



# CÂMARA MUNICIPAL DE SOROCABA

ESTADO DE SÃO PAULO

## Substitutivo ao PROJETO DE LEI No. 88/2017,

(Dispõe sobre a ordenação dos elementos que compõe a paisagem urbana de Sorocaba, e dá outras providências).

A Câmara Municipal de Sorocaba decreta:

### CAPÍTULO I

#### DOS OBJETIVOS E DEFINIÇÕES

**Art. 1º** Esta Lei trata da ordenação dos elementos que compõe a paisagem urbana de Sorocaba, e dá outras providências.

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

**Art. 3º** Constituem objetivos da ordenação da paisagem do Município de Sorocaba o atendimento ao interesse público em consonância com os direitos fundamentais da pessoa humana e as necessidades de conforto ambiental, com a melhoria da qualidade de vida urbana.



# CÂMARA MUNICIPAL DE SOROCABA

ESTADO DE SÃO PAULO

**§ 1º** Todos têm direito à boa qualidade estética e referencial da paisagem urbana, sendo dever do Poder Público Municipal e da coletividade, protegê-la e promovê-la para as atuais e futuras gerações.

**§ 2º** A paisagem urbana constitui direito difuso de todos.

**Art. 4º** Constituem objetivos da ordenação todos os elementos urbanísticos em especial o da instalação e manutenção de engenhos publicitários na modalidade de mídia exterior.

**Art. 5º** Para os efeitos de aplicação desta Lei ficam preliminarmente estabelecidas as seguintes definições;

**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;

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

**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** - A equilíbrio de interesses dos diversos agentes atuantes na cidade para a promoção da melhoria da paisagem urbana 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;



# CÂMARA MUNICIPAL DE SOROCABA

ESTADO DE SÃO PAULO

**VIII** - A implantação de sistema de fiscalização efetivo, ágil, moderno, planejado e permanente.

## CAPÍTULO II

### DAS DEFINIÇÕES GERAIS

**Art. 6º** Consideram-se, para os efeitos de aplicação desta Lei, as seguintes definições gerais:

**I** – Bem de uso comum do povo: patrimônio público, da União, do Estado ou do Município, de uso restrito com destinação específica a utilização específica a logradouros, parques e vias públicas, cuja ocupação por terceiros depende de autorização ou cessão de uso da Municipalidade;

**II** – Bem de uso comum especial: patrimônio imobiliário da União, do Estado ou do Município, destinado a receber instalações de diferentes repartições públicas, podendo ser alienado e compartilhado parcial ou totalmente com terceiros;

**III** – Bem dominical: patrimônio imobiliários da União, do Estado ou do Município, não sujeitos a usucapião, no aguardo de destinação, podendo ser alienado a terceiros;

**IV** - Altura máxima do engenho publicitário (h. max.): é a distância vertical máxima entre o ponto médio do passeio e o ponto mais alto do quadro de exibição do engenho;

**V** - Altura mínima do engenho publicitário (h. min): é a distância vertical mínima entre o ponto médio do passeio e o ponto mais baixo do quadro de exibição do engenho;



# CÂMARA MUNICIPAL DE SOROCABA

ESTADO DE SÃO PAULO

**VI** - Anúncio: constitui-se de toda e qualquer mensagem propagada no engenho publicitário;

**VII** - Anúncio indicativo: aquele que visa especificamente indicar, o próprio estabelecimento ou endereço da atividade exercida no local;

**VIII** - Anúncio institucional: aquele que possui características específicas de utilidade pública, com finalidade cultural, eleitoral ou educativa, inclusive os patrocinados;

**IX** - Anúncio publicitário: aquele destinado à veiculação de mídia exterior com o intuito de propagar campanhas institucionais e promocionais, de produtos, de serviços, de feiras e eventos, de vacinação, de princípios e propósitos, de ideias, de conhecimentos ou de teorias, etc.;

**X** - Aplique: elemento acessório que poderá ser aplicado ao engenho publicitário, podendo exceder a área do quadro de exibição do anúncio;

**XI** - Área total de exibição da mensagem: a soma das áreas de diferentes faces de exibição do anúncio, expressa em metros quadrados;

**XII** - Área de exibição: é a área que compõe cada face destinada a veiculação de anúncio, do engenho publicitário;

**XIII** - Quota: é o coeficiente que, multiplicado pela área da testada do imóvel privado ou não onde se pretende instalar o engenho publicitário, possibilita obter a área total máxima de exibição de anúncio permitida, expressa em metros quadrados;

