



LEI CIDADE LIMPA

**LEI Nº 14.223, DE 26 DE SETEMBRO DE 2006
DECRETO Nº 47.950, DE 5 DE DEZEMBRO DE 2006**

1. Apresentação

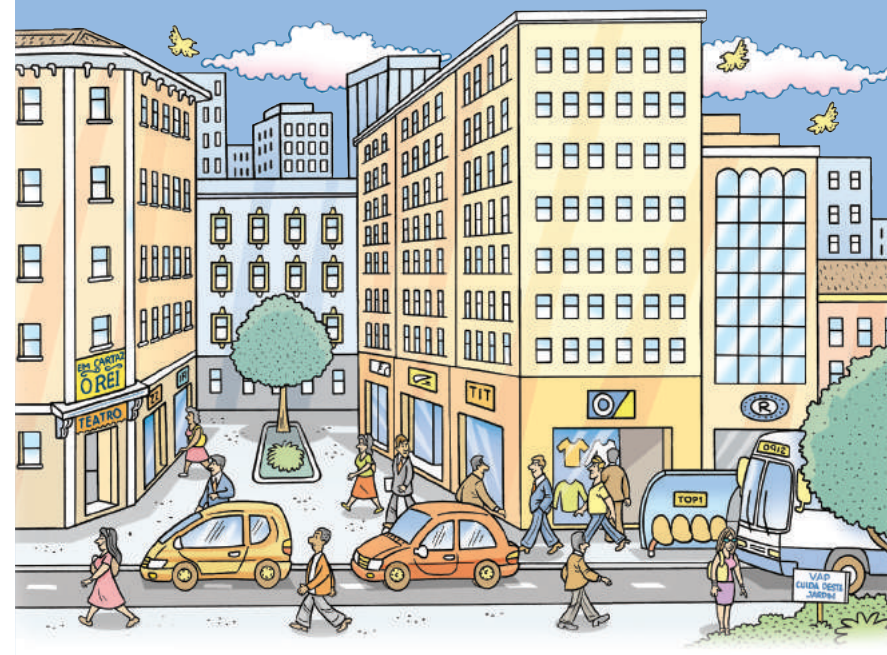
Uma São Paulo melhor pra gente!

O esforço por uma São Paulo de paisagem mais ordenada foi recompensado com a Lei nº 14.223, a Lei Cidade Limpa. Este texto, acrescido do decreto regulamentador nº 47.950, visa recuperar certos direitos fundamentais da cidadania que haviam se perdido com o tempo. O direito de viver em uma cidade que respeita o espaço urbano, o patrimônio histórico e a integridade da arquitetura das edificações. O direito a um relacionamento mais livre e seguro com as áreas públicas. A Lei Cidade Limpa significa a supremacia do bem comum sobre qualquer interesse corporativo. Sua aplicação permitirá a São Paulo diminuir a poluição visual que há tantos anos prejudica nosso bem-estar e promover uma melhor gestão dos espaços que, por concessão pública, poderão ter mobiliário urbano com

propaganda. Mais do que um texto com proibições, a lei é um meio para tornar São Paulo ao mesmo tempo mais estruturada e acolhedora. A lei é de todos. E o melhor jeito de defendê-la é conhecer suas regras. A Prefeitura tem procurado esclarecer a população sobre o alcance do texto – e esta cartilha é um instrumento desse propósito. Esperamos que ela contribua para o entendimento dessa nova realidade. Contamos com a sua ajuda para fazer desse nosso espaço de convivência o melhor lugar para se morar e para se construir o futuro.

2. Índice

1. Apresentação.....	2
3. As inovações da lei	4
4. Anúncio indicativo	6
5. Publicidade em espaços públicos	12
6. Informações adicionais.....	17
7. Fiscalização.....	18



3. As inovações da lei

Nossa cidade sem poluição visual

A Lei Cidade Limpa surgiu para equilibrar melhor os elementos que compõem a paisagem urbana de São Paulo. Busca, entre outras ações, atacar a poluição visual e a degradação ambiental, preservar a memória cultural e histórica e facilitar a visualização das características das ruas, avenidas, fachadas e elementos naturais e construídos da cidade. Tem como outros objetivos ampliar a fluidez e o conforto nos deslocamentos de veículos e pedestres, reforçar a segurança das edificações e da população e assegurar o fácil acesso aos serviços de interesse público nas vias e logradouros. A nova lei trouxe vá-

rias mudanças positivas.

