

LEI Nº 6.245, DE 26 DE DEZEMBRO DE 2012

Projeto de Lei nº 38/2012 – Executivo Municipal

Dispõe sobre a instalação de engenho publicitário de mídia exterior no Município de São Bernardo do Campo, e dá outras providências.

LUIZ MARINHO, Prefeito do Município de São Bernardo do Campo, faz saber que a Câmara Municipal de São Bernardo do Campo decretou e ele promulga a seguinte lei:

CAPÍTULO I
DAS DISPOSIÇÕES PRELIMINARES

Art. 1º Esta Lei trata da ordenação de instalação de engenho publicitário de mídia exterior, componentes da paisagem urbana, no território do Município de São Bernardo do Campo.

Parágrafo único. Só será permitida a instalação de engenhos publicitários nas vias descritas no Anexo I e desde que atendidos os parâmetros do Anexo II que integram esta Lei.

Art. 2º Todos têm direito à boa qualidade estética e referencial da paisagem municipal, sendo dever do Poder Público Municipal e da coletividade, protegê-la e promovê-la para as atuais e futuras gerações.

Parágrafo único. A paisagem municipal constitui direito difuso de todos.

Art. 3º Constituem objetivos da ordenação de instalação de engenhos publicitários na modalidade de mídia exterior:

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

II - a segurança das edificações e da população, bem como, o livre acesso de pessoas e bens à infraestrutura urbana;

III - a valorização do ambiente natural e construído;

Lei nº 6.245 (fls. 2)

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 e, também, a compatibilização do engenho publicitário com os locais onde possa ser instalado, nos termos desta Lei;

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

VII - a agilidade nos procedimentos de autorização de instalação de engenho publicitário, bem como de fiscalização e de licenciamento, observados os princípios da prevalência do interesse público, imparcialidade, legalidade, publicidade e moralidade;

VIII - a responsabilização solidária do proprietário e do instalador de engenho publicitário, do proprietário do imóvel ou seu possuidor e do anunciante, pelas infrações e ações lesivas que praticarem; e

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

CAPÍTULO II DAS DEFINIÇÕES

Art. 4º Consideram-se, para os efeitos de aplicação desta Lei, as seguintes definições:

I - Altura Máxima do Engenho Publicitário (H_{máx}): é a distância mínima entre o ponto mais alto do engenho e o ponto médio do passeio, relativo ao lote ou construção em que está inserido;

II - Altura Mínima do Engenho Publicitário (H_{mín}): é a distância mínima entre o ponto mais baixo do engenho e o ponto médio do passeio, relativo ao lote ou construção em que está inserido;

III - Anúncio: constitui-se de mensagem em texto ou gráfica, inserida no engenho publicitário;

IV - Anúncio Indicativo: aquele que visa apenas identificar, no próprio local da atividade, os estabelecimentos ou os profissionais que dele fazem uso;

Lei nº 6.245 (fls. 3)

V - Anúncio Especial: aquele que possui características específicas, com finalidade cultural, eleitoral ou educativa, inclusive os patrocinados;

VI - Anúncio Publicitário: aquele destinado à veiculação de publicidade, instalado fora do local onde se exerce a atividade;

VII - Aplique: elemento acessório ao engenho publicitário;

VIII - Área Total de Exposição da Mensagem: a soma das áreas de todas as superfícies de exposição do anúncio, expressa em metros quadrados;

IX - Área de Exposição do Engenho Publicitário: a área que compõe cada face de mensagem do engenho publicitário, devendo, caso haja dificuldade de determinação da superfície de exposição, ser considerada a área do maior quadrilátero regular que contenha a mensagem do anúncio;

X - Bem de Uso Comum do Povo: aquele destinado à utilização do povo, tais como as áreas verdes e institucionais, as vias e logradouros públicos, e outros;

XI - Cota: é o coeficiente que, multiplicado pela área da testada do imóvel onde se situa o anúncio, possibilita obter a área total máxima dos anúncios permitida no imóvel, expressa em metros quadrados;

XII - Engenho Publicitário: quaisquer instrumentos ou formas, fixos ou móveis, com suportes estruturais destinados à fixação dos anúncios publicitários, com estrutura metálica, que contenha uma determinada mensagem publicitária presente na paisagem visível ao público, composto de área de exposição e estrutura, tecnicamente denominado, “equipamento de mídia exterior”;

XIII - Empena Cega: é a face lateral externa da edificação que não apresenta aberturas destinadas à ventilação e insolação;

XIV - Largura do Engenho Publicitário: é a distância entre a lateral direita e esquerda do engenho onde está inserida a mensagem publicitária;

XV - Mensagem: assunto, tema, palavra ou texto, desenho gráfico ou fotográfico que compõe o anúncio;

XVI - Mobiliário Urbano: é o conjunto de elementos que pode ocupar o espaço público, implantado, direta ou indiretamente, pela Administração Municipal, tais como: abrigo de ônibus, relógios de hora e temperatura, lixeiras etc.;

Lei nº 6.245 (fls. 4)

XVII - Outdoor: engenho publicitário informativo, que se apresenta exclusivamente com hastes próprias de sustentação;

XVIII - Painel Eletrônico de Alta Definição: engenho publicitário composto por expositor eletrônico, montado com estrutura metálica, apresentando mensagens em movimento ou estática, podendo se apresentar em tecnologia de plasma, LED ou outra;

XIX - Painel Informativo: painel 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;

XX - Paisagem Urbana: configuração da contínua e dinâmica interação entre os elementos naturais, os elementos edificados ou criados e o próprio homem, numa constante relação de escala, forma, função e movimento;

XXI - Propaganda: conjunto de técnicas utilizadas para propagação de princípios, ideias, conhecimentos ou teorias; e

XXII - Publicidade: conjunto de técnicas de ação coletiva utilizada no sentido de promover atividade comercial, conquistando, aumentando ou mantendo cliente.