**XIV** - Engenho Publicitário: conjunto composto por estrutura de sustentação e quadro de exibição de anúncio;



# CÂMARA MUNICIPAL DE SOROCABA

ESTADO DE SÃO PAULO

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

**XVI - Comprimento do Engenho Publicitário:** é a distância entre a lateral direita e esquerda da área exibição de anúncio;

**XVII – Mensagem:** assunto, tema, palavra ou texto, desenho gráfico ou fotográfico que compõe o anúncio;

**XVIII - Mobiliário Urbano:** é o conjunto de equipamentos instalados direta ou indiretamente pela Municipalidade, em bens de uso comum do povo (logradouros públicos), compreendendo abrigo de ônibus e de taxi, conjunto toponímico, relógio de hora e temperatura, lixeira, banco de praça e parque, cercado protetor de muda de árvore e placa de segurança e direcionamento de pedestres (esquina de ruas movimentadas);

**XIX – Outdoor:** nomenclatura usual para definir de forma genérica diferentes tipos de engenhos publicitários;

**XX - Painel Eletrônico:** engenho publicitário composto por tela eletrônica de exibição de anúncio com tecnologia de projeção de imagens em movimento ou estática;

**XXI – Etiqueta:** placa de identificação da empresa exibidora;

**XXII - Painel Informativo:** painel luminoso para informação a transeuntes, consistindo num sistema de sinalização vertical, que identificará através de mapa pontos de interesse turístico, histórico e de mensagem de caráter cultural e educativo;

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



# CÂMARA MUNICIPAL DE SOROCABA

ESTADO DE SÃO PAULO

**XXIV** – Propaganda: conjunto de técnicas utilizadas para prorrogação de campanhas institucionais e de produtos, serviços, de eventos e feiras, de fé, de conhecimentos, de teorias, etc.;

**XXV** – Altura da edificação (h. ed.): é a distância vertical entre o ponto mais alto do solo imediatamente abaixo do anúncio e a cobertura da edificação;

**XXVI** – Rarefação: distância longitudinal entre engenhos publicitários agrupados ou não, de mesma face, restringida nesta Lei;

**XXVII** – Publicidade: conjunto de técnicas de ação coletiva utilizada no sentido de promover atividades comercial, industrial e de serviços, conquistando, aumentando ou mantendo cliente.

## CAPÍTULO III

### DOS ANÚNCIOS

**Art. 7º** Esta Lei não disciplina e nem alcança as identificações e personalização de frota em veículos que as empresas utilizam para logística e para a realização de seus serviços,

**Art. 8º** 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 estrutural e aspecto visual do engenho;



# CÂMARA MUNICIPAL DE SOROCABA

ESTADO DE SÃO PAULO

**III** - Receber tratamento de proteção antioxidante se for o caso, e pintura em todas as suas superfícies, inclusive na sua estrutura de sustentação;

**IV** - Atender as normas técnicas NBR/ABNT pertinentes à segurança e estabilidade de seus elementos estruturais;

**V** - Também atender as normas técnicas recomendadas e preconizadas pela ABNT - Associação Brasileira de Normas Técnicas, pertinentes às distâncias perpendiculares das diferentes redes de distribuição de energia elétrica;

**VI** - Respeitar a vegetação arbórea significativa, definida por normas específicas ou constantes do Plano Diretor;

**VII** - Não prejudicar a visibilidade de sinalização de trânsito ou outro sinal de comunicação institucional, destinado à orientação do público, bem como a numeração imobiliária e a denominação dos logradouros;

**VIII** - Não provocar reflexo, brilho ou intensidade de luz direcional que possa ocasionar o ofuscamento e prejudicar a visão dos usuários das vias públicas e interferir na operação ou sinalização de trânsito;

**IX** - Não prejudicar a visualização de bens de valor cultural, previsto em lei.

**§ 1º** Dos engenhos publicitários instalados, cada exibidora obrigatoriamente reservará 5,00 % (cinco por cento) de seus espaços para veiculação de campanhas institucionais ou de utilidade pública, a critério da Municipalidade.

**§ 2º** Para os engenhos publicitários Tipo II e IV, a reserva será por quantidade de engenhos instalados, e de seu tempo ou quantitativos de inserções, respectivamente.



# CÂMARA MUNICIPAL DE SOROCABA

ESTADO DE SÃO PAULO

**§ 3º** Para os engenhos publicitários Tipo I, III, V, VI e VII, a reserva obrigatória de 5,00 % (cinco por cento) da área útil de exibição compreendida pelos engenhos instalados, será compensada por engenho publicitário Tipo II, que deverá ser instalado e conservado sob as expensas da respectiva exibidora, em próprios determinados pela Municipalidade.