A inovação de maior impacto foi a proibição de anúncios publicitários nos lotes urbanos como muros, coberturas e laterais de edifícios, além de publicidade em carros, ônibus, motos, bicicletas, etc.

Outras novidades foram a padronização, a simplificação e a redução dos anúncios indicativos, peças que seguirão normas relativas à testada de seus imóveis. Toda essa definição facilita o entendimento de todos a respeito do que diz a lei em seus vários artigos.



Tipos de anúncios

Anúncio indicativo

É aquele que identifica, no próprio local da atividade, o estabelecimento ou os profissionais que dele fazem uso. Exemplos: placas de loja ou letreiros de bar.

Anúncio especial

É aquele com finalidades culturais, educativas ou imobiliárias, como banner de teatro, faixa de trânsito e cartaz de venda ou aluguel de imóvel. Encaixam-se nessa categoria ainda as peças de propaganda eleitoral, cuja exposição é regida por lei federal.

Anúncio de cooperação com o poder público

É aquele que resulta de parceria estabelecida entre um órgão governamental e representante da iniciativa privada ou entidade da sociedade civil. Exemplo: placa com o nome da empresa ou instituição que realiza a conservação ou revitalização de determinada área pública.

O QUE NÃO É ANÚNCIO

Não são considerados anúncios, entre outros, os seguintes tipos de comunicação visual:

- *Nomes, símbolos, entalhes, relevos ou logotipos incorporados à fachada dos imóveis por meio de aberturas ou gravados nas paredes e sem aplicação ou afixação, desde que integrantes de projetos aprovados.*
- *Logotipos ou logomarcas de postos de abastecimento e serviços, quando veiculados em bombas, densímetros e similares.*
- *Nomes de prédios, condomínios e hotéis.*
- *Referências que indiquem lotação, capacidade das instalações e avisos de cautela ou de perigo.*
- *Banner ou pôster cultural na parede de museu ou teatro.*

4. Anúncio indicativo

Regras muito mais simples

Com a Lei Cidade Limpa, as regras para colocação de anúncios indicativos nas fachadas dos imóveis ficaram muito mais simples de serem entendidas – e cumpridas! A lei introduziu uma norma geral a ser seguida por todos os estabelecimentos, sejam públicos ou privados.

E qual é essa norma?

Simples. A partir de agora, **cada estabelecimento só poderá ter na fachada um único anúncio indicativo com todas as informações necessárias ao público.** Além disso, o anúncio deverá ter um tamanho máximo, definido segundo a dimensão da testada, que é a linha divisória entre o imóvel e o logradouro ou via pública.

Dica útil: o tamanho da testada do imóvel aparece descrito no respectivo carnê do IPTU.

Para facilitar o cálculo do anún-

cio indicativo permitido, a lei agrupou os imóveis de São Paulo em três categorias, de acordo com a dimensão de suas testadas. De um jeito simples, podemos dividi-los nesta cartilha da seguinte forma:



Imóvel pequeno

É aquele que possui testada inferior a 10 metros. Nesse caso, a área total do anúncio com o nome do estabelecimento não poderá ser maior do que 1,5 m².