**CAPÍTULO III
DOS ANÚNCIOS**

Art. 5º Será objeto de lei específica a disciplina de anúncios indicativos e especiais, em mobiliário urbano.

Parágrafo único. Esta Lei não disciplina os anúncios publicitários que identifiquem as empresas, nos veículos automotores utilizados para a realização de seus serviços.

Art. 6º O engenho publicitário obedecerá aos padrões estabelecidos nesta Lei e 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 à estabilidade, resistência dos materiais e aspecto visual;

III - receber tratamento final adequado em todas as suas superfícies, inclusive na sua estrutura;

Lei nº 6.245 (fls. 5)

IV - não possuir estrutura de madeira;

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

VI - 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;

VII - respeitar a vegetação arbórea significativa, definida por normas específicas ou constantes do Plano Diretor;

VIII - 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;

IX - 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; e

X - não prejudicar a visualização de bens de valor cultural.

Parágrafo único. O engenho publicitário utilizado reservará 10% (dez por cento) de seu tempo ou quantitativos de inserção ou, ainda, de área útil de exposição do anúncio, obrigatoriamente reservados para a veiculação de propaganda de utilidade pública.

CAPÍTULO IV
DA UTILIZAÇÃO DA PAISAGEM URBANA

Art. 7º É proibida a instalação de engenho publicitário em:

I - árvores de qualquer porte e arborização pública;

II - logradouros públicos, tais como vias, passeios, canteiros, ilhas viárias, parques e praças, exceto aqueles autorizados no Anexo I desta Lei;

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

Lei nº 6.245 (fls. 6)

IV - áreas não edificantes ou faixas de servidão;

V - equipamentos de sinalização de trânsito ou que impeçam a sua visualização;

VI - margem de rios e cursos d'água, reservatórios, lagos e represas, ou em outras áreas de proteção ambiental, exceto as autorizadas pelo órgão competente;

VII - imóveis tombados;

VIII - áreas de interesse turístico ou cultural, exceto as autorizadas pelo órgão municipal competente;

IX - postes de iluminação pública ou de rede de telefonia, inclusive cabines e telefones públicos, conforme autorização específica;

X - torres ou postes de transmissão de energia elétrica;

XI - parques, praças e similares, exceto as autorizadas pelo órgão municipal competente;

XII - local que impeça, prejudique ou obstrua, mesmo que parcialmente, a visibilidade de bens tombados;

XIII - que provoque impacto físico danoso na edificação em que estiver instalado ou nas edificações vizinhas; e

XIV - que prejudique, por qualquer forma, a insolação ou ventilação da edificação em que estiver instalado ou a dos imóveis vizinhos.

Parágrafo único. Não será autorizada, em qualquer hipótese, a instalação de engenhos publicitários a uma distância inferior a 30,00m (trinta metros) de obras de arte, como túneis, passarelas, pontes e viadutos, inclusive de suas alças de acesso.

Art. 8º Em relação à mensagem dos anúncios em engenho publicitário, fica vedada a que:

I - apresente conjunto de formas e cores que se confundam com as convenionadas internacionalmente para as diferentes categorias de sinalização de trânsito;

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

Lei nº 6.245 (fls. 7)

III - estimule o consumo ou o comércio de bebidas alcoólicas e de cigarros;

IV - estimule o uso ou o comércio de armas de fogo; e

V - veicule a publicidade ou a propaganda de materiais, produtos ou práticas de comercialização restrita ou ilícita, assim como de mensagens atentatórias à segurança pública, à discriminação da mulher e às outras formas de discriminação.

Parágrafo único. Constatada a violação das determinações fixadas neste artigo, o órgão fiscalizador promoverá a remoção do engenho publicitário ou, se inviável fazê-lo de imediato, a sua cobertura, com material que impeça a visualização, aplicando as devidas sanções, inclusive, responsabilizando o infrator pelo ressarcimento dos custos em que o poder público houver incorrido, assegurado o contraditório e a ampla defesa.

Art. 9º Fica proibida a instalação de engenho publicitário em imóvel privado na Praça Samuel Sabatini num raio de 120,00m (cento e vinte metros) do eixo da torre do Paço Municipal.

Parágrafo único. No local de que trata o **caput** deste artigo, será permitida, apenas, a adequação e o remanejamento das peças já instaladas para novos locais, devidamente licenciadas.