**§ 4º** É de exclusiva responsabilidade da Municipalidade, a criação de “layout”, e respectiva arte final e produção das mídias, bem como sua entrega e logística junto à exibidora, das campanhas institucionais ou de utilidade públicas.

## CAPÍTULO IV

### DA RESTRIÇÃO DE UTILIZAÇÃO DA PAISAGEM URBANA

**Art. 9º** É vedada a instalação de engenho publicitário em:

**I** - Logradouros públicos (bem de uso comum do povo), tais como vias, passeios, canteiros, ilhas viárias, parques e praças e similares, exceto as autorizadas pela Municipalidade;

**II** – Pontes, viadutos, gasodutos, aquedutos, hidrantes, torres de caixa d’água e outros similares;

**III** - Faixas de servidão de rede de energia elétrica, de gás e adutoras;

**IV** - Equipamentos de sinalização vertical de trânsito;

**V** - Imóveis tombados;



# CÂMARA MUNICIPAL DE SOROCABA

ESTADO DE SÃO PAULO

**VI** - Área de interesse turístico e ou cultural, exceto as autorizadas pela Municipalidade;

**VII** - Poste de iluminação pública ou de rede de telefonia, inclusive cabine e telefone público;

**VIII** – Banca de jornais e revistas, independentemente de sua localização, exceto veiculação de propaganda das publicações à venda no local;

**IX** - Torre ou poste de transmissão de energia elétrica;

**X** – Vias, parques, praças e similares, exceto as autorizadas por Órgão Competente;

**XI** - Local que prejudique ou obstrua a visibilidade de bens tombados;

**Art. 10º** As mensagens dos anúncios deverão respeitar as diretrizes da legislação publicitária do país, especialmente capituladas na Lei n. 4.680, de 18 de junho de 1965, e no Decreto n. 57.690, de 01 de fevereiro de 1966, estando sujeito às penalidades a serem aplicadas pelo CONAR ( Conselho Nacional de Auto Regulamentação Publicitária ), conforme o disposto no Código Brasileiro de Auto Regulamentação Publicitária e em seus Anexos, em especial fica vedada as que:

**I** - Apresente conjunto de formas e cores que se confundam com as convencionadas internacionalmente para as diferentes categorias de sinalização vertical 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;

**III** - Estimule o consumo ou o comércio de tabacos e cigarros;



# CÂMARA MUNICIPAL DE SOROCABA

ESTADO DE SÃO PAULO

**IV** - Estimule o uso ou o comércio de armas de fogo;

**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 de gênero, raça e às outras formas de discriminação.

**Parágrafo único** - Constatada a violação das determinações fixadas neste artigo, o órgão fiscalizador deverá tapar o anúncio 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. 11º** Fica proibida a instalação de engenhos publicitários em imóveis num raio de 100,00m (cem metros) dos eixos do : a) Mosteiro de São Bento - Largo de São Bento, e b) da Escola Estadual Antônio Padilha – Rua Prof. Toledo, 77, em face dos Tombamentos Históricos, constante da Resolução 41 de 12/05/1982 e da Resolução 60, de 21/07/2010, respectivamente, editadas pelo CONDEPHAAT – UPPH, do Governo do Estado de São Paulo.

## CAPÍTULO V

### DAS FAIXAS, BANNERS E OUTROS MEIOS DE ANÚNCIOS

**Art. 12º** É expressamente vedada a veiculação de qualquer tipo de anúncio por meio de “banner”, “cartaz lambe-lambe”, “faixa de vinil ou outro material” em logradouros públicos, bem como pintura direta ou aplicação de qualquer outro material em muros, em alambrados, em cercas, em tapumes, em postes, em torres de transmissão, em monumentos e em obras de artes em geral, bem como por serviço de auto falante em unidade móvel e fixa.



# CÂMARA MUNICIPAL DE SOROCABA

ESTADO DE SÃO PAULO

**Parágrafo Único** - São solidariamente responsáveis, para fins de aplicação das penalidades pela veiculação de anúncios:

I – A exibidora ou veiculadora (quem colou, aplicou ou veiculou) e o anunciante; ou

II – O proprietário ou possuidor do imóvel onde o anúncio estiver pintado ou aplicado.