Imóvel médio

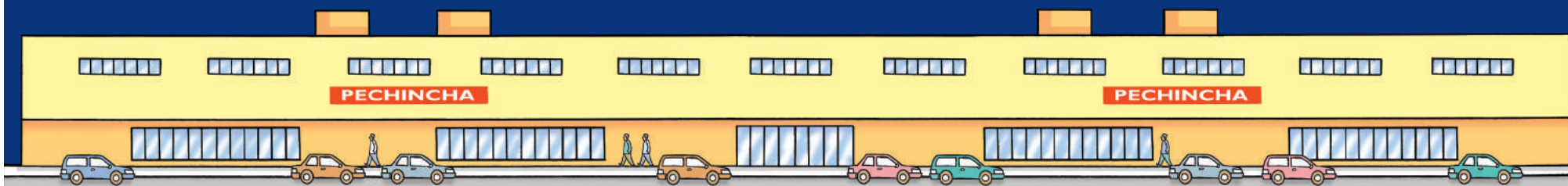
Encaixa-se nessa categoria aquele imóvel cuja testada é igual ou superior a 10 metros e inferior a 100 metros lineares.

Nessa situação, o tamanho máximo permitido para a colocação de placa com o nome do estabelecimento será de 4 m².

Imóvel grande

É aquele estabelecimento que

possui testada de tamanho igual ou superior a 100 metros lineares. Segundo a Lei Cidade Limpa, esse tipo de imóvel poderá receber dois anúncios indicativos em sua fachada. Mas, atenção: a área total de cada um deles não poderá ultrapassar 10 m². Além disso, os anúncios deverão também estar separados por uma distância mínima de 40 metros.



Avanço sobre o passeio público

Além das definições sobre a área total de cada letreiro com o nome do estabelecimento, existe outra regra fundamental: a que determina qual pode ser o avanço máximo de um anúncio indicativo sobre o passeio público.

Ou seja, não basta ao anúncio cumprir a lei no que diz respeito ao seu tamanho. Ele precisa também estar adequado a uma norma específica, que disciplina a extensão do avanço. E o que diz a lei? Ela é bastante clara sobre isso.

Cada anúncio indicativo só poderá avançar até 15 centímetros sobre a calçada ou passeio público, se o imóvel estiver no alinhamento. A placa deverá também estar a uma altura mínima de 2,20 metros do solo.

Anúncio em toldo retrátil

Há um único caso em que o anúncio indicativo pode avançar sobre a calçada além desses 15 centímetros: é quando o nome do estabeleci-



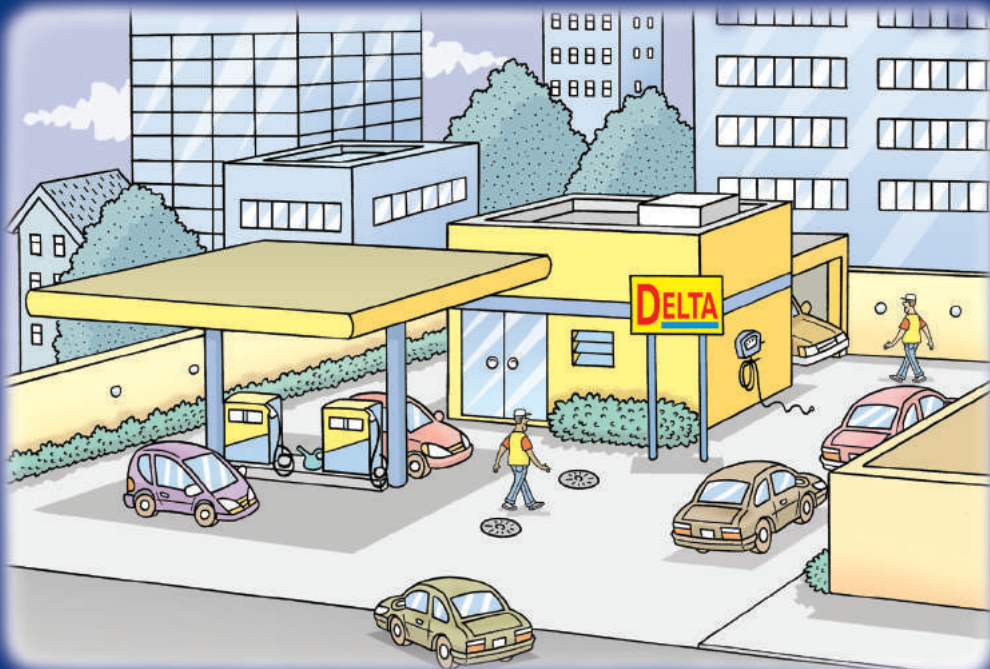
mento está colocado no frontão de um toldo retrátil, aquela estrutura de proteção que é recolhida sempre que termina o expediente. Para que esse anúncio esteja regular, a altura de suas letras não poderá ultrapassar 20 centímetros. Ao optar por ter seu nome em um toldo retrátil, o estabelecimento ficará automaticamente proibido de afixar qualquer outro anúncio de identificação na fachada.

