

**PARECER Nº 1088/2011 DA COMISSÃO DE POLÍTICA URBANA, METROPOLITANA E MEIO AMBIENTE SOBRE O PROJETO DE LEI Nº 333/07.**

De autoria do nobre Vereador Francisco Chagas, o Projeto de Lei nº 333/07 visa alterar dispositivos da Lei n.º 14.223, de 26 de setembro de 2006 e dá outras providências.

A Comissão de Constituição, Justiça e Legislação Participativa – CCJLP manifestou-se pela Legalidade, por meio do Parecer nº 1179/2010, com Substitutivo (fls. 21 a 26).

Conforme a sua justificativa, a proposição objetiva alterar a “Lei Cidade Limpa” em decorrência de imperfeições detectadas na execução da norma, após 08 (oito) meses de sua vigência.

A Lei 14.223, de 26 de setembro de 2006, conhecida como “Cidade Limpa”, conferiu novo tratamento às questões relacionadas ao ordenamento da paisagem, notadamente no que tange à veiculação de anúncio publicitário, o qual passou a ser totalmente proibido no município, com exceção, apenas, do mobiliário urbano, que poderá veicular tais anúncios, mediante condições específicas a serem regulamentadas com base em legislação complementar de iniciativa do Executivo.

As notícias da época da aprovação do projeto de lei nº 379/2006 (atual Lei 14.223/06), registram a ocorrência de relevante impacto nos setores de comércio e serviços da cidade, que tiveram dificuldade de adaptar-se às novas normas recém-estabelecidas.

Com o passar do tempo, a referida lei produziu efeitos positivos à paisagem, revelando as fachadas dos edifícios ocultas por painéis e minimizando a presença visual excessiva dos anúncios. Contudo, o dispositivo revogou uma série de disposições que previam diversas formas de exposição de anúncios que, de certa maneira, estavam incorporados ao cotidiano da cidade como os anúncios em veículos, táxis, banners de eventos, etc.

Com relação ao conteúdo da proposta, há que se considerar a questão do contexto da época em que o projeto foi concebido, que corresponde ao período inicial da vigência da lei, de modo que a presente iniciativa reuniu elementos que buscavam minimizar os impactos sociais e econômicos das normas instituídas de forma abrupta.

O Substitutivo aprovado pela Comissão de Constituição Justiça e Legislação Participativa - CCJLP, nesse sentido, procurou adequar a proposta ao contexto atual, além focar nos aspectos atinentes a Legalidade e Constitucionalidade da matéria.

Diante dos elementos analisados, conclui-se que a medida visa reestruturar a lei que estabelece o ordenamento da paisagem, introduzindo disposições que contemplam outras formas de anúncios, muitos dos quais já foram objeto de legislação anterior. Procurou-se preservar, no entanto, o conteúdo principal do dispositivo em vigor, notadamente, no que tange a instalação dos anúncios indicativos.

Desta forma, considerando a relevância da iniciativa em adequar a Lei n.º 14.223, de 26 de setembro de 2006, a diversas situações que não foram contempladas por este diploma legal, conferindo à norma, retificação justa e necessária, observando-se os fundamentos ambientais relacionados à qualidade da paisagem urbana no município, a Comissão de Política Urbana, Metropolitana e Meio Ambiente manifesta-se favoravelmente à proposição. Apresenta, contudo, um Substitutivo ao Substitutivo da Comissão de Constituição Justiça e Legislação Participativa, com o intuito de proceder à atualização de seu conteúdo, bem como adequações técnicas visando o aprimoramento das normas a serem instituídas.

SUBSTITUTIVO Nº \_\_\_\_\_ DA COMISSÃO DE POLÍTICA URBANA, METROPOLITANA E MEIO AMBIENTE AO PROJETO DE LEI 333/07.

Altera dispositivos da Lei n.º 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, e dá outras providências.

A Câmara Municipal de São Paulo DECRETA:

Art. 1º O § 1º do artigo 13 da Lei n.º 14.223 de 26 de setembro de 2006, passa a vigorar acrescido do inciso V, com a seguinte redação:

“Art. 13.....

§1º.....

V – quando o anúncio indicativo for perpendicular, a área total do anúncio não deverá ultrapassar 0,09m<sup>2</sup> (nove decímetros quadrados).

.....” (NR)

Art. 2º O inciso XI do artigo 7º; o “caput” e os §§ 5º, 6º e 10 do artigo 13; os artigos 15, 41 e 42, todos da Lei n.º 14.223, de 26 de setembro de 2006, passam a vigorar com a seguinte redação:

“Art. 7º.....

XI – os banners ou pôsteres indicativos dos eventos culturais que serão exibidos na própria edificação, para museu, teatro, cinema ou casa de espetáculos, desde que não ultrapassem 10% (dez por cento) da área total de todas as fachadas;

.....” (NR)

“Art. 13. Ressalvado o disposto no artigo 16 desta lei e no parágrafo 10 deste artigo, será permitido somente um único anúncio indicativo por imóvel público ou privado, que deverá conter todas as informações necessárias ao público.

§ 5º Nas edificações existentes no alinhamento, desde que atendidas as condições estabelecidas pelo artigo 15, o anúncio indicativo poderá avançar até 0,15m (quinze centímetros) sobre o passeio, e 0,30m (trinta centímetros) em se tratando de anúncio perpendicular.

§ 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, observado o disposto no parágrafo anterior.