**Art. 13º** O descumprimento ao disposto no artigo 12 desta Lei, exceto para serviço de autofalante, acarretará em notificação formal aos responsáveis, com prazo de até 10 (dez) dias para limpeza do local.

§ 1º Findo o prazo, se a notificação não foi atendida, cada infrator será multado individualmente em R\$ 5.000,00 (cinco mil reais);

§ 2º A limpeza efetuada dentro do prazo, devidamente comunicada e comprovada à Prefeitura, tornará sem efeito a multa aplicada, nos termos desta Lei, desde que seja feita em até 10 (dez) dias após a aplicação da multa;

§ 3º Findo o prazo, se a limpeza não for realizada, independente da multa aplicada, a Prefeitura executará a limpeza e cobrará dos responsáveis o devido preço público;

§ 4º No caso de flagrante da instalação, colagem ou execução de pintura, será lavrado auto de apreensão dos materiais, que serão guardados pelo prazo de até 72 (setenta e duas) horas, sob pena de descarte.

§ 5º O serviço de alto falante em unidade móvel e fixa, que venha desrespeitar esta Lei, será formalmente notificado, inclusive com o registro das características do veículo automotor e respectiva placa, se for o caso, sendo solidariamente responsável o anunciante.



# CÂMARA MUNICIPAL DE SOROCABA

ESTADO DE SÃO PAULO

**§ 6º** No caso de reincidência ou de flagrante delito, será lavrado auto de infração e multa no valor de R\$ 5.000,00 (cinco mil reais) e apreensão do equipamento, que será guardado pelo prazo de até 10 (dez) dias, sob pena de descarte.

## CAPÍTULO VI

### DOS TIPOS DE ENGENHO PUBLICITÁRIO

**Art. 14º** Para fins desta Lei, o engenho publicitário fica classificado em:

**I** - Tipo I: engenho publicitário com área máxima de exibição de 18,00 m<sup>2</sup> (dezoito metros quadrados) e altura máxima (h. máx.) de 9,00m (nove metros), incluindo sua estrutura de sustentação;

**II** - Tipo II: engenho publicitário com área específica de exibição de 27,00 m<sup>2</sup> (vinte e sete metros quadrados) e altura máxima (h. máx.) de 8,00 m (oito metros), incluindo suas estruturas de sustentação;

**III** - Tipo III: engenho publicitário com área máxima de exibição de 48,00 m<sup>2</sup> (quarenta e oito metros quadrados) e altura máxima (h. máx.) de 15,00 m (quinze metros), incluindo sua estrutura de sustentação;

**IV** - Tipo IV: engenho publicitário com tela eletrônica de alta definição com área máxima de exibição de 30,00m<sup>2</sup> (trinta metros quadrados) e altura máxima (h. máx.) de 15,00 m (quinze metros), incluindo sua estrutura de sustentação;



# CÂMARA MUNICIPAL DE SOROCABA

ESTADO DE SÃO PAULO

**V** - Tipo V: engenho publicitário com área máxima de exibição de 75,00 m<sup>2</sup> (setenta e cinco metros quadrados) e altura máxima (h. máx.) de 18,00m (dezoito metros), incluindo sua estrutura de sustentação;

**VI** – Tipo VI: engenho publicitários a ser instalado em empena cega de edificação vertical, podendo exibir mídia em tela vinílica impressa ou eletrônica;

**VII** - Tipo VII: engenho publicitário a ser instalado em cobertura ou topo de edificação vertical, podendo exibir mídia em tela vinílica impressa ou eletrônica;

**§ 1º** 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 e Projetos.

**§ 2º** É obrigatória a afixação de etiqueta com a identificação da exibidora, em todos os engenhos ou conjuntos de engenhos publicitários.

**Art. 15º** A instalação de engenho publicitário, em imóvel edificado 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 dos imóveis;

**II** - Todos os tipos de engenhos publicitários deverão atender os parâmetros previstos no Anexo I que integra esta Lei; e



# CÂMARA MUNICIPAL DE SOROCABA

ESTADO DE SÃO PAULO

III - Será permitida a instalação de diferentes Tipos de engenhos publicitários no mesmo imóvel, desde que atendida as exigências do Anexo I.