ou com mais de uma frente para a rua. Para atender a esse casos, a Lei Cidade Limpa autorizou a colocação de um anúncio indicativo em cada testada do imóvel – e respeitada a regra de tamanho máximo para placas de identificação.

Imóvel de esquina

Há na cidade muitos estabelecimentos localizados em esquinas





Uso de totens

Se desejar, segundo a lei, o estabelecimento poderá ter seu anúncio indicativo afixado em um totem ou em uma estrutura tubular. Para isso, porém, é preciso que duas regras sejam respeitadas.

Primeira regra:

O totem ou a estrutura tubular deverá estar, necessariamente, dentro do terreno do imóvel.

Segunda regra:

Esse suporte não poderá ter mais do que cinco metros de altura, incluindo a base de sua estrutura e a área total do anúncio.

Mas, cuidado: como se sabe, cada estabelecimento só pode ter um anúncio indicativo.

Ou seja, se optar pela colocação de um totem ou estrutura tubular, a

empresa não poderá colocar na fachada nenhuma outra placa indicativa com seu nome.

Propaganda no interior de imóveis

Esse tipo de peça não será considerado anúncio se estiver instalado a partir de um metro no interior do estabelecimento.

Isso significa dizer que qualquer tipo de propaganda, como cartaz de vitrine ou banner instalado na porta do estabelecimento, deverá ser deslocado para a parte de dentro do imóvel.



5. Publicidade em espaços públicos

Uma cidade mais livre, organizada e segura

A proibição de propaganda em áreas externas da cidade é um dos aspectos mais importantes e inovadores introduzidos pela nova lei municipal.

Graças ao que diz o texto, as áreas públicas da capital ficarão livres daquela avalanche de poluição visual caracterizada por anúncios dos mais diversos tipos e formatos.

Segundo as novas regras, fica totalmente proibida, por exemplo, a colocação de peças de propaganda em ruas, parques, praças, postes, torres, viadutos, túneis, faixas acopladas à sinalização de trânsito, laterais de prédios sem janelas e topos de edifícios. Também se tornou irregular a distribuição de folhetos publicitários, atividade que tanto atrapalhava a passagem e a circulação dos pedestres.

Com essas mudanças, São Paulo passará a contar com um visual urbano mais harmônico e ordenado. Um espaço público livre, desimpedido e mais seguro, que facilitará a movimentação das pessoas que moram, estudam e trabalham na capital.



Veículos sem anúncios, uma São Paulo mais bonita

Para reforçar o espírito das iniciativas de combate à poluição visual, a Lei Cidade Limpa também dedicou uma atenção especial à propaganda instalada nos veículos que circulam pela cidade, forma de comunicação que se tornou irritantemente comum nos últimos anos. Com base no princípio de tornar São Paulo visualmente mais agradável e amistosa para toda a população, a lei determinou o fim dos anúncios publicitários em veículos automotores (carros, ônibus, microônibus), motos, bicicletas e similares.



Segundo o texto sancionado pela Prefeitura, também ficou vetada a instalação de propaganda em carretas e trailers (engatados ou desengatados).

A única exceção aberta pela lei é para os veículos que transportam carga, que poderão trafegar pela capital ostentando anúncios.

Além da melhoria no aspecto visual das ruas e avenidas de São Paulo, o fim da propaganda em veículos contribuirá também para dar ao trânsito paulistano mais segurança e fluidez.



