.

§ 1º - As vedações contidas nos incisos I a IV do caput, supra, não se aplicam a anúncios promocionais, bem como aos destinados a divulgação de eventos culturais no local. Já para os anúncios instalados nas empenas cegas e coberturas não é aplicada a vedação contida pelo inciso I, supra.

§ 2º - Não será permitida a instalação de duas ou mais peças veiculadoras de anúncios publicitários com características estruturais diversas num único lote, salvo no caso de anúncios instalados em empenas cegas e coberturas.

§ 3º - A CPPU poderá permitir, mediante solicitação do interessado e encaminhada pela SEHAB, a instalação de anúncios publicitários em ZER's desde que estes sejam instalados em lotes lindeiros a vias estruturais contidas nas respectivas áreas e comprovado pelo interessado o uso não conforme em mais de 50% da face de quadra, bem como nas áreas envoltórias sem que ocorra prejuízo a visualização do bem protegido, obedecidas as demais regras desta Lei.

TÍTULO II - ORDENAÇÃO DA PAISAGEM

Capítulo I - Normas gerais

Art. 6º - Considera-se, para efeito desta lei, como utilização da paisagem urbana todos os anúncios, desde que visíveis do logradouro público, instalados em:

I - imóvel particular:

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

II - bem público:

- a) edificado;
- b) não-edificado;
- c) em obra pública de construção civil;
- d) em faixa de domínio, pertencente a redes de infra-estrutura, faixa de servidão de redes de transporte, de redes de transmissão de energia elétrica, de oleodutos, gasodutos e similares;

III - mobiliário urbano;

IV - veículos automotores.

Parágrafo único - Para efeito do disposto no "caput" deste artigo, considera-se também visível, o anúncio colocado internamente à edificação, numa distância máxima de 0,50 m (cinquenta centímetros), de qualquer abertura ou vedação transparente que se comunique diretamente com o exterior.

Art. 7º - Toda peça veiculadora de anúncios deverá observar, entre outras, as seguintes normas:

I - oferecer condições de segurança ao público;

II - ser mantido em bom estado de conservação, no que tange à estabilidade, resistência dos materiais e aspecto visual;

III - receber tratamento final adequado em todas as suas superfícies, inclusive na sua estrutura, ainda que não utilizada para anunciar;

IV - ter a área destinada ao anúncio recoberta por material equivalente ao utilizado para veiculação, na cor preta, branca ou cinza na ausência de anunciante;

V - atender às normas técnicas pertinentes à segurança e estabilidade de seus elementos;

VI - atender às normas técnicas emitidas pela Associação Brasileira de Normas Técnicas - ABNT, pertinentes às distâncias das redes de distribuição de energia elétrica ou a parecer técnico emitido pelo órgão público estadual ou empresa responsável pela distribuição de energia elétrica.

Art. 8º - Para efeitos de aplicação desta lei, os anúncios são classificados em:

I - indicativo: exclusivamente utilizado para indicar atividade no próprio local de instalação.

II - publicitário: quando servir à divulgação de produtos ou serviços de terceiros

III - promocional: quando contenha as seguintes características:

- 1) área máxima de 2,00 m² (dois metros quadrados);
- 2) não utilize qualquer dispositivo luminoso;
- 3) veicule mensagens esporádicas atinentes a promoções, ofertas especiais e similares, de caráter transitório;

- 4) seja único no estabelecimento;
- 5) não avance sobre o passeio;
- 6) tenha altura máxima (H máx.) igual ou inferior a 3,00 m (três metros);
- 7) seja veiculado pelo prazo máximo de 30 (trinta) dias

IV - culturais: quando servir a divulgação de eventos na própria instituição promotora e estarão sujeitos a regulamentação específica por ato do Poder Executivo.

V - político-partidária: quando servir a divulgação de pessoas ou idéias nos termos da legislação eleitoral.

CAPITULO II

DO ANÚNCIO EM IMÓVEL PARTICULAR EDIFICADO

SEÇÃO I - NA FACHADA

Art. 9º - Não serão permitidos anúncios publicitários nas fachadas de imóveis particulares edificados, salvo aqueles anunciando venda ou locação, os quais serão limitados a uma área total de 5 m² (cinco metros quadrados).

Art. 10º - O anúncio indicativo instalado em fachada será considerado:

I - paralelo, quando a superfície de exposição do anúncio estiver posicionada em relação ao plano da fachada a uma distância de, no máximo, 0,30 m (trinta centímetros) deste;

II - perpendicular, quando o eixo de sua estrutura estiver posicionado perpendicularmente em relação ao plano da fachada, devendo o anúncio apresentar espessura de, no máximo, 0,30 m (trinta centímetros).

§ 1º - No cálculo da distância mencionada no inciso I deverá ser considerada a estrutura do anúncio.

§ 2º - Quando instalado em fachada construída no alinhamento, o anúncio poderá avançar até 1,00 m (um metro) sobre o passeio, desde que este avanço não exceda a 2/3 (dois terços) da largura do passeio.

Art. 11 - O anúncio indicativo instalado na fachada da edificação deverá ainda atender às seguintes condições:

I - ter sua projeção ortogonal totalmente contida dentro dos limites externos da fachada onde se encontra e não prejudicar a área de exposição de outro anúncio.

II - observar as características arquitetônicas e funções definidas no projeto de construção ou reforma da edificação;

III - caso instalado paralelamente em fachada recuada do alinhamento sua altura deverá respeitar a circulação de pedestres e a iluminação e aeração do imóvel.

IV - deverá observar uma área máxima de 4 m² e não poderá ser instalado perpendicularmente ao passeio na área definida pelo inciso I, do art. 5º, supra. No restante do município poderá ter área máxima igual 10 m², salvo em casos expressamente previstos nesta lei.

SEÇÃO II - NA EMPENA CEGA

Art. 12 - O anúncio publicitário instalado em empena cega deverá enquadrar-se nos parâmetros constantes do Quadro Anexo I e ainda:

I - encontrar-se em edificação sem anúncio na cobertura na mesma face de visibilidade;

II - ser único em cada empena cega por bloco de edificação;

III - ocupar entre 50 a 70% da área visível da empena cega, de acordo com a subprefeitura onde for localizado o edifício, conforme o Quadro Anexo;

IV - apresentar projeção ortogonal contida nos limites do perímetro da empena, exceto a iluminação;

Art. 13 - O responsável pela veiculação de anúncio deverá manter a parte não utilizada da empena conservada e pintada bem como a totalidade da mesma no caso de remoção do anúncio.