**Art. 16º** O engenho publicitário do **Tipo I** (até 18,00 m<sup>2</sup>) deverá atender ainda os seguintes parâmetros:

I - Apresentar uma face por sentido da via, por quadra;

II - É vedada a utilização de estrutura de madeira e a veiculação de anúncio por meio de cartaz de papel;

III - poderá ser iluminado;

IV - A empresa exibidora que instalar esse tipo de engenho em imóvel não edificado é responsável pela limpeza e manutenção inclusive jardinagem interna, nas proximidades do engenho no raio de 10,00 metros;

V - A distância longitudinal entre faces por sentido da via, nos engenhos ou grupos de engenhos sequenciais deverá ser de no mínimo de 50,00 m (cinquenta metros).

**Art. 17º** O engenho publicitário do **Tipo II** (27,00 m<sup>2</sup>) deverá ainda atender os seguintes parâmetros:

I - Instalar o máximo de 02 (dois) engenhos por conjunto de mesma face e sentido da via;

II - Rarefação mínima de 50,00m (cinquenta metros) entre engenhos ou conjunto de engenhos de mesma face por sentido da via, instalados no mesmo imóvel, tendo a mesma matrícula.



# CÂMARA MUNICIPAL DE SOROCABA

ESTADO DE SÃO PAULO

**III** - A exibidora que instalar este tipo de engenho em imóvel não edificado é responsável pela limpeza e manutenção inclusive a jardinagem interna, nas proximidades do engenho, no raio de 10,00 metros.

**IV** -Concessão de autorização para instalação de anúncios publicitários terá vigência durante o ano civil, devendo o mesmo ser renovado no período de 01 a 20 de dezembro, habilitando-o para o exercício seguinte.

**Art. 18º** O engenho publicitário do **Tipo III** (até 40,00 m2) deverá ainda atender os seguintes parâmetros:

**I** - Rarefação entre engenhos de mesma face e sentido da via deverá ser de no mínimo 50,00m (cinquenta metros);

**II** – é vedada utilização de estrutura de madeira, exceto nas margens de rodovias;

**III** - a exibidora que instalar este tipo de engenho em imóvel não edificado é responsável pela limpeza e manutenção inclusive jardinagem interna, nas proximidades do engenho, no raio de 10,00m (dez metros).

**Art. 19º** O engenho publicitário do **Tipo IV** (até 30,00 m2) deverá ainda atender os seguintes parâmetros:

**I** - Rarefação entre engenhos publicitários do mesmo tipo e mesma face, é de no mínimo 500,00 m (quinhentos metros) e, entre outros tipos de engenhos publicitários será de no mínimo 50,00 m (cinquenta metros);  
e

**II** – A exibidora que instalar este tipo de engenho publicitário em imóvel edificado ou não, é responsável pela limpeza e manutenção inclusive jardinagem interna, nas proximidades do engenho, no raio de 10,00m (dez metros).



# CÂMARA MUNICIPAL DE SOROCABA

ESTADO DE SÃO PAULO

**Art. 20º** O engenho publicitário do **Tipo V** (até 75,00 m<sup>2</sup>) deverá ainda atender aos seguintes parâmetros:

**I** - Rarefação mínima de 100,00 m (cem metros) entre engenhos de mesma face e margem da via;

**II** - A empresa exibidora que instalar este tipo de engenho em imóvel urbano edificado ou não é responsável pela limpeza e manutenção inclusive jardinagem interna nas proximidades do engenho, no raio de 10,00 m (dez metros).

**Art. 21º** O engenho publicitário do Tipo **VI** (empena) deverá ainda atender os seguintes parâmetros:

**I** – Em edificação vertical independente de sua destinação e apresentar área máxima de até 50% (cinquenta por cento) da área total da empena cega em que for instalar;

**II** - Em edificação vertical com altura superior a 20,00m (vinte e metros);

**III** – Inexistência de engenho na cobertura de mesma face de visibilidade e sentido da via;

**IV** – Se em conjunto de edificação vertical, ser único por bloco, por face e sentido da via;

**V** - Apresentar projeção ortogonal contida nos limites do perímetro da empena cega da edificação vertical;

**VI** – é vedada a veiculação de anúncio por meio de cartaz de papel;



# CÂMARA MUNICIPAL DE SOROCABA

ESTADO DE SÃO PAULO

**VII** - a empresa exibidora autorizada a instalar esse tipo de engenho deverá arcar com a conservação e pintura da parede ou de outro revestimento existente, onde for ancorar a estrutura do engenho;

**VIII** - quando da retirada do engenho, a empena cega deverá retornar ao estado original de pintura ou revestimento, em bom estado de conservação e limpeza.