CAPÍTULO V

DAS FAIXAS, BANNERS E OUTROS MEIOS DE PROPAGANDA E PUBLICIDADE

Art. 10. Não é permitida a veiculação de anúncios publicitários por meio de “**banners**”, “lambe-lambe”, faixas e pinturas.

CAPÍTULO VI

DOS TIPOS DE ENGENHO PUBLICITÁRIO

Art. 11. Para fins desta Lei, o engenho publicitário fica classificado em:

I - Tipo I: engenho instalado em imóveis particulares com área máxima de 18,00m² (dezoito metros quadrados) e altura máxima (Hmáx.) de 9,00m (nove metros);

II - Tipo II: engenho instalado em imóveis particulares com área máxima de 27,00m² (vinte e sete metros quadrados) e altura máxima (Hmáx.) de 7,00m (sete metros);

Lei nº 6.245 (fls. 8)

III - Tipo III: engenho instalado em imóveis particulares com área máxima de 40,00m² (quarenta metros quadrados) e altura máxima (Hmáx.) de 14,00m (quatorze metros);

IV - Tipo IV: engenho constituído de painéis eletrônicos de alta definição com área máxima de 30,00m² (trinta metros quadrados) e altura máxima (Hmáx) de 14,00m (quatorze metros);

V - Tipo V: engenho instalado em imóveis particulares localizados em áreas urbanizadas lindeiras a rodovias com área máxima de 75,00m² (setenta e cinco metros quadrados) e altura máxima (Hmáx.) de 18,00m (dezoito metros);

VI - Tipo VI: engenho em empenas cegas; e

VII - Tipo VII: engenho instalado em cobertura.

Parágrafo único. As alturas e áreas máximas definidas nos incisos I, III e V poderão ser alteradas, admitindo-se valores maiores, mediante análise técnica favorável da Secretaria de Planejamento Urbano e Ação Regional.

Art. 12. A instalação de engenho publicitário, em imóveis privados, edificados ou não, será permitida conforme o Anexo I que integra esta Lei e deverá atender às seguintes disposições:

I - o engenho publicitário do Tipo I a V deverá obedecer às cotas estabelecidas no Anexo II que integra esta Lei, bem como:

a) estar instalado na área não edificada do imóvel;

b) ter sua projeção ortogonal dentro dos limites do imóvel e não poderá ter sua projeção sobre áreas edificadas;

c) obedecer a recuo de 0,50m (cinquenta centímetros) das divisas laterais do imóvel;

II - todos os tipos de engenho publicitário deverão atender aos parâmetros previstos no Anexo I que integra esta Lei; e

III - no quadrilátero formado pelas Avenida Francisco Prestes Maia, Rua Tiradentes, Avenida Rotary e Rua Marechal Deodoro, identificado na planta A2-1613 e descrito no Anexo III que integra esta Lei, somente será permitido os engenhos dos tipos I e II.

Lei nº 6.245 (fls. 9)

Art. 13. O engenho publicitário do Tipo I deverá atender ainda aos seguintes parâmetros:

I - apresentar um único engenho publicitário por face de quadra;

II - não poderá ser utilizada mensagem por meio de cartaz de papel;

III - poderá ser iluminado;

IV - a empresa que instalar este tipo de engenho em um terreno não edificado deverá arcar com a manutenção do mesmo, inclusive com a jardinagem do local; e

V - a distância entre engenhos ou grupos de engenhos deverá ser de 50,00m (cinquenta metros).

Art. 14. O engenho publicitário do Tipo II deverá ainda atender aos seguintes parâmetros:

I - instalar um máximo de 3 (três) engenhos por conjunto;

II - manter a distância mínima de 1,00m (um metro) entre os engenhos;

III - observar a distância de 50,00m (cinquenta metros) entre engenhos ou conjunto de engenhos;

IV - não poderão ser utilizadas estruturas de madeira ou fibras plásticas; e

V - a empresa que instalar este tipo de engenho em um terreno não edificado deverá arcar com a manutenção do mesmo, inclusive com a jardinagem do local.

Art. 15. O engenho publicitário do Tipo III deverá ainda atender aos seguintes parâmetros:

I - a distância entre engenhos ou grupos de engenhos deverá ser de 50,00m (cinquenta metros);

II - não poderão ser utilizadas estruturas de madeira ou fibras plásticas; e

III - a empresa que instalar este tipo de engenho em área não edificada deverá arcar com a conservação e jardinagem do local.

Lei nº 6.245 (fls. 10)

Art. 16. O engenho publicitário do Tipo IV deverá ainda atender aos seguintes parâmetros:

I - a distância entre engenhos publicitários do mesmo tipo, de 500,00m (quinhentos metros) e, entre outros tipos de engenhos publicitários será de 50,00m (cinquenta metros); e

II - a empresa que instalar este tipo de engenho publicitário em um terreno não edificado deverá arcar com a manutenção do mesmo, inclusive com a jardinagem do local.

Art. 17. O engenho publicitário do Tipo V deverá ainda atender aos seguintes parâmetros:

I - distância mínima de 100,00m (cem metros) entre engenhos instalados em terrenos distintos; e

II - a empresa que instalar este tipo de engenho em um terreno não edificado deverá arcar com a manutenção do mesmo, inclusive com a jardinagem do local.