SEÇÃO III - NA COBERTURA OU COROAMENTO

Art. 14 - Os anúncios indicativos e publicitários instalados na cobertura ou coroamento da edificação deverão enquadrar-se nos parâmetros constantes do Quadro Anexo I para anúncios publicitários e ainda:

- I - ter apenas um anúncio visível, em cada momento de exposição;
- II - não apresentar estrutura de madeira;
- III - ter sua projeção ortogonal contida nos limites do perímetro da cobertura, ou do coroamento;
- IV - não interferir em helipontos, lajes de segurança ou raio de ação de pára-raios;
- V - encontrar-se em edificação sem anúncio na empena cega na mesma face de visibilidade;
- VI - respeitar a altura mínima de edificação por área do Município, conforme Quadro Anexo;
- VII - deverá ser necessariamente iluminado ou luminoso.

SEÇÃO IV - NA ÁREA LIVRE DO IMÓVEL EDIFICADO E NO IMÓVEL NÃO-EDIFICADO

Art. 15 - O anúncio publicitário instalado na área livre de imóvel edificado ou em imóvel não-edificado deverá enquadrar-se nos parâmetros constantes do Quadro Anexo I e ainda:

- I - apresentar projeção horizontal inteiramente contida nos limites do imóvel;
- II - não estar instalado em sobreposição a outro anúncio;
- III - apresentar uniformidade de dimensões, formas e materiais, quando houver mais de um anúncio nas mesmas circunstâncias no mesmo imóvel, excluídos os anúncios indicativos;

§ 1º. Os anúncios indicativos poderão ser instalados em área livre nas seguintes condições:

- I - poderão ter altura máxima de 10 m;
- II - serão veiculados em peça única com área máxima de acordo com o determinado para a respectiva região, nos termos do Quadro Anexo para Anúncios Indicativos.

§ 2º. Os anúncios televisivos deverão atender as disposições do quadro anexo exceto quanto à rarefação, a qual deverá ser de no mínimo 350 m para outro anúncio do mesmo tipo.

Art. 16 - O anúncio publicitário deverá atender ainda as seguintes condições:

- I - respeitar as cotas estabelecidas no Quadro Anexo, de acordo com a subprefeitura na qual estiver localizado o imóvel onde for instalado;
- II - para anúncios com altura máxima de 6,00 m (seis metros), deverá ser respeitada a rarefação determinada no Quadro Anexo, com distância mínima de 1,0 m (um metro) entre os mesmos ou agrupando-se em no máximo de 3, com distância mínima de 3,00 m (três metros) entre os agrupamentos quando houver, exceto para anúncios instalados em imóveis lindeiros a vias estruturais N1, que deverão obedecer a rarefação de 9 m (nove metros) entre anúncios ou entre agrupamentos.
- III - para anúncios com altura máxima superior a 6,00 (seis metros), deverá ser respeitada a rarefação determinada no Quadro Anexo, exceto para anúncios instalados em imóveis lindeiros a vias estruturais N1, que deverão obedecer a rarefação de 50 m (cinquenta metros) entre anúncios deste tipo e possuir altura máxima de 15 m (quinze metros), sendo que a altura do anúncio será de no máximo 5 m (cinco metros).

IV - Os apliques não poderão exceder 20% (vinte por cento) da área máxima do anúncio, possuir espessura máxima de 0,50 (cinquenta centímetros) e serão dispensados de licenciamento prévio.

SEÇÃO V - NOS "SHOPPING CENTERS" e HIPERMERCADOS

Art. 17 - Os anúncios indicativos instalados em imóveis destinados a "shopping centers" e hipermercados poderão ser instalados na cobertura ou fachada das edificações bem como na área livre do imóvel.

§ 1º - Os anúncios indicativos instalados na cobertura seguirão as regras estabelecidas no art. 14, supra.

§ 2º - Os anúncios indicativos instalados na fachada do imóvel deverão estar contidos no perímetro da mesma.

§ 3º - Poderá ser instalado um único anúncio indicativo na área livre do imóvel, salvo para aqueles imóveis superiores a 5.000 m² (cinco mil metros quadrados), quando será permitida a instalação de um segundo anúncio indicativo.

§ 4º - Deverão ser respeitadas as cotas para determinação da área máxima de anúncios publicitários, conforme Quadro Anexo.

CAPÍTULO III

DO ANÚNCIO EM OBRA DE CONSTRUÇÃO CIVIL PARTICULAR

Art. 18 - Em obra de construção civil particular, os anúncios indicativos e publicitários instalados em área livre e tapume, deverão atender às seguintes condições:

I - observar as características e os parâmetros estabelecidos no Quadro Anexo;

II - não apresentar avanço sobre o passeio;

III - não estar instalado na fachada, na empena cega ou na cobertura da edificação, salvo quando em tela de proteção, ou lona de recobrimento fixada no andaime, vedada qualquer projeção para além dos limites da tela ou lona bem como da própria edificação em construção, cujos parâmetros serão estabelecidos por ato do Executivo;

§ 1º - Será admitido anúncio publicitário ou indicativo colocado em tapume, com espessura máxima de 0,10 (dez centímetros) e limitado ao respectivo perímetro.

§ 2º - Será admitida a pintura decorativa em tapume, com inscrição de logotipo ou mensagem publicitária, nos respectivos limites determinados pelo seu perímetro.

§ 3º - Se o tapume for utilizado para fins publicitários, somente poderá ser instalado um anúncio indicativo na área livre do imóvel e se para fins indicativos, apenas um publicitário.

CAPÍTULO IV

DOS BENS PÚBLICOS

Art. 19. Não será permitida a instalação de qualquer anúncio publicitário em bens municipais de uso dominial ou especial, salvo para aqueles de caráter institucional e para elementos do mobiliário urbano.

§ 1º - Os anúncios de caráter institucional seguirão todas as regras contidas na presente lei, de acordo com a respectiva hipótese de incidência normativa.

§ 2º. O disposto no caput não se aplica às glebas municipais, as quais poderão ser cedidas, onerosamente e mediante licitação, para instalação de engenhos publicitários e respectiva exploração, nos termos da legislação pertinente.

CAPÍTULO V

VEÍCULOS AUTOMOTORES

Art. 20. Não será permitida a veiculação de anúncios publicitários em veículos automotores, exceto no caso dos táxis e ônibus pertencentes ao sistema de transporte coletivo público.

§ 1º. As empresas permissionárias ou concessionárias do serviço de transporte coletivo apenas poderão explorar a publicidade na modalidade "bus-door" por meio de previsão expressa no contrato e prévia autorização do órgão gestor da respectiva permissão ou concessão.