Propaganda que favorece a comunidade

Há um tipo de propaganda que continuará presente nas áreas externas, trazendo grandes benefícios à comunidade.

É porque a Lei Cidade Limpa abriu a possibilidade de veiculação de anúncios publicitários em mobiliário urbano – conjunto de elementos autorizados a ocupar o espaço público mediante concessão e instalados direta ou indiretamente pela administração municipal. Com essas características, são considerados elementos de mobiliário urbano, entre outros:

- abrigos de ônibus e de táxi;
- lixeiras;
- caixas de correio;
- relógios de rua;
- bancas de jornais e revistas;
- protetores de árvores;
- cabines de segurança e informação.

A publicidade em mobiliário urbano fortalecerá a parceria da Prefeitura com os agentes econômicos, gerando mais recursos para a ampliação, melhor conservação e manutenção desses espaços de interesse público.



6. Informações adicionais

Como saber mais sobre a lei

A informação é a maior aliada do poder público para conscientizar a sociedade sobre a importância da Lei Cidade Limpa. A Prefeitura está mobilizada para prestar os devidos esclarecimentos de forma rápida, completa e transparente.

Estão disponíveis vários canais de comunicação com o público. Os principais são:

- **Central de Atendimento 156:** serviço telefônico disponível 24 horas por dia.

- **Site da Prefeitura (www.prefeitura.sp.gov.br):** Além da íntegra da lei e do decreto com sua regulamentação, os interessados poderão acessar uma área exclusiva contendo orientações e esclarecimentos a respeito da lei.

- **Subprefeituras:** Os profissionais das Praças de Atendimento de todas as Subprefeituras estão treinados para tirar as principais dúvidas da população. Procure a Subprefeitura mais próxima do seu imóvel.



7. Fiscalização

Punição que vai doer no bolso

Termos uma cidade verdadeiramente limpa da poluição visual depende muito de nós. Precisamos ajudar o poder público a fazer de São Paulo um lugar melhor para se viver. E o primeiro passo, obviamente, é o respeito à Lei Cidade Limpa. Por isso, quem está sujeito à lei deve prestar muita atenção às regras definidas, tanto

as relativas ao cumprimento de prazos de adaptação, quanto as que se referem à regularização dos imóveis. O não-cumprimento da lei implica uma série de sanções, como intimação, multa, multa com reincidência (valor em dobro), cancelamento de licença/autorização (quando houver) e remoção do anúncio.



Estará em situação irregular quem, por exemplo, exibir um anúncio:

- sem licença ou autorização;
- com dimensões diferentes das aprovadas;
- fora do prazo de licença/autorização;
- sem número da licença ou da autorização;
- com dimensões não permitidas;
- em mau estado de conservação.

Fique atento: a fiscalização será rigorosa e as punições, bem severas.

Como serão as multas

Serão pesadas, e aplicadas da seguinte forma:

- R\$ 10 mil por anúncio irregular com até 4 m². Cada m² que ultrapassar essa área custará aos responsáveis mais R\$ 1 mil de multa, valor a ser somado aos R\$ 10 mil iniciais.

Se a situação não for corrigida em 15 dias (ou 24 horas para anúncios com risco iminente), nova multa será emitida com valor duas vezes maior do que a primeira.