Art. 18. O engenho publicitário do Tipo VI deverá ainda atender aos seguintes parâmetros:

I - estar instalado em edificações comerciais, residenciais, industriais ou mistas e apresentar área máxima de até 50% (cinquenta por cento) da área total da empena cega em que estiver instalado;

II - estar instalado em edificação com altura superior a 25,00m (vinte e cinco metros);

III - encontrar-se em edificação sem engenho na cobertura, na mesma visibilidade;

IV - ser único por bloco da edificação, por visibilidade e por face de quadra;

V - apresentar altura mínima ($H_{mín}$), a partir da base da rua, igual ou maior a 15,00m (quinze metros);

VI - apresentar projeção ortogonal contida nos limites do perímetro da empena e manter distanciamento mínimo de 1,00m (um metro) das bordas das edificações;

Lei nº 6.245 (fls. 11)

VII - a empresa que instalá-lo deverá arcar, no mínimo, com a conservação e pintura da parede onde foi instalada a estrutura; e

VIII - quando da retirada do engenho, a empena cega deverá retornar ao estado original, contendo, no mínimo, pintura em bom estado.

Art. 19. O engenho publicitário do Tipo VII deverá atender aos seguintes parâmetros:

I - estar instalado no topo de edificações de uso comercial, residencial, industrial ou misto;

II - estar instalado em edificação com altura mínima de 25,00m (vinte e cinco metros);

III - não poderá exceder a altura máxima de 5,00m (cinco metros);

IV - ter um único engenho visível em cada momento de exposição;

V - não ser construído com estrutura de madeira ou fibras plásticas;

VI - ter sua projeção ortogonal contida nos limites do perímetro da cobertura;

VII - não interferir em helipontos, heliportos, lajes de segurança ou raio de ação de para-raios;

VIII - encontrar-se em edificação sem anúncio na empena cega;

IX - apresentar os pontos altos de todas as superfícies de exposição contidos num mesmo plano horizontal, imaginário, paralelo à laje da cobertura; e

X - a empresa que instalar este tipo de estrutura deverá arcar, no mínimo, com a conservação e pintura das fachadas da edificação voltadas para os logradouros públicos.

Parágrafo único. A altura máxima definida no inciso III poderá ser alterada, admitindo-se valores maiores, mediante análise técnica favorável da Secretaria de Planejamento Urbano e Ação Regional.

Art. 20. Não será permitida a instalação de engenho publicitário em áreas de proteção e recuperação de manancial e ambiental.

Lei nº 6.245 (fls. 12)

Parágrafo único. Eventualmente, na existência de algum engenho publicitário nas áreas previstas no **caput** deste artigo, os proprietários dos imóveis ou os possuidores deste engenho terão um prazo máximo de 90 (noventa) dias para retirá-lo, findo o qual, o Poder Público fará a sumária remoção, cobrando os custos de seus responsáveis.

Art. 21. A publicidade para fins de comercialização de empreendimentos imobiliários, localizados no Município, devem indicar, de forma bem visível, os números:

I - do processo administrativo que originou a aprovação do respectivo projeto pelo órgão municipal competente; e

II - do correspondente alvará de aprovação e respectiva data de emissão.

CAPÍTULO VII
DOS PROCEDIMENTOS ADMINISTRATIVOS PARA O LICENCIAMENTO

Art. 22. Somente poderão exercer a atividade de propaganda comercial por meio de engenho publicitário na modalidade de mídia exterior no Município, os profissionais e as empresas regularmente inscritos e registrados nos órgãos públicos competentes, nos termos da legislação aplicável.

Art. 23. Fica criado o Cadastro de engenho publicitário – CADEP, no Município de São Bernardo do Campo, integrando o Sistema de Licenciamento de engenho publicitário, o qual será implantado pela Secretaria de Planejamento Urbano e Ação Regional.

§ 1º O licenciamento do engenho publicitário implica no seu registro no Cadastro de engenho publicitário – CADEP.

§ 2º O registro no Cadastro de engenho publicitário – CADEP poderá ser promovido de ofício.

§ 3º O CADEP será formado pelos dados do Alvará de Instalação do engenho publicitário, declarações do seu responsável, sujeito passivo da Taxa de Fiscalização de Publicidade, dados da empresa expositora, quando for o caso, além dos elementos obtidos pela fiscalização.

§ 4º Será exigida a alteração dos dados apresentados no registro do engenho publicitário, na forma e prazo regulamentares, sempre que ocorram fatos ou circunstâncias que não justifiquem abertura de novo registro.

Lei nº 6.245 (fls. 13)

§ 5º Na hipótese do § 2º, deste artigo, o responsável pelo engenho publicitário, ou o proprietário ou possuidor do imóvel onde este estiver instalado, será notificado a prestar as declarações e apresentar os documentos necessários previstos nesta Lei.

§ 6º No caso de retirada do engenho publicitário, o responsável pelo engenho no CADEP deverá promover o cancelamento do registro, na forma e prazos regulamentares.

§ 7º O registro de ofício no Cadastro de engenho publicitário – CADEP não implica o reconhecimento da regularidade do engenho publicitário.