§ 2º. Os anúncios publicitários eventualmente instalados em táxis deverão obedecer as seguintes normas:

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

II - será permitida a publicidade no vidro traseiro, com a aplicação de película adesiva semi-transparente;

III - será permitida a instalação sobre a capota de pequenos "back-lights", providos ou não de luminosidade, com altura máxima de 0,40 m (quarenta centímetros); no seu sentido longitudinal, com angulação de até 45 (quarenta e cinco) graus, não ultrapassando

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

Art. 21. Será permitida a instalação de identificação da empresa ou proprietário do respectivo veículo, independentemente de licença, respeitadas as normas de trânsito e desde que essa identificação não confunda ou prejudique outros motoristas.

CAPÍTULO VI

MOBILIÁRIO URBANO

Art. 22 - Os anúncios em mobiliário urbano serão instalados apenas naqueles elementos listados na legislação específica e deverão obedecer, no que couber, ao disposto nesta lei, estando desobrigados do licenciamento mas não do pagamento de todas as taxas e impostos eventualmente incidentes.

CAPÍTULO VII

FAIXAS DE DOMÍNIO

Art. 23 - Os anúncios instalados em faixas de domínio, pertencentes à rede de infraestrutura, faixas de servidão da rede de transporte, redes de transmissão de energia elétrica, de oleodutos, gasodutos e similares deverão obedecer às seguintes restrições:

I - apresentar até 36,00 m² (trinta e seis metros quadrados) por face de exposição com área de, no máximo, 72,00 m² (setenta e dois metros quadrados), ou área de 48,00 m² (quarenta e oito metros quadrados), restrito a uma única face;

II - apresentar altura máxima (hmax) igual ou inferior a 9,00 m (nove metros);

III - respeitar distância de no mínimo 75,00 m (setenta e cinco metros) do próximo anúncio na mesma faixa de domínio.

Parágrafo único. Não se aplicam aos anúncios instalados nas faixas de domínio as determinações constantes do Quadro Anexo a esta Lei.

CAPÍTULO VIII

DOS ANÚNCIOS PROMOCIONAIS

Art. 24 - Os anúncios temporários compreendem a exposição, em espaços públicos, de bandeiras, estandartes, "banners", bicicletas ou assemelhados, e a distribuição de folhetos ou panfletos, brindes e ou assemelhados, destinados a veicular mensagens esporádicas relativas a promoção de vendas de lançamentos imobiliários, ofertas específicas, eventos culturais e artísticos, bem como mensagens de cunho educacional ou de elucidação pública, que por se constituírem em peças móveis e de caráter transitório, ficam sujeitas ao recolhimento dos preços públicos para utilização do espaço.

Art. 25 - A exposição de bandeiras, estandartes, "banners" ou assemelhados, somente poderá ocorrer aos sábados, domingos e feriados, entre 0h (zero hora) e 24h (vinte e quatro horas) enquanto que o mesmo material destinado a finalidades culturais e a distribuição dos materiais promocionais, folhetos ou panfletos, brindes e ou assemelhados, bem como a utilização de placas em bicicletas, poderá ocorrer em todos os dias da semana e será autorizado pelo órgão competente, não ultrapassando o período compreendido entre as 9h30min e 18h30min.

§ 1º - Define-se como bandeira, estandarte e "banners", o anúncio confeccionado em tecido, lona plástica ou similar, onde são veiculadas as mensagens, com uma ou duas faces de exposição, não compreendendo qualquer sistema de fixação, respeitadas as dimensões e parâmetros estabelecidos nesta lei.

§ 2º - Definem-se como folhetos ou panfletos, brindes e ou assemelhados, o anúncio impresso em material de qualquer natureza, onde serão veiculadas as mensagens publicitárias, distribuídos manualmente em espaços e locais pré-autorizados, observados as disposições e parâmetros estabelecidos nesta lei.

§ 3º - Define-se como placa em bicicleta, o anúncio estruturado, confeccionado em tecido, lona plástica ou similar, onde serão veiculadas as mensagens, com uma ou duas faces de exposição, podendo ter no máximo 1,0 m (um metro) de largura por 1,80 (um metro e oitenta) de altura.

Art. 26 - Os estandartes poderão medir no máximo 0,80 m (oitenta centímetros) de largura e até 1,50 m (um metro e cinquenta) de altura e com suporte de até 0,50 m (cinquenta centímetros) de pé.

Art. 27 - As bandeiras poderão medir no máximo 1,50 m (um metro e cinquenta centímetros) de largura e até 1,20 m (um metro e quarenta centímetros) de altura, com mastro de até 3,00 (três metros).

Art. 28 - Os "banners" poderão medir no máximo até 0,40 m (quarenta centímetros) de largura e até 1,00 m (um metro) de altura, sendo obrigatória sua instalação acima de, 2,00 m (dois metros) do chão, exceto na situação prevista no inciso X, do art. 4º, supra.

Art. 29 - Os folhetos ou panfletos, brindes ou assemelhados poderão ter dimensões e características variadas e deverão ser entregues manualmente aos motoristas dos veículos nos cruzamentos de vias públicas, para os pedestres ou em residências e comércios.

Art. 30 - Os estandartes, "banners" ou assemelhados, deverão atender, ainda, aos seguintes requisitos:

I - reserva de, no mínimo, 1/10 (um décimo) das suas áreas para informação da razão social, número de inscrição de Cadastro de Contribuintes Mobiliários - CCM e endereço sede das empresas patrocinadora e divulgadora;

II - para os folhetos ou panfletos, inclusão obrigatória da frase: "não jogue este impresso na via pública", observando o preceituado pela Lei Municipal nº 11.837/95;

III - os "banners", quando colocados nas vias públicas, poderão ser instalados em postes da iluminação pública ou de rede de telefonia.

Parágrafo Único - A responsabilidade pela utilização do espaço público para a distribuição de folhetos ou panfletos, brindes e ou assemelhados, como também a realização da limpeza completa da área compreendida no raio de 200,00 m (duzentos metros) do local em que distribuição for autorizada, será exclusivamente da empresa promotora do evento e deverá ser executada até 02 (duas) horas depois do término diário da autorização concedida.

Art. 31 - Para um mesmo ponto ou cruzamentos de vias públicas para a distribuição de folhetos ou panfletos, brindes ou assemelhados poderão ser concedidas, no máximo 5 (cinco) autorizações distintas, a fim de evitar a aglomeração de pessoas e transtornos no fluxo de veículos.