PRAZOS DE ADAPTAÇÃO

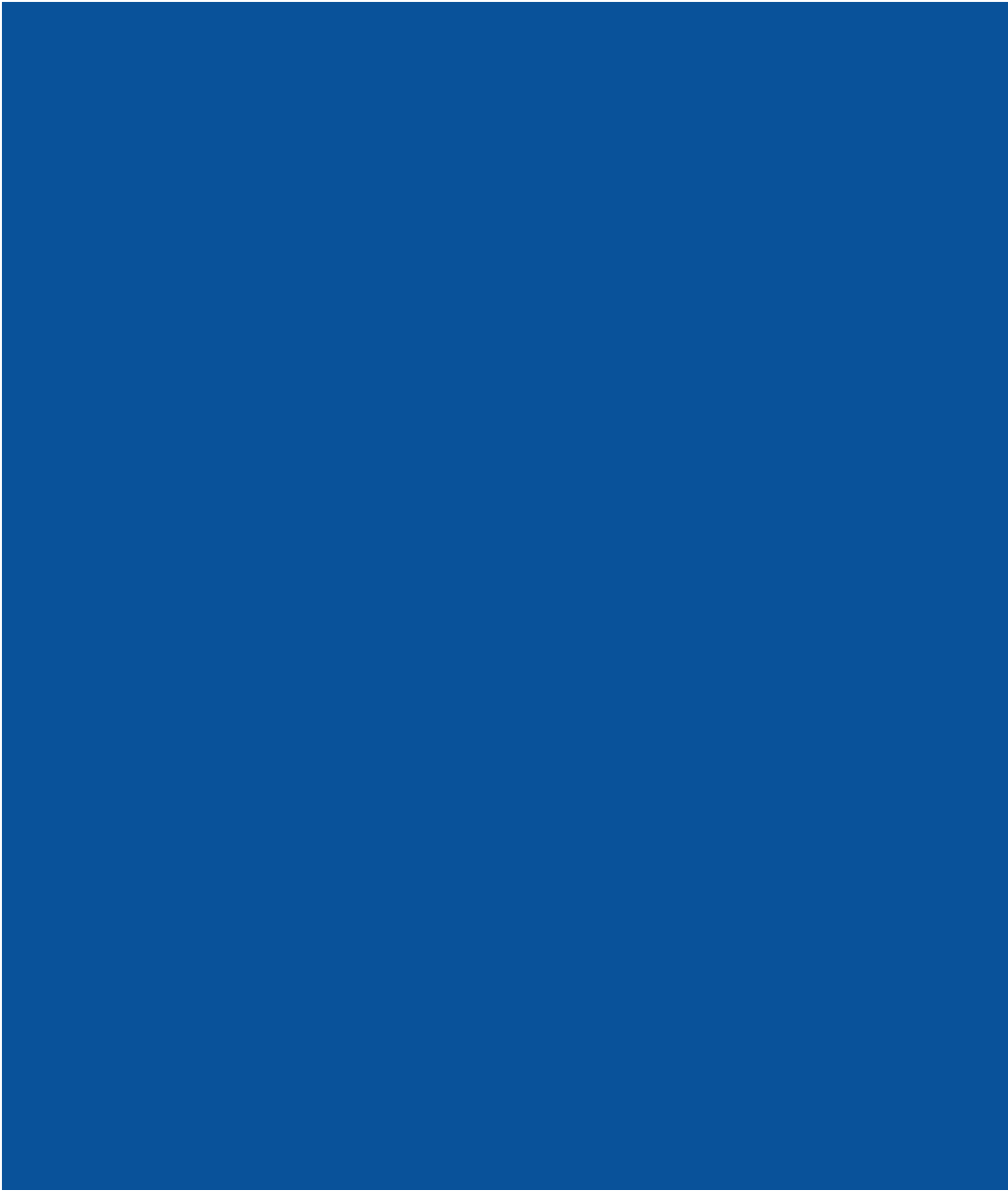
Cumprir a lei significa também respeitar os prazos para a adaptação à nova realidade. Cada situação tem seus procedimentos específicos – veja em quais o seu estabelecimento se encaixa. Além de ter determinado a retirada de toda a publicidade externa até 31 de dezembro de 2006, a Lei Cidade Limpa criou outras etapas de adaptação.

O responsável por anúncio indicativo licenciado terá, por exemplo, até 31 de março para se adequar às novas regras.

Basta solicitar à Prefeitura emissão de uma licença de instalação. Sem o documento, o anúncio estará irregular, sujeito a punições.

Como pedir o licenciamento

Deverá ser feito de forma eletrônica, por meio do site da Prefeitura. Esse sistema será implantado até 15 de fevereiro de 2007. Enquanto isso, o pedido poderá ser realizado na Subprefeitura mais próxima.



Consulte sempre seu agente de viagens.