Art. 24. Os responsáveis pelo engenho publicitário, nos termos do art. 26 desta Lei, deverão manter no imóvel onde esteja instalado o engenho publicitário, e na sede da empresa, à disposição da fiscalização:

I - o número da licença de engenho publicitário ou CADEP de forma visível e legível a pelo menos a uma distância de 50,00m (cinquenta metros) metros, sob pena de aplicação das sanções estabelecidas nos arts. 36 a 38 desta Lei; e

II - toda a documentação comprobatória da regularidade junto ao Cadastro de engenho publicitário – CADEP, da inscrição no Cadastro Mobiliário e dos pagamentos da Taxa de Fiscalização de Publicidade e demais tributos devidos a Fazenda Municipal.

Art. 25. Fica 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, de comunicação visual por meio de engenho publicitário de mídia exterior.

§ 1º O Cadastro de Empresas de Publicidade Exterior - CADEPEX será implantado pela Secretaria de Planejamento Urbano e Ação Regional.

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

I - cópia do contrato social, acompanhada da última alteração, se houver, que comprove sua atividade no ramo;

II - prova de inscrição no Cadastro Municipal de Contribuintes Mobiliários;

III - prova de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas - CNPJ;

IV - prova de inscrição no Conselho Regional de Engenharia, Arquitetura e Agronomia – CREA, no caso de empresas de confecção e instalação;

Lei nº 6.245 (fls. 14)

V - indicação de responsável técnico regularmente inscrito no Conselho Regional de Engenharia, Arquitetura e Agronomia - CREA;

VI - prova de recolhimento de Contribuição Sindical Patronal e de regularidade de recolhimento da previdência social;

VII - certidões negativas de débitos de tributos municipais; e

VIII - apólice de seguro contra terceiros.

§ 3º Os registros das empresas cadastradas, terão validade de 1 (um) ano e poderão ser renovados, a pedido das próprias empresas, mediante a apresentação dos documentos relacionados no § 2º deste artigo, devidamente atualizados.

§ 4º Serão automaticamente cancelados os registros que não forem renovados por mais de 2 (dois) anos consecutivos, o que ensejará a imediata remoção do engenho publicitário pelo Município, com a consequente cobrança ao possuidor do registro das despesas e custos incorridos na remoção.

Art. 26. Para efeitos desta Lei, são solidariamente responsáveis pelo engenho publicitário:

I - o proprietário ou o possuidor do imóvel onde o engenho publicitário estiver instalado;

II - o anunciante, quando houver infração ao art. 8º desta Lei; e

III - o responsável pelo uso do estabelecimento.

§ 1º A empresa instaladora do engenho publicitário é também solidariamente responsável pelos aspectos técnicos e de segurança de instalação do engenho publicitário, bem como, de sua remoção, desde a implantação até a vigência do Alvará de Instalação.

§ 2º Quanto à segurança e aos aspectos técnicos referentes à parte estrutural e elétrica, também são solidariamente responsáveis os profissionais da empresa instaladora do engenho publicitário.

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

Lei nº 6.245 (fls. 15)

Art. 27. Os responsáveis pelo anúncio e pela instalação do engenho publicitário responderão administrativa, civil e criminalmente pela veracidade das informações prestadas.

**CAPÍTULO VIII
DO ALVARÁ DE INSTALAÇÃO DO ENGENHO PUBLICITÁRIO**

Art. 28. Os profissionais e as empresas de mídia exterior, sob pena de multa, fixada nesta Lei, obrigam-se a manter em seus arquivos, para fins de fiscalização os seguintes documentos:

I - projeto técnico de engenho publicitário devidamente firmado por engenheiro inscrito no respectivo Conselho Regional de Engenharia, Arquitetura e Agronomia (CREA), composto por croqui e detalhamento de materiais em memorial descritivo;

II - endereço completo e foto do imóvel onde se pretende instalar o engenho publicitário;

III - comprovante de licença de instalação, expedida pelo órgão competente ou, quando for o caso, do protocolo de pedido sem resposta, se decorridos 30 (trinta) dias;

IV - comprovante de propriedade ou posse pacífica do imóvel utilizado ou do respectivo contrato de uso pelo interessado, caso em que a comprovação da propriedade ou da posse pacífica deverá se referir ao usuário;

V - comprovante do pagamento dos tributos correspondentes; e

VI - croqui da área do engenho publicitário destinada à veiculação de anúncios de utilidade pública.

Art. 29. A solicitação de Alvará de Instalação de engenho publicitário requer, além dos documentos de identificação da localização do imóvel e dos responsáveis envolvidos, o pagamento das taxas que serão lançadas nos termos e de acordo com as disposições do Código Tributário Municipal, quando for o caso.

§ 1º Quando aprovado o pedido de licenciamento de engenho publicitário, o Alvará de Instalação será expedido após a publicação do despacho no jornal “Notícias do Município”, órgão oficial do Município de São Bernardo do Campo, e cadastrado no CA-DEP.

Lei nº 6.245 (fls. 16)

§ 2º A transferência do engenho publicitário para local diverso do licenciado, quando for o caso, estará sujeita ao mesmo rito observado para o requerimento inicial.