Art. 32 - Os preços públicos para a utilização do espaço público, serão recolhidos por unidade, e de acordo com as datas de exibição dos anúncios temporários, na seguinte conformidade:

I - bandeira - R\$ 25,00 (vinte e cinco reais) por unidade/dia;

II - estandarte - R\$ 25,00 (vinte e cinco reais) por unidade/dia;

III - "banners" - R\$ 25,00 (vinte e cinco reais) por unidade/dia;

IV - placa em bicicleta - R\$ 25,00 (vinte e cinco reais) por unidade/dia;

V - folhetos ou panfletos, brindes ou assemelhados - R\$65,00 (sessenta e cinco reais) por ponto ou cruzamentos de vias públicas/dia;

Art. 33 - Os preços públicos estabelecidos nesta Lei, serão atualizados, em 1º de janeiro de cada exercício, pela variação do Índice de Preços ao Consumidor Amplo - IPCA, apurado pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE, acumulada no exercício anterior.

TÍTULO III

DAS NORMAS E SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

CAPÍTULO I

DO LICENCIAMENTO

Seção I - Do requerimento

Art. 34 - A instalação de anúncio publicitário de finalidade político-partidária fica sujeita à observância da legislação pertinente, dispensando-se o seu licenciamento.

Parágrafo único - Ficam dispensados também de licenciamento os anúncios instalados em mobiliários e equipamentos urbanos, sujeitos aos respectivos contratos de concessão ou

permissão, inclusive quanto ao seu cadastramento no órgão competente estabelecido no respectivo contrato.

Art. 35 - A instalação de anúncios indicativos ou publicitários de finalidade institucional do Poder Público, em qualquer de suas esferas, independe de licenciamento.

Art. 36 - Para exibir anúncios temporários, a empresa divulgadora do evento deverá requerer previamente, por meio de seu representante legal, autorização junto a SupPrefeitura pertinente, instruindo o requerimento com os seguintes documentos e informações:

I - indicação das datas e quantidades de pontos de standartes e ou cruzamentos de vias públicas em que serão distribuídos os folhetos ou panfletos, brindes ou assemelhados, acompanhados de croqui que possibilite a localização correta, permitindo-se como margem de tolerância, o espaço equidistante de 100 m (cem metros) do local licenciado.

II - comprovação de recolhimento do preço público previsto nesta lei, para o recebimento e autuação do requerimento pela utilização dos espaços públicos;

III - Certidão Negativa de Tributos Mobiliários Municipais;

IV - comprovante de inscrição no Cadastro de Contribuinte Mobiliários - CCM;

V - comprovante de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas - CNPJ;

VI - certidões negativas do SINDIVULG - Sindicato das Empresas de Divulgação Publicitária, Distribuição de Panfletos, Exposição de Cavaletes e Similares do Estado de São Paulo;

§ 1º - No caso de bandeiras, placas em bicicletas e "banners" é dispensada a necessidade de croqui de identificação dos pontos e locais licenciados, conforme indicado no inciso I, valendo a quantidade de cada anúncio temporário, para efeito de cálculo dos preços públicos devidos.

§ 2º - Não serão protocolizados requerimentos incompletos, com erros ou desacompanhados das exigências estabelecidas neste artigo.

Art. 37 - O órgão responsável pela liberação das autorizações deverá encaminhar às Subprefeituras responsáveis, cópias das autorizações dos anúncios temporários, com as quantidades de pontos, das datas e locais em que serão exibidos e ou o cruzamento de vias públicas que serão distribuídos os folhetos ou panfletos, brindes ou assemelhados.

Art. 38 - Denomina-se divulgadora da publicidade a empresa de promoção ou divulgação, inscrita no cadastro de contribuintes mobiliários - CCM, devidamente autorizada, a qual será responsável por eventuais débitos de natureza fiscal relativo a indevida utilização do espaço público para os fins aqui especificados.

Art. 39 - A autorização será expedida no prazo máximo de 3 (três) dias, contados da data de apresentação do requerimento devidamente instruído nos termos do artigo 36 desta Lei.

Art. 40 - Os anúncios indicativos serão autorizados pela SEHAB - Secretaria Municipal de Habitação e Desenvolvimento Urbano, mediante o fornecimento pelo requerente das seguintes informações:

I - identificação completa do requerente, se pessoa física ou jurídica;

II - indicação do CCM, caso o requerente seja empresa cadastrada no Município de São Paulo

III - local de instalação do anúncio, informando-se endereço e o cadlog do imóvel;

IV - descrição das características do anúncio, conforme formulário próprio;

V - prova de recolhimento da taxa cadastral

§ 1º. Em caso de não pronunciamento do Poder Público em no máximo 90 dias, o requerente estará autorizado a instalar o anúncio requerido, desde que o informe previamente a SEHAB e a SMSP, informando o número do processo administrativo em curso e, após a instalação, enviando foto do anúncio devidamente instalado.

§ 2º - O eventual indeferimento do requerimento não gera direito a restituição dos valores relativos a taxa cadastral ou indenização pelas despesas havidas em eventual instalação.

§ 3º - No caso de anúncios indicativos com área superior a 5 m2 (cinco metros quadrados) ou altura superior a 4 m (quatro metros) ou com dispositivos mecânicos, elétricos ou eletrônicos, será exigido, adicionalmente:

I - indicação do número de apólice de seguro de responsabilidade civil cobrindo a peça veiculadora ou o estabelecimento comercial;

II - indicação do número do CADEPEX da empresa responsável pela instalação;

III - indicação do número de registro no CREA do responsável técnico pela respectiva instalação.

Art. 41 - Os anúncios publicitários serão autorizados pela SEHAB - Secretaria Municipal de Habitação e Desenvolvimento Urbano mediante o fornecimento pelo requerente das seguintes informações:

I - identificação completa do requerente;

II - indicação do número de registro no CADEPEX da empresa requerente;

III - local de instalação do anúncio, informando-se endereço e o cadlog do imóvel;

IV - descrição das características do anúncio, conforme formulário próprio;

V - prova de recolhimento da taxa cadastral;

VI - autorização do proprietário do imóvel onde será instalado o anúncio, do locatário ou administrador do condomínio.

§ 1º - No caso de anúncios publicitários com área superior a 5 m2 ou altura superior a 4 m ou com dispositivos mecânicos, elétricos ou eletrônicos, será exigido, adicionalmente, o fornecimento do número de apólice de seguro de responsabilidade civil para a peça veiculadora de anúncios bem como o número de registro no CREA do responsável técnico da respectiva instalação.

§ 2º - Em caso de não pronunciamento do Poder Público em no máximo 90 dias, o requerente estará autorizado a instalar o anúncio requerido, desde que o informe previamente a SEHAB e a SMSP, informando o número do processo administrativo em curso e, após a instalação, enviando foto do anúncio devidamente instalado.

§ 3º - O eventual indeferimento do requerimento não gera direito a restituição dos valores relativos a taxa cadastral ou indenização pelas despesas havidas em eventual instalação.