§ 10. Na hipótese do imóvel, público ou privado, abrigar mais de uma atividade, será permitido um anúncio indicativo por estabelecimento, desde que a somatória das áreas de todos os anúncios não ultrapasse os limites estabelecidos no § 1º deste artigo, ou conforme regulamentação específica baseada em estudos técnicos.

.....” (NR)

“Art. 15. Nos imóveis edificados, públicos ou privados, somente serão permitidos anúncios indicativos das atividades nele 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.

§ 1º Serão permitidos anúncios indicativos das atividades exercidas nos imóveis descritos no caput deste artigo que estejam com pedido de regularização em tramitação nos termos da Lei n.º 11.522, de 3 de maio de 1994 e da Lei n.º 13.558, de 14 de abril de 2003, alterada pela Lei n.º 13.876, de 23 de julho de 2004.

§ 2º Serão permitidos também anúncios indicativos nos estabelecimentos que possuam pedido de licença de funcionamento em tramitação.

§ 3º O anúncio indicativo efetuado nos termos dos parágrafos anteriores terá sua licença revogada caso haja o indeferimento do processo de regularização ou negativa de licenciamento do estabelecimento.

§ 4º Não será permitida, nos imóveis edificados, públicos ou privados, a colocação de banners, faixas ou qualquer outro elemento fora do lote, visando chamar a atenção da população para ofertas, produtos ou informações que não aquelas estabelecidas nesta lei.

§ 5º A colocação de banners, faixas ou qualquer outro elemento dentro da edificação visando chamar a atenção da população para ofertas, produtos ou informações, será sempre permitida." (NR)

"Art. 41. Antes da aplicação da primeira multa, os responsáveis serão intimados a regularizar o anúncio ou a removê-lo, quando for o caso, observados os seguintes prazos:

I – 48 (quarenta e oito) horas, no caso de anúncio indicativo ou especial, que poderá, mediante justificativa, ser prorrogado por igual período;

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

"Art. 42. Na hipótese do infrator não proceder à regularização ou remoção do anúncio instalado irregularmente, a Municipalidade aplicará a primeira multa e adotará as medidas para sua retirada, ainda que esteja instalado em imóvel privado, cobrando os respectivos custos de seus responsáveis, independentemente da aplicação de 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." (NR)

Art. 3º Ficam acrescidos os §§ 1º e 2º e alterado o inciso XII do artigo 9º, da Lei nº 14.223, de 26 de setembro de 2006, que passam a vigorar com a seguinte redação:

"Art. 9º É proibida a instalação de anúncios em:

.....  
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 e observadas as normas do artigo 9º A desta Lei.

§ 1º O disposto no inciso XII deste artigo não obsta a identificação da empresa possuidora direta do veículo através de seu nome fantasia ou razão social e de sua logomarca.

§ 2º O anúncio de que trata o § 1º deste artigo será de dimensão apenas suficiente a garantir a correta identificação do veículo por terceiros, observados os parâmetros estabelecidos em regulamentação." (NR)

Art. 4º Fica incluído o art. 9º A na Lei nº 14. 223, de 26 de setembro de 2006, que passa a vigorar com a seguinte redação:

"Art. 9º A. Nos veículos de transporte de passageiros é permitida a instalação de anúncios publicitários, os quais não poderão, em hipótese nenhuma, causar impacto visual à paisagem urbana, criar equívoco visual que confunda o usuário quanto a prefixo de linha ou qualquer outro elemento identificador que sirva de referência aos que não sabem ler ou possuam limitações visuais.

§ 1º Nos veículos integrantes do subsistema estrutural e do subsistema local de transporte de passageiros só poderão ser veiculados anúncios na forma prevista em regulamento.

§ 2º Nos táxis:

I – poderão ser veiculados 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 semitransparente;

III – será permitida a instalação sobre a capota de pequenos back-lights, providos ou não de luminosidade, com altura máxima de 0,40 m (quarenta centímetros) no seu sentido longitudinal, com angulação de até 45 (quarenta e cinco) graus, não ultrapassando as extremidades do veículo, com as mensagens publicitárias voltadas para as laterais, não podendo interferir na identificação do dispositivo TÁXI.

§ 3º Os procedimentos a serem adotados para a regularização de publicidade em veículos serão objeto de decreto regulamentador.” (NR)

Art. 5º Fica incluído o art. 9º B na Lei nº 14. 223, de 26 de setembro de 2006, que passa a vigorar com a seguinte redação:

“Art. 9º B. É permitida a distribuição de materiais promocionais aos sábados, domingos e feriados, entre 09h30min e 17h30min.

Parágrafo único. Considera-se material promocional o folheto, panfleto ou qualquer outra forma de anúncio impresso em material de qualquer natureza, de dimensão variada, onde são veiculadas mensagens publicitárias, distribuído manualmente em espaços predeterminados.” (NR)

Art. 6º O Poder Executivo regulamentará a presente Lei no prazo de 30 (trinta) dias a contar da data de sua publicação.

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

Art. 8º Esta Lei entra em vigor da data da sua publicação, revogadas as disposições em contrário.

Sala da Comissão de Política Urbana, Metropolitana e Meio Ambiente, em 21 /09 /11

Paulo Frange – Presidente - PTB

Chico Macena – PT – Relator

Ítalo Cardoso – PT

Juscelino Gadelha – PSB

Quito Formiga - PR

Tião Farias – PSDB