**Art. 22º** O engenho publicitário do **Tipo VII** (topo) deverá atender os seguintes parâmetros:

**I** - Poderá ser instalado no topo de edificação vertical independente de sua destinação;

**II** - Em edificação vertical com altura mínima de 08,00 m (oito metros);

**III** - Altura máxima de 5,00 m (cinco metros);

**IV** - Ter um único engenho por face de exibição e sentido da via;

**V** - É vedada a utilização de estrutura de madeira e a veiculação de anúncio por meio de cartaz de papel;

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

**VII** - Não interferir em heliponto, heliporto, laje de segurança ou de dispositivo de para-raios;



# CÂMARA MUNICIPAL DE SOROCABA

ESTADO DE SÃO PAULO

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

**Art. 23º** Não será permitida a instalação de engenho publicitário em áreas de proteção ambiental.

**Art. 24º** A propaganda para fins de comercialização de empreendimento imobiliário implantado no Município de Sorocaba deve indicar os números do:

I - Processo administrativo que originou a aprovação do projeto imobiliário, pela Secretaria de Planejamento e Projetos;

II - Correspondente Alvará de aprovação e sua data de emissão.

III - Concessão de autorização para instalação de anúncios publicitários terá vigência durante o ano civil, devendo o mesmo ser renovado no período de 01 a 20 de dezembro, habilitando-o para o exercício seguinte.

## CAPÍTULO VII

### DO ALVARÁ DE INSTALAÇÃO DO ENGENHO PUBLICITÁRIO

**Art. 25º** 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 ou arquiteto, inscrito nos respectivos Conselhos, composto por desenho técnico e memorial descritivo;



# CÂMARA MUNICIPAL DE SOROCABA

ESTADO DE SÃO PAULO

**II** - Endereço completo e foto do imóvel onde se pretende instalar ou estar instalado o engenho publicitário;

**III** - Comprovante de licença de instalação, expedida pela Secretaria de Planejamento e Projetos, ou, quando for o caso, do protocolo de pedido sem resposta, se decorridos 30 (trinta) dias;

**IV** – Cópia de comprovante de propriedade ou posse pacífica do imóvel utilizado, podendo ser contrato de locação ou outro instrumento de autorização;

**V** – Comprovante do pagamento dos tributos correspondentes;

**Art. 26º** A solicitação de licença para instalação de engenho publicitário requer, além dos documentos de identificação, da localização do imóvel e dos responsáveis envolvidos, o comprovante de pagamento da taxa lançada nos termos e de acordo com as disposições do Código Tributário Municipal, quando for o caso.

**Parágrafo Único** - Quando deferido o pedido de licenciamento de engenho publicitário, o Alvará de Instalação será expedido após a publicação no jornal oficial - Município de Sorocaba, e na sequência será cadastrado no CADEP.

**Art. 27º** Todos os pedidos de licenciamentos de engenho publicitário, pendentes de apreciação até data da entrada em vigor desta Lei, deverão adequar-se às exigências e condições por ela instituídas.

**Art. 28º** Para a retirada de Alvará da licença de instalação de engenhos dos Tipos I, II, III, IV, V e VI, é obrigatória a entrega de cópia da respectiva Apólice de Seguro, contra terceiros, contratada em nome da requerente.

**Art. 29º** O indeferimento de pedido da instalação de engenho publicitário será devidamente fundamentado.



# CÂMARA MUNICIPAL DE SOROCABA

ESTADO DE SÃO PAULO

§ 1º O indeferimento do pedido, não dá a requerente o direito à devolução de eventuais taxas ou emolumentos recolhidos à Municipalidade.

§ 2º O prazo para pedido de recurso de reconsideração de despacho é de 30 (trinta) dias corridos, contados a partir da data da publicação do despacho no jornal oficial - Município de Sorocaba.

§ 3º O recurso de reconsideração de despacho ou o recurso a Superior Administração, terão efeito suspensivo.

§ 4º O despacho da autoridade da última instância de recurso, ou seja, do Prefeito Municipal, bem como o decurso do prazo recursal, encerra definitivamente os procedimentos na instância administrativa.

**Art. 30º** 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 a requerente, instalar por sua conta e risco o engenho publicitário.

§ 1º A instalação prevista no **caput** deste artigo, não exige a requerente de atender as disposições desta Lei, aplicáveis ao caso, e recolher de imediato a Taxa de Fiscalização de Publicidade.

§ 2º O indeferimento do pleito após o decurso do prazo legal para decisão do Órgão Competente, se irrecorrível, assegurará a requerente que tiver instalado o engenho, o prazo de até 60 (sessenta) dias para sua total remoção, a qual deverá ocorrer as suas expensas.