§ 4º - O requerimento do anúncio publicitário deverá ser realizado necessariamente pela empresa exibidora, devidamente registrada no CADEPEX, sendo que a licença correspondente não poderá ser objeto de qualquer espécie de cessão, alienação ou transferência, sob pena de seu cancelamento.

Art. 42 - O prazo para recurso contra indeferimento nas hipóteses dos artigos 40 e 41 supra é de 15 (quinze) dias corridos, contados a partir do dia seguinte à publicação de indeferimento no Diário Oficial da Cidade e deverá ser instruído com toda a documentação necessária ao requerimento da competente licença.

§ 1º - Os recursos contra indeferimento não terão efeito suspensivo.

§ 2º - No caso de indeferimento de anúncio transitório, o recurso deverá ser endereçado diretamente ao Secretário Municipal de Coordenação de Subprefeituras, o qual terá 15 (quinze) dias para se manifestar.

§ 3º - No caso de indeferimento de anúncio indicativo ou publicitário, o recurso deverá ser endereçado diretamente ao Diretor de Departamento Técnico da SEHAB e respondido no prazo de 15 (quinze) dias. Se este não acolher o pleito, deverá encaminhá-lo automaticamente ao Secretário Municipal de Habitação e Desenvolvimento Urbano, o qual terá 15 (quinze) dias para se manifestar.

§ 4º - Em ambos os casos caberá recurso ao Prefeito do Município de São Paulo, cujo prazo de interposição é iniciado no primeiro dia útil após a publicação do despacho decisório do competente Secretário Municipal e será de 10 (dez) dias.

Seção II - DO CADASTRO DAS EMPRESAS DE PUBLICIDADE EXTERIOR - CADEPEX

Art. 43 - É criado o Cadastro de Empresas de Publicidade Exterior - CADEPEX, destinado ao registro de pessoas jurídicas, cujo objeto social seja a venda, instalação,

manutenção, locação, exibição ou exploração, por qualquer forma, ou seja responsável por comunicação visual exterior.

§ 1º - O Cadastro de Empresas de Publicidade Exterior - CADEPEX será implantado na Secretaria da Habitação e do Desenvolvimento Urbano - SEHAB e terá duas categorias:

I - pleno: abrangendo todas as atividades do caput;

II - restrito: excluídas a locação, exibição e exploração.

§ 2º - Para requerer o cadastramento no Cadastro de Empresas de Publicidade Exterior - CADEPEX, a empresa interessada deverá apresentar:

a) cópia do contrato social, acompanhada da última alteração, se houver, que comprove sua atividade no ramo, com capital mínimo de R\$ 10.000,00 (dez mil reais);

b) prova de inscrição no Cadastro de Contribuintes Mobiliários - CCM no Município de São Paulo;

c) prova de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas - CNPJ;

d) prova de inscrição no Conselho Regional de Engenharia, Arquitetura e Agronomia - CREA;

e) cópia da Carteira do CREA de seu responsável técnico;

f) prova de regularidade do recolhimento do Fundo de Garantia por Tempo de Serviço - FGTS e do Programa de Integração Social - PIS;

g) prova de regularidade junto ao Instituto Nacional de Seguro Social - INSS;

h) prova de recolhimento das contribuições para o sindicato patronal e prova de recolhimento da contribuição sindical dos empregados;

i) prova de recolhimento do Imposto sobre Serviço de Qualquer Natureza devido ao Município sede da empresa relativo ao mês anterior ao pedido de cadastramento ou o respectivo alvará de funcionamento ou instrumento equivalente, em se tratando de empresa nova.

§ 3º - Os registros das empresas cadastradas terão validade de 02 (dois) anos e deverão ser renovados, a pedido das próprias empresas, mediante a apresentação dos documentos relacionados no parágrafo 2º, devidamente atualizados e da relação de anúncios sob sua responsabilidade bem como, quando for o caso, de cópia da apólice do seguro de responsabilidade civil eventualmente necessário para o licenciamento dos anúncios publicitários nas condições do § 1º do art. 29, supra.

§ 4º - Serão automaticamente cancelados os registros que não forem renovados ou cujo pedido de renovação não tenha sido protocolado antes da expiração do registro em vigor, com perda igualmente automática de todas as licenças de CADAN em posse da empresa detentora do CADEPEX cancelado.

§ 5º - No caso do CADEPEX restrito, o requerente estará dispensado da apresentação dos documentos listados nas alíneas "f", "g" e "h", mas estará impedido de requerer a licença para qualquer tipo de anúncio publicitário, sob pena de cancelamento do respectivo registro no CADEPEX.

Seção III - DO CADASTRO DE ANÚNCIOS - CADAN

Art. 44 - O licenciamento do anúncio implica no seu registro no Cadastro de Anúncios - CADAN, criado pela Lei nº 8.730, de 07 de junho de 1978.

Art. 45 - O registro no Cadastro de Anúncios - CADAN, por si só, não implica o reconhecimento da regularidade do anúncio.

Art. 46 - O anúncio sempre deverá conter o CCM da empresa veiculadora bem como o respectivo número da licença, devidamente registrada no CADAN.

Parágrafo único - Os números do CADAN e do CCM poderão ser reproduzidos no anúncio através de pintura, adesivo, autocolante ou, ainda, ser incorporado ao anúncio como parte integrante de seu material e confecção, devendo sempre apresentar condições análogas às do próprio anúncio, no tocante à resistência e durabilidade

Art. 47 - As licenças, devidamente registradas no CADAN, dos anúncios indicativos e publicitários serão válidas por 03 (três) anos.

Seção IV - DA RENOVAÇÃO DA LICENÇA DO ANÚNCIO

Art. 48 - A renovação da licença do anúncio publicitário ou indicativo será feita mediante simples declaração do interessado de que não houve alteração nas características constantes da autorização original e que seu registro no CADEPEX é válido.

Art. 49 - Qualquer alteração em anúncio indicativo ou publicitário, salvo aquela relativa ao conteúdo da mensagem veiculada, ou na sua estrutura de sustentação implica na exigência de nova licença.

Seção V - DOS RESPONSÁVEIS PELO ANÚNCIO

Art. 50 - São responsáveis pelo anúncio, pela ordem:

I - de anúncios publicitários:

- a) a empresa registrada no CADEPEX que tenha requerido a licença do anúncio;
- b) o proprietário ou o possuidor do imóvel onde o anúncio estiver instalado;
- c) a agência de publicidade que contratou a respectiva veiculação;
- d) o anunciante;

II - de anúncios indicativos:

- a) o proprietário do estabelecimento identificado pelo respectivo anúncio indicativo;
- b) o proprietário ou o possuidor do imóvel onde o anúncio estiver instalado;

III - demais anúncios:

- a) o responsável por sua veiculação, exibição ou divulgação;

§ 1º - A empresa registrada no CADEPEX é a única responsável, em todas as esferas, pela veracidade das informações prestadas para obtenção da competente licença de anúncio publicitário.