Art. 30. Os pedidos de alvarás de engenho publicitário pendentes de apreciação na data da entrada em vigor desta Lei deverão adequar-se às exigências e condições por ela instituídas.

Art. 31. Para o licenciamento de painéis eletrônicos de alta definição, é obrigatória a apresentação de seguro contra terceiros, relativo a cada peça.

Art. 32. O indeferimento de pedido da instalação de engenho publicitário será devidamente fundamentado.

§ 1º O indeferimento do pedido não dá ao requerente o direito à devolução de eventuais taxas ou emolumentos pagos.

§ 2º 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 jornal “Notícias do Município”.

§ 3º Os pedidos de reconsideração de despacho ou de recurso não terão efeito suspensivo.

§ 4º O despacho da autoridade da última instância de recurso, bem como o decurso do prazo recursal, encerra definitivamente a instância administrativa.

Art. 33. Fica estabelecido o prazo para resposta aos pleitos formulados, que não poderá exceder 30 (trinta) dias contados da data de protocolização, período após o qual, não havendo manifestação do Município, poderá o interessado, a título precário, instalar o engenho publicitário, bem como veicular a publicidade contratada.

§ 1º O indeferimento dos pleitos após o decurso do prazo legal para decisão do órgão competente, se irrecurável, assegurará ao interessado que tiver instalado o engenho o prazo de 30 (trinta) dias para a sua retirada, a qual deverá ocorrer às próprias expensas.

§ 2º A instalação prevista no **caput** deste artigo não exime o interessado de atender as disposições desta Lei, aplicáveis ao caso e recolher, de imediato, a Taxa de Fiscalização de Publicidade.

§ 3º Na situação prevista no **caput** deste artigo, o interessado fica isento das sanções previstas pela instalação do engenho publicitário sem a devida licença ou Alvará de Instalação.

Lei nº 6.245 (fls. 17)

Art. 34. O Alvará de instalação do engenho publicitário será automaticamente cancelado nos seguintes casos:

- I** - por solicitação do interessado, mediante requerimento padronizado;
 - II** - na data de vencimento do prazo de sua validade, caso não haja pedido de renovação;
 - III** - se forem alteradas as características do engenho;
 - IV** - quando ocorrer mudança de local de instalação de engenho;
 - V** - se forem modificadas as características do imóvel;
 - VI** - quando ocorrer alteração no nome do contribuinte do Imposto Predial e Territorial Urbano – IPTU, desde que por solicitação do contribuinte e por motivação de alteração da titularidade do imóvel ou de seu possuidor;
 - VII** - quando ocorrer alteração no Cadastro Mobiliário;
 - VIII** - por infringência a qualquer das disposições desta Lei ou de seu decreto regulamentador, caso não sejam sanadas as irregularidades dentro dos prazos previstos;
 - IX** - pelo não atendimento a eventuais exigências dos órgãos competentes;
- ou
- X** - pela ocorrência de problemas técnicos e de segurança que coloquem em risco a integridade de pessoas ou de bens.

Art. 35. O órgão competente pelo CADEP fará a publicação eletrônica dos engenhos publicitários autorizados no sítio eletrônico do Município para o conhecimento e acompanhamento de todos os cidadãos.

**CAPÍTULO IX
DAS INFRAÇÕES E PENALIDADES**

Art. 36. Para os fins desta Lei, consideram-se infrações:

- I** - exibir anúncio em engenho publicitário:

Lei nº 6.245 (fls. 18)

a) sem o necessário Alvará de Instalação;

b) com dimensões diferentes das aprovadas;

c) fora do prazo constante do Alvará de Instalação;

d) sem constar de forma legível e visível do logradouro público, o número do CADEP ou Alvará de Instalação;

II - manter o engenho publicitário em mau estado de conservação;

III - não atender à intimação do órgão competente que efetua o licenciamento, quanto à regularização ou remoção do engenho publicitário;

IV - veicular qualquer tipo de anúncio em desacordo com o disposto no art. 8º desta Lei ou nas demais leis municipais, estaduais e federais pertinentes; e

V - praticar qualquer outra violação às normas previstas nesta Lei.

Parágrafo único. Para todos os efeitos desta Lei, respondem solidariamente pela infração praticada, os responsáveis pelo anúncio em engenho publicitário, nos termos do art. 26 desta Lei.

Art. 37. A inobservância das disposições do art. 36 desta Lei sujeitará os infratores, às seguintes medidas:

I - cancelamento do Alvará de Instalação do engenho;

II - multa; e

III - remoção do engenho publicitário.

§ 1º O Município comunicará ao órgão federal fiscalizador do exercício profissional, qualquer irregularidade que envolva os responsáveis técnicos pelo engenho ou as empresas de manutenção e instalação, sem prejuízo das demais penalidades cabíveis.

§ 2º Na aplicação da multa, os responsáveis serão intimados a regularizar o engenho ou a removê-lo, quando for o caso, sem prejuízo das demais penalidades cabíveis, observados os seguintes prazos:

I - 24 (vinte e quatro) horas, no caso de engenho que apresente risco; e

Lei nº 6.245 (fls. 19)

II - 5 (cinco) dias, nos demais casos.