§ 3º Na situação prevista no **caput** deste artigo, a requerente fica isenta das sanções previstas pela instalação do engenho publicitário sem a devida licença de instalação.

**Art. 31º** O Alvará de instalação do engenho publicitário será automaticamente cancelado nos seguintes casos:



# CÂMARA MUNICIPAL DE SOROCABA

ESTADO DE SÃO PAULO

**I** - Por solicitação da empresa exibidora, mediante requerimento;

**II** - Na data de vencimento do prazo de sua validade, caso não haja pedido de renovação com antecipação mínima de 60 (sessenta) dias;

**III** - Se forem alteradas as características do engenho;

**IV** - Quando ocorrer alteração do nome do contribuinte do Imposto Predial e Territorial Urbano – IPTU, desde que por solicitação do novo contribuinte e por motivação de alteração da titularidade do imóvel ou de seu possuidor;

**V** - Por infringência a qualquer das disposições desta Lei ou de seu decreto regulamentador, caso não sejam sanadas as irregularidades dentro dos prazos previstos;

**VI** - Pelo não atendimento a eventuais exigências dos órgãos competentes; ou

**VII** - Pela ocorrência de problemas técnicos e de segurança que coloquem em risco a integridade de pessoas ou de bens.

**Art. 32º** O órgão responsável pelo CADEP, poderá proceder a publicação eletrônica dos engenhos publicitários autorizados, no sítio eletrônico do Município para o conhecimento e acompanhamento de todos os cidadãos.

## CAPÍTULO VIII

### DAS INFRAÇÕES E PENALIDADES



# CÂMARA MUNICIPAL DE SOROCABA

ESTADO DE SÃO PAULO

**Art. 33º** Para os fins desta Lei, consideram-se infrações:

**I - Instalar engenho publicitário:**

- a) Sem o necessário Alvará de Instalação, ou protocolo de requerimento com trinta dias ou mais, sem o devido pronunciamento da Municipalidade;
- b) com dimensões diferentes das aprovadas;
- c) sem constar de forma legível e visível do logradouro público, o número do CADEP ou Alvará de Instalação;
- d) manter o engenho publicitário em mau estado de conservação;
- e) não atender à intimação do órgão competente que efetua o licenciamento, quanto à regularização ou remoção do engenho publicitário;
- f) veicular qualquer tipo de anúncio em desacordo com o disposto no artigo 8º desta Lei e ou nas demais leis municipais, estaduais e federais pertinentes; e
- g) 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, nos termos do artigo 29 desta Lei.



# CÂMARA MUNICIPAL DE SOROCABA

ESTADO DE SÃO PAULO

**Art. 34º** A inobservância das disposições do artigo 39 desta Lei sujeitará os infratores, às seguintes medidas:

I - Cancelamento do Alvará de Instalação do engenho;

II - Multa;

III - Remoção do engenho publicitário.

**§ 1º** O Município, se necessário, comunicará ao órgão federal fiscalizador do exercício profissional, qualquer irregularidade que envolva os responsáveis técnicos pelo engenho publicitário, 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 publicitário que comprovadamente apresente risco eminente de segurança;

II - 05 (cinco) dias úteis, nos demais casos.

**§ 3º** Na hipótese de o infrator não proceder à regularização ou à remoção do engenho publicitário, a Prefeitura adotará as medidas para sua retirada, cobrando os respectivos custos de seus responsáveis, independentemente das demais sanções cabíveis.

**§ 4º** A Prefeitura poderá, ainda, interditar e providenciar a remoção imediata do engenho publicitário, 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.



# CÂMARA MUNICIPAL DE SOROCABA

ESTADO DE SÃO PAULO

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

**§ 6º** A liberação de material apreendido, somente será possível após deferimento de requerimento formal do interessado acompanhado de guias devidamente quitadas referentes á multa devida acrescida das despesas de remoção e guarda.

**§ 7º** Caso o interessado não reclame o material apreendido dentro do prazo de 60 (sessenta) dias, contados da data da notificação de sua remoção, a Prefeitura poderá aliena-lo, sem prejuízo da ação fiscal competente promovida pela Procuradoria Geral do Município, para recuperar as despesas decorrentes da remoção e aplicação das demais penalidades cabíveis.

**Art. 35º** É de R\$ 5.000,00 (cinco mil reais) o valor da multa, em decorrência das infrações aos dispostos nos artigos 7º, 8º e 9º desta Lei.