§ 2º - A empresa registrada no CADEPEX que tenha requerido a licença do anúncio publicitário e o proprietário ou o possuidor do imóvel onde o anúncio estiver instalado são solidariamente responsáveis pela conservação e limpeza das áreas públicas e privadas no entorno de 1 m do referido local de instalação se este for uma área livre de imóvel edificado ou imóvel não-edificado;

§ 3º - A empresa instaladora é também solidariamente responsável pelos aspectos técnicos e de segurança de instalação de anúncio, seja qual for o tipo, bem como de sua remoção.

§ 4º - Quanto à segurança e aos aspectos técnicos referentes à parte estrutural e elétrica, também são solidariamente responsáveis os respectivos profissionais.

§ 5º - Quanto à segurança e aos aspectos técnicos referentes à manutenção, também é solidariamente responsável a empresa de manutenção.

CAPÍTULO II

DA FISCALIZAÇÃO E DAS SANÇÕES

Art. 51 - Para os fins desta lei, consideram-se infrações:

I - exibir anúncio:

- a) sem a necessária licença;
- b) fora do prazo constante da licença;
- c) em desacordo com as informações prestadas no requerimento da competente

licença;

II - manter o anúncio:

- a) em mau estado de conservação;

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

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

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

§ 1º - Para fins de aferição do estado de conservação do anúncio, a estrutura deverá apresentar estabilidade, integridade e bom estado dos materiais indicando atendimento das normas de segurança, bem como pintura em bom estado e, no caso de anúncios luminosos

ou iluminados, deverá atender as normas técnicas pertinentes para o competente aterramento.

§ 2º - No caso de não haver ocorrido o requerimento de licença são solidariamente responsáveis a empresa exibidora, a empresa instaladora, o anunciante, o proprietário e o possuidor do imóvel, sem qualquer ordem de preferência.

Art. 52 - Constatada a irregularidade pela fiscalização esta deverá lavrar o competente auto de notificação, dando ciência ao responsável legal do fato, citando o competente fundamento legal e estipulando prazo para a regularização do anúncio sob pena da punição correspondente, conforme determinado nesta Lei.

§ 1º. Deverá ser observada para efeitos de notificação a ordem de preferência determinada para cada tipo de anúncio conforme progressão descrita no art. 50, supra.

§ 2º. Entre a constatação do fato e a notificação do respectivo responsável deverão decorrer no máximo 30 dias. Encerrado este prazo e constatada a impossibilidade de notificação do primeiro responsável, a fiscalização poderá notificar o responsável seguinte e assim sucessivamente.

Art. 53 - A inobservância das disposições desta lei sujeita os infratores às seguintes penalidades, obedecida a ordem de preferência disposta no art. 50, supra:

I - responsáveis pelo anúncio:

- a) multa;
- b) cancelamento da licença;
- c) remoção do anúncio;

II - empresas veiculadoras:

a) suspensão do registro no Cadastro de Empresas de Publicidade Exterior - CADEPEX por prazo não superior a 01 (um) ano ou até ser sanada a irregularidade que a motivou, sob pena do cancelamento definitivo do registro;

Parágrafo único - Sem prejuízo das demais penalidades cabíveis, a Municipalidade comunicará ao órgão federal fiscalizador do exercício profissional qualquer irregularidade que envolver os responsáveis técnicos pelo anúncio ou as empresas de manutenção e instalação.

Art. 54 - Por ocasião da notificação de irregularidade, o infrator será intimado a regularizar o anúncio ou a removê-lo, quando for o caso, dentro dos seguintes prazos:

I - 10 (dez) dias, no caso de anúncio publicitário;

II - 5 (cinco) dias, no caso dos demais anúncios;

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

§ 1º - Os prazos estabelecidos nos incisos I e II deste artigo poderão ser prorrogados uma única vez, por igual período, por motivo de força maior devidamente comprovado, mediante requerimento do interessado.

§ 2º - O Poder Público poderá interditar e providenciar a remoção imediata do anúncio em caso de risco iminente de segurança ou reincidência na prática de infração, não se responsabilizando por quaisquer danos causados ao anúncio, quando da remoção.

§ 3º - Nos demais casos, os responsáveis serão obrigados a remover o anúncio irregularmente instalado, sob pena da Municipalidade promover a sua imediata remoção após expirado o prazo fixado em segunda notificação ao responsável pelo anúncio para esta finalidade, sem que o mesmo tenha sido removido.

§ 4º - Os custos da remoção, inclusive eventuais despesas judiciais e administrativas, deverão ser reembolsadas pelos infratores, sem prejuízo das penalidades cabíveis.

§ 5º - Esgotado o prazo para regularização ou remoção, será aplicada, cumulativamente, a respectiva multa pela infração.

Art. 55 - As multas sempre serão aplicadas após esgotado o prazo para regularização ou remoção dos anúncios, sem que tenha sido apresentada a correspondente defesa ou esta tenha sido julgada improcedente, e serão devidas nas seguintes hipóteses:

I - exibir anúncio:

- a) sem a necessária licença, multa de R\$ 10.000,00 (dez mil reais);
- b) fora do prazo constante da licença, multa de R\$ 1.000,00 (mil reais);

c) em desacordo com as informações prestadas no requerimento da competente licença R\$ 5.000,00 (dez mil reais);

d) além das dimensões permitidas, multa de R\$ 500,00 (quinhentos reais) por m² que exceder o legalmente permitido

II - manter o anúncio:

a) em mau estado de conservação, multa de R\$ 1.000,00 (mil reais);

III - não atender à intimação do órgão competente para regularização ou remoção do anúncio, multa de R\$ 5.000,00 (cinco mil reais);

IV - para qualquer outra infração não prevista no presente artigo será cominada multa de R\$ 1.000,00 (mil reais).

§ 1º - Persistindo a infração após a aplicação da primeira multa, será aplicada uma multa correspondente ao dobro da primeira e reaplicada a cada 15 (quinze) dias a partir da lavratura da multa anterior, até a efetiva regularização ou remoção do anúncio.

§ 2º - No caso do anúncio apresentar risco iminente, a segunda multa, bem como as reaplicações subseqüentes, serão aplicadas a cada 24 (vinte e quatro) horas a partir da lavratura da multa anterior.

§ 3º - As multas poderão ser cumuladas de acordo com a infração cometida.

§ 4º - Constatada intenção manifestamente protelatória ao fim do procedimento administrativo, o valor final da multa poderá ser dobrado e no caso do infrator ser empresa cadastrada no CADEPEX ele terá seu registro suspenso por 1 (um) ano.