§ 3º Na hipótese de o infrator não proceder à regularização ou à remoção do engenho instalado irregularmente, o Município adotará as medidas para sua retirada, ainda que esteja instalado em imóvel privado, cobrando os respectivos custos de seus responsáveis, independentemente das demais sanções cabíveis.

§ 4º O Município poderá, ainda, interditar e providenciar a remoção imediata do engenho publicitário, 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 engenho, quando de sua remoção.

§ 5º As sanções estipuladas neste artigo serão publicadas no sítio eletrônico do Município.

Art. 38. É de R\$ 10.000,00 (dez mil reais) a primeira multa, em decorrência das infrações aos dispostos nos arts. 7º, 8º e 9º desta Lei.

Art. 39. É de R\$ 3.000,00 (três mil reais) a primeira multa, em decorrência das infrações as demais disposições desta Lei.

§ 1º Persistindo a infração após a aplicação da primeira multa, sem que sejam respeitados os prazos estabelecidos nesta Lei, será aplicada multa correspondente ao dobro da primeira, e, não havendo a efetiva regularização, o Município poderá efetuar a remoção sumária do engenho publicitário.

§ 2º Nos casos de infração de que trata o Capítulo V desta Lei, a multa é de R\$ 2.000,00 (dois mil reais).

Art. 40. O Município exercerá permanente fiscalização sobre as áreas e equipamentos objetos desta Lei.

**CAPÍTULO X
DAS DISPOSIÇÕES TRANSITÓRIAS E FINAIS**

Art. 41. Todos os engenhos publicitários na modalidade de mídia exterior já licenciados ou não no Município, deverão se adequar ao disposto nesta Lei, até 90 (noventa) dias, após a sua publicação.

Lei nº 6.245 (fls. 20)

§ 1º O prazo previsto no **caput** deste artigo poderá ser prorrogado por mais 90 (noventa) dias, caso os responsáveis pelo engenho publicitário 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 aplicadas as respectivas multas nos valores estipulados no **caput** do art. 38 e nos §§ 1º e 2º do art. 39 desta Lei, bem como cobrados os valores do preço público relativo à remoção do engenho.

Art. 42. O Poder Executivo promoverá as medidas necessárias para viabilizar a aplicação das normas previstas nesta Lei, em sistema informatizado, estabelecendo, mediante portaria, a padronização de requerimentos e demais documentos necessários ao seu cumprimento.

Art. 43. O Município poderá celebrar convênios com outros órgãos e entidades que atuem no disciplinamento de propaganda e publicidade, visando à conjugação de esforços de apoio operacional para a fiscalização, bem como, de remoção de engenho publicitário.

Art. 44. O órgão competente publicará no jornal “Notícias do Município”, no prazo de 90 (noventa) dias, a partir da publicação desta Lei, a relação dos alvarás de licenciamento de Engenhos Publicitários na modalidade de mídia exterior, com a respectiva data de emissão, nome da empresa responsável e data de validade de cada licenciamento de engenho publicitário.

Art. 45. A fiscalização da ordenação da instalação de Engenho Publicitário na modalidade de mídia exterior, no Município de São Bernardo do Campo, ficará a cargo da Secretaria de Planejamento Urbano e Ação Regional e será disciplinada por meio da regulamentação desta Lei, no prazo de 90 (noventa) dias, contados da data de sua publicação.

Art. 46. As despesas com a execução desta Lei correrão por conta das dotações orçamentárias próprias, suplementadas se necessário.

Art. 47. O item 8.7 da Tabela nº 4 – Taxa de Fiscalização de Obras Particulares, anexa à Lei Municipal nº 1.802, de 26 de dezembro de 1969, passa a vigorar com a seguinte redação:

“8 – Exame de pedido de alvará de:

.....
8.7. instalação de anúncio un. R\$ 500,00

.....” (NR)

Lei nº 6.245 (fls. 21)

Art. 48. Esta Lei será aplicada, a partir de sua vigência, a todos os pedidos de licenciamento de Engenhos Publicitários na modalidade de mídia exterior pendentes de apreciação, na data de sua publicação.

Art. 49. O artigo 333 da Lei Municipal nº 4.974, de 31 de maio de 2001, passa a vigorar com a seguinte redação:

“**Art. 333.** A infração ao art. 332 desta Lei implicará aplicação da penalidade de multa prevista no Anexo Único deste Código.” (NR)

Art. 50. Ficam revogados os arts. 325 e parágrafo único, 325-A, 326, 327 e parágrafo único, 328, 329 e §§ 1º e 2º, 330, 331 e incisos I a V e parágrafo único e os itens 90, 91 e 92 do Anexo Único – Tabela de Multas, todos, da Lei Municipal nº 4.974, de 31 de maio de 2001.