Art. 56 - Do auto de infração e das multas aplicadas pelos fiscais das subprefeituras caberá defesa ou recurso, por escrito, com efeito suspensivo, no prazo de 15 (quinze) dias, contados do recebimento do auto de infração ou da notificação da aplicação de multa, endereçado ao correspondente supervisor de uso e ocupação do solo.

§ 1º - Para o recurso ou a defesa gozarem do efeito suspensivo, o recorrente deverá instruir as razões do recurso com cópia autenticada do comprovante de recolhimento da TFA - Taxa de Fiscalização de Anúncio - referente ao anúncio imputado como irregular.

§ 2º - Recebido o recurso o supervisor de uso e ocupação do solo terá 15 (quinze) dias para manifestar-se. Em caso de não acolhimento deverá encaminhá-lo automaticamente para o correspondente subprefeito, que terá então 15 (quinze) dias para a respectiva manifestação, a qual deverá ser publicada no Diário Oficial da Cidade de São Paulo.

§ 3º - Em caso de nova negativa, o recorrente poderá solicitar a remessa, no prazo de 3 (três) dias da publicação do despacho denegatório, a remessa do respectivo recurso para apreciação do Secretário Municipal de Coordenação de Subprefeituras, que deverá manifestar-se em no máximo 15 (quinze) dias contados do recebimento do feito.

§ 4º - A manifestação do secretário deverá ser publicada no Diário Oficial da Cidade e, em caso de nova negativa, o interessado poderá requerer a remessa do recurso, no prazo de 3 dias contados da referida publicação, para o Prefeito do Município de São Paulo, cujo decisão deverá ser publicada até 15 dias após o recebimento do feito.

Art. 57 - No caso de reincidência na veiculação de anúncio irregular, a empresa veiculadora terá o seu CADEPEX suspenso por seis meses. Durante esse período, a empresa ficará impedida de solicitar novas licenças.

§ 1º. Se a reincidência ocorrer em relação ao imóvel e não a empresa veiculadora, este será interditado para a instalação de novos anúncios pelo período de 1 (um) ano.

§ 2º. Para efeito da reincidência esta será considerada somente após a conclusão dos processos administrativos pertinentes, tanto na primeira infração quanto na segunda.

Art. 58 - Fica estabelecida uma sanção premial para as empresas veiculadoras que não incidirem em qualquer infração na exibição de anúncios durante o ano inteiro, na forma de publicação da relação correspondente no Diário Oficial da Cidade de São Paulo em até 30 dias do ano seguinte.

TÍTULO IV

DAS DISPOSIÇÕES FINAIS E TRANSITÓRIAS

Art. 59 - Licenças concedidas sob os termos de outras leis municipais ou anúncios já legalmente instalados poderão permanecer em exibição até no máximo 1 ano após a publicação desta Lei. Decorrido esse prazo os anúncios e as respectivas peças veiculadoras serão removidas no prazo máximo de 5 (cinco) dias.

§ 1º. Se a licença de determinado anúncio expirar antes do prazo de um ano citado no((GRIFO)) caput((CL)), o anúncio e a própria peça veiculadora deverão ser retirados no prazo máximo de 5 (cinco) dias.

§ 2º. No caso de anúncios instalados provisoriamente, nos termos do art. 59 da lei municipal 13.525/03, cujo procedimento seja encerrado, em favor do solicitante, após a publicação desta Lei, o prazo máximo de exibição será aquele restante para o decurso do período anual previsto no((GRIFO)) caput((CL)).

§ 3º. Os anúncios cuja veiculação seja permitida em razão do disposto neste artigo, não terão qualquer efeito sobre as limitações existentes nesta Lei, sendo considerados como um excedente provisório até o decurso do prazo previsto no((GRIFO)) caput((CL)).

§ 4º. Na concessão das novas licenças para anúncios publicitários, nos termos desta Lei, será dada preferência aos já instalados, na seguinte ordem:

I - anúncios com licença em vigor no momento do requerimento da nova licença;

II - requerimento mais antigo naquela face de quadra nos termos da Lei 13.525/03;

§ 5º. Para garantia da preferência prevista no parágrafo anterior, os interessados deverão adotar o seguinte procedimento:

I - apresentar solicitação por escrito à SEHAB em até 30 dias após a publicação desta Lei, informando número da licença ou protocolo e o respectivo local de instalação com o correspondente cadlog inscrito no respectivo IPTU;

II - exercer o direito de preferência em até 90 dias antes do encerramento do prazo previsto no caput deste artigo.

Art. 60 - O Poder Executivo deverá fixar, por portaria, a padronização dos modelos de requerimentos e demais documentos necessários para aplicação desta lei.

Art. 61 - Os pedidos de autorização e licença de anúncios protocolados anteriormente à data da publicação desta lei, serão analisados nos termos da legislação vigente à época.

Art. 62 - O Poder Executivo poderá celebrar termo de cooperação com a iniciativa privada, visando à execução e manutenção de melhorias urbanas, ambientais e paisagísticas, e à conservação de áreas públicas, atendido o interesse público.

Parágrafo único. Os termos de cooperação citados no caput deverão ser aprovados pela CPPU.

Art. 63 - Fica mantida a CPPU - Comissão de Proteção à Paisagem Urbana, cujas demais competências, além daquelas previstas no § 3º do art. 5º, § 2º do art. 10 e no parágrafo único do art. 63, supra, serão:

I - deliberar quanto à aplicação dos dispositivos desta Lei nas situações não previstas ou passíveis de dúvida;

II - assessorar o COMPEX em suas atividades;

§ 1º. A composição da CPPU será paritária entre representantes da sociedade civil organizada, ligada a urbanismo e publicidade nos termos dos respectivos estatutos, e do Poder Público, sendo a presidência exercida necessariamente por representante deste.

§ 2º. As reuniões da CPPU deverão ser realizadas no mínimo a cada 30 dias, podendo seus componentes deliberar sobre a realização de reuniões excepcionais em prazo inferior.

Art. 64 - É criado no âmbito desta lei, o Conselho Municipal da Publicidade Exterior - COMPEX, na cidade de São Paulo.

Art. 65 - O COMPEX será composto por 6 (seis) órgãos representantes do Executivo Municipal, do Sindicato dos Publicitários, Agenciadores de Propaganda e Trabalhadores em Empresas de Propaganda do Estado de São Paulo, do Sindicato das Empresas de Publicidade Exterior do Estado de São Paulo, da Associação Brasileira de Anunciantes, do Sindicatos das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo, da Associação Brasileira de Agências de Propaganda, do Conselho Nacional de Auto-Regulamentação Publicitária - CONAR.

Art. 66 - O número de representantes do COMPEX será estabelecido pelo Poder Executivo em ato regulamentar.

§ 1º. Cada órgão ou entidade participante do COMPEX terá a prerrogativa da indicação dos seus representantes na forma de seus respectivos estatutos, não havendo direito de veto por parte dos demais participantes do Conselho.

§ 2º. Os membros do COMPEX terão mandato de 2 (dois) anos ou enquanto permanecerem vinculados ao respectivo órgão ou entidade.

Art. 67 - Caberá ao COMPEX:

I - Referendar casos omissos ou conflitantes na atual legislação analisados pela CPPU;

II - Propor normatização técnica e diretrizes de interpretação da legislação acerca da publicidade exterior

III - Receber, analisar e julgar denúncias encaminhadas por cidadãos, órgãos de classe, juntas, conselhos ou tribunais sobre instalação de equipamentos em locais proibidos, impróprios ou inadequados em face da legislação sobre a publicidade exterior ou mobiliário urbano.

IV - Elaborar obrigatoriamente parecer sobre qualquer projeto de lei ou regulamentação na área de publicidade exterior e mobiliário urbano, durante a respectiva tramitação.

§ 1º. No julgamento de denúncias recebidas na forma do inciso III, o COMPEX deverá observar os trâmites previstos nesta Lei. Da respectiva decisão do COMPEX, caberá recurso ao Prefeito da Cidade de São Paulo no prazo de 10 (dez) dias.

§ 2º. Na análise de situações nas quais seja constatado prejuízo a população ou a paisagem urbana, o COMPEX, após parecer fundamentado da CPPU, poderá determinar a remoção do anúncio, ainda que este esteja legalmente instalado.

§ 3º. Os pareceres e deliberações da CPPU não vinculam o COMPEX, o qual sempre deverá fundamentar suas decisões.

Art. 68 - O Poder Público poderá firmar convênios com entidades de classe para a implantação de cadastros profissionais de empresas promotoras de eventos e do CADEPEX, ou outros que promovam a agilização da observância desta lei.

Art. 69 - Fazem parte integrante desta lei:

Anexo I - Quadro de anúncios publicitários

Anexo II - Quadro de anúncios indicativos

Art. 70 - O Poder Executivo regulamentará a presente lei no prazo de 180 (cento e oitenta) dias após sua publicação.

Art. 71 - O Poder Executivo poderá celebrar contratos com empresas privadas, delegando as atividades previstas nesta lei, com vista a maior eficiência e transparência na fiscalização dos anúncios.

§ 1º - As empresas contratadas poderão prestar serviços de apoio a fiscalização durante o prazo estabelecido entre as partes, com ressarcimento dos recursos apropriados.

§ 2º - As empresas contratadas poderão prestar serviços de remoção de anúncios durante o prazo estabelecido entre as partes, com ressarcimento dos recursos apropriados.

Art. 72 - As despesas com a execução desta lei correrão por conta das dotações orçamentárias próprias.

Art. 73 - Esta lei entrará em vigor na data de sua publicação, revogadas as disposições em contrário, em especial, as Leis Municipais nº 13.525/03, nº 13.687/03, 14017/05, Lei 14.066/05 e 14.110/05.

Dalton Silvano
Vereador"

Quadro anexo I - Anúncios publicitários

Região

Área livre e imóvel não edificado

Empena (b)

Cobertura (c)

Hmáx. (m)
 Rarefação (a)
 (qt/quadra)
 Área máx. (m²)
 Cota
 Hed mín.(m)
 Área máx. (m²)
 Rarefação
 (qt. /quadra)
 Hed mín.
 Altura
 Anúncio (m)
 Rarefação
 (qt quadra)
 Centro Histórico

20,00
 50%
 1
 25,00
 1 + 1/5 Hed
 1
 Subprefeituras
 Sé, Pinheiros, Butantã, Lapa e Vila Mariana

6,00
 6
 27,00
 3,00
 20,00
 50%
 2
 30,00
 1 + 1/5 Hed
 2

15,00
 2
 75,00

Demais Subprefeituras

6,00
 9
 30,00

3,00
 20,00
 70%
 3
 20,00
 1+ ¼ Hed
 3

15,00
 4
 100,00

- a) exceto para anúncios televisivos (vide art. 15, § 2º.) Vide Art. 16, incisos II e III
- b) Proibidos anúncios indicativos
- c) Anúncios indicativos em cobertura não sujeitos à rarefação.

Quadro anexo II - Anúncios indicativos

Região

Fachada

Área livre e imóvel não edificado

H máx.

(m)

Cota

Área máx.

(m²)

H mín.(m)

H máx.

(m)

Cota

Área máx.

(m²)

Centro Histórico

5,00

0,5

4,00

Proibido

Subprefeituras

Sé, Pinheiros, Lapa e Vila Mariana

6,00

1

10,00

3,00

10,00

1

15,00

Demais Subprefeituras

6,00

2

12,00

3,00

12,00

2

25,00

PUBLICADO DOC 22/11/2006, PÁG. 84

PARECER CONJUNTO Nº DAS COMISSÕES REUNIDAS DE CONSTITUIÇÃO DE JUSTIÇA; DE POLÍTICA URBANA, METROPOLITANA E MEIO AMBIENTE; DE ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA; DE TRÂNSITO, TRANSPORTE E ATIVIDADE ECONÔMICA E DE FINANÇAS E ORÇAMENTO SOBRE O SUBSTITUTIVO APRESENTADO EM PLENÁRIO AO PROJETO DE LEI Nº 0379/06.

Trata-se substitutivo nº 01 apresentado em Plenário pelo nobre Vereador Dalton Silvano, ao Projeto de Lei nº 0379/06, que dispõe sobre a ordenação dos elementos que compõem a paisagem urbana do Município de São Paulo.

O texto apresentado tem por objetivo aprimorar a proposta original, razão pela qual, no que concerne ao Substitutivo ora sob análise, somos

Quanto ao mérito, as Comissões pertinentes opinam no sentido da aprovação do Substitutivo apresentado que melhor se coaduna com o interesse público.

A Comissão de Finanças e Orçamento se manifesta no sentido de que nada obsta a sua aprovação.

FAVORÁVEL, portanto, o parecer.

Sala das Comissões Reunidas,

COMISSÃO DE CONSTITUIÇÃO E JUSTIÇA

COMISSÃO DE POLÍTICA URBANA, METROPOLITANA E MEIO AMBIENTE

COMISSÃO DE ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA

COMISSÃO DE TRÂNSITO, TRANSPORTE E ATIVIDADE ECONÔMICA

COMISSÃO DE FINANÇAS E ORÇAMENTO"