Art. 51. Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

São Bernardo do Campo,
26 de dezembro de 2012

LUIZ MARINHO
Prefeito

LILIAN MARIA TEIXEIRA FERREIRA BOARO
Secretaria Adjunta
Respondendo pelo Expediente da
Secretaria de Assuntos Jurídicos e Cidadania

JOSÉ ROBERTO SILVA
Procurador-Geral do Município

Processo nº 57414/2011

Lei nº 6.245 (fls. 22)

JORGE ALANO SILVEIRA GARAGORRY
Secretário de Finanças

ALFREDO LUIZ BUSO
Secretário de Planejamento Urbano e Ação Regional

MAURÍCIO SOARES DE ALMEIDA
Secretário de Governo

Registrada na Seção de Atos Oficiais
da Secretaria de Chefia de Gabinete e
publicada em

MEIRE RIOTO
Diretora do SCG-1

/iac.

ANEXO I
LOCALIZAÇÃO DOS ENGENHOS PUBLICITÁRIOS

Local	Tipo I Área Máx. 18 m2	Tipo II Outdoor 30 m2	Tipo III Front Light. 40 m2	Tipo IV Eletrônico	Tipo V Rodovias	Tipo VI Empenas	Tipo VII Coberturas
Quadrilátero formado pelas vias: Av. Francisco Pres-tes Maia, Rua Ti-radentes, Av. Ro-tary e Rua Mare-chal Deodoro	Permitido	Permitido	Proibido	Proibido	Proibido	Proibido	Proibido
Paço Municipal	Proibido	Proibido	Proibido	Proibido	Proibido	Proibido	Proibido
Outras Vias Públicas	Permitido Conforme Anexo II	Permitido Conforme Anexo II	Permitido Conforme Anexo II	Permitido Conforme Anexo II	Proibido	Permitido Conforme Anexo II	Permitido Conforme Anexo II
Rodovias	Proibido	Proibido	Proibido	Proibido	Permitido	Proibido	Proibido

ANEXO II

DISTANCIAMENTO ENTRE ENGENHOS PUBLICITÁRIOS

MODELO	Hmín.(m)	Hmáx.(m)	Área Max. (m²)	Cota	Rarefação entre engenhos (m)	Espaçamento entre conjuntos (m)
Tipo I	3,00	9,00	18,00	2	1 pç p/ face de quadra	
Tipo II	3,00	7,00	27,00	3	1,00	50,00
Tipo III	5,00	14,00	40,00	3	50,00	
Tipo IV - Eletrônico	5,00	14,00	30,00	3	500,00 (1)	
Tipo V - Rodovias	5,00	18,00	75,00		100,00	
Tipo VI - Empena	(2)		50%		1 pç p/ face de quadra p/ visibili- dade	
Tipo VII - Cobertura	(3)				1 pç p/ face de quadra p/visibilidade	

A rarefação dos Tipos II e III será calculada entre engenhos ou conjuntos, independentemente do tipo.

- (1) Vide art. 16;**
- (2) Vide art. 18;**
- (3) Vide art. 19.**

ANEXO III

QUADRILATERO

(RUA MARECHAL DEODORO, AVENIDA FRANCISCO PRESTES MAIA,
RUA TIRADENTES, AVENIDA ROTARY)

DESCRIÇÃO DO PERÍMETRO

Inicia-se a descrição deste perímetro no vértice **01**, de coordenadas **N 7.377.577.2359** e **E 341.888.063**; localizado na intersecção do eixo da Rua Marechal Deodoro com o eixo da Avenida Francisco Prestes Maia; deste ponto deflete à direita e segue pelo eixo da Avenida Francisco Prestes Maia, até o vértice **02**, de coordenadas **N 7.376.355.1906** e **E 342.836.8160**; localizado na intersecção do eixo da Avenida Francisco Prestes Maia com o eixo da Rua Tiradentes; deste ponto deflete à esquerda e segue pelo eixo da Rua Tiradentes, até o vértice **03**, de coordenadas **N 7.375.838.8334** e **E 343.175.8003**; localizado na intersecção do eixo da Rua Tiradentes com o eixo do sistema viário da Praça dos Bombeiros; deste ponto deflete à esquerda e segue pelo eixo do sistema viário da Praça dos Bombeiros, até o vértice **04**, de coordenadas **N 7.375.776.4816** e **E 343.168.4899**; localizado na intersecção do eixo do sistema viário da Praça dos Bombeiros com o eixo da Avenida Rotary; deste ponto deflete à esquerda e segue pelo eixo da Avenida Rotary, até o vértice **05**, de coordenadas **N 7.375.729.7730** e **E 342.093.8381**; localizado na intersecção do eixo da Avenida Rotary com o eixo da Rua Marechal Deodoro; deste ponto deflete à direita e segue pelo eixo da Rua Marechal Deodoro, até o vértice **01**; ponto inicial da descrição deste perímetro.

Todas as coordenadas aqui descritas estão georeferenciadas ao Sistema Geodésico Brasileiro, a partir do vértice da rede geodésica oficial do Município de São Bernardo do Campo localizado pelo Marco **M-13**, de coordenadas **N 7.337.862.0865** e **E 341.823.5820**, e encontram-se representadas no Sistema UTM, referenciadas ao **Meridiano Central nº 45°00'**, fuso-23S, tendo como datum o SAD-69. Plano de projeção U T M.

Observações: A Planta **A2 -1613** é parte integrante deste memorial descritivo.