**Parágrafo Único.** Persistindo a infração, após a aplicação de multa, sem que sejam respeitados os prazos estabelecidos nesta Lei, será aplicada segunda multa correspondente ao dobro do valor da primeira, e, não

havendo a efetiva regularização, a Prefeitura poderá efetuar a remoção sumária do engenho publicitário.

**Art. 36º** É de R\$ 1.000,00 (um mil reais) o valor da multa, em decorrência das demais infrações previstas nesta Lei.

**§ 1º** Persistindo a infração após a aplicação de multa, sem que sejam respeitados os prazos estabelecidos nesta Lei, será aplicada segunda multa correspondente ao dobro do valor da primeira, e, não havendo a efetiva



# CÂMARA MUNICIPAL DE SOROCABA

ESTADO DE SÃO PAULO

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\$ 3.000,00 (três mil reais).

**Art. 37º** O Município exercerá permanente fiscalização sobre as áreas e equipamentos objetos desta Lei.

## CAPÍTULO IX

### DAS DISPOSIÇÕES TRANSITÓRIAS E FINAIS

**Art. 38º** Todos os engenhos publicitários na modalidade de mídia exterior já instalado, deverão se adequar ao disposto nesta Lei, em até 90 (noventa) dias, após a sua publicação.

**§ 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. 41 e nos parágrafos 1º e 2º do art. 42 desta Lei, bem como cobrados os valores do preço público relativo à remoção e guarda do engenho.

**Art. 39º** 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.



# CÂMARA MUNICIPAL DE SOROCABA

ESTADO DE SÃO PAULO

**Art. 40º** O Município poderá celebrar convênios com outros órgãos e entidades que atuem no disciplinamento de propaganda e publicidade em especial o Sepex.sp – Sindicato das Empresas de Mídia Exterior do Estado de São Paulo e a Central de Outdoor – Seccional São Paulo Interior, visando à conjugação de esforços de apoio operacional para a fiscalização, bem como, de remoção de engenho publicitário.

**Art. 41º** O órgão competente publicará no jornal oficial - Município de Sorocaba, no prazo de até 180 (cento e oitenta) 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. 42º** A fiscalização da ordenação da instalação de Engenho Publicitário na modalidade de mídia exterior, no Município de Sorocaba, ficará a cargo da Secretaria de Planejamento e Projetos e será disciplinada por meio da regulamentação desta Lei, no prazo de até 60 (sessenta) dias, contados da data de sua publicação.

**Art. 43º** As despesas com a execução desta Lei correrão por conta das dotações orçamentárias próprias, suplementadas se necessário.

**Art. 44º** A taxa de publicidade dos engenhos Tipo I, II, III, V, VI e VII, será de R\$ 24,00 m2/ano, e do Tipo IV será de R\$ 240,00 m2/ano, proporcionalmente a data da licença ao até eventual cancelamento e remoção.

**Art. 45º** 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, inclusive do Tipo V, respeitada as diretrizes da Lei Estadual n. 8.900, de 29 de setembro de 1994, que dispõe de propaganda em painéis as margens de estradas estaduais.



# CÂMARA MUNICIPAL DE SOROCABA

ESTADO DE SÃO PAULO

**Art. 46º** Fica revogada expressamente a Lei No. 3.446, de 05 de dezembro de 1990.

**Art. 47º** As despesas com a execução da presente Lei correrão por conta de verba orçamentária própria.

**Art. 48º** Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

S/S., 11 de setembro de 2018.

**JOSÉ FRANCISCO MARTINEZ**

Vereador

## **JUSTIFICATIVA:**

**Apresentamos esse substitutivo com embasamento após diversas reuniões com o setor da classe publicitária, a qual expuseram suas visões com análises e comparações ao projeto inicial, e vindo de encontro às necessidades dos profissionais que atuam neste segmento.**

**Segue uma apresentação didática para estas mudanças e os engenhos publicitários permitidos com este substitutivo.**





# CÂMARA MUNICIPAL DE SOROCABA

ESTADO DE SÃO PAULO

<b>Estradas Estaduais Lei n. 8.900/94</b>	<b>Proibido</b>	<b>Proibido</b>	<b>Permitido</b>	<b>Proibido</b>	<b>Permitido</b>	<b>Proibido</b>	<b>Proibido</b>
-----------------------------------------------	-----------------	-----------------	------------------	-----------------	------------------	-----------------	-----------------

## ANEXO II - DISTANCIAMENTO ENTRE ENGENHOS PUBLICITÁRIOS

<b>MODELO</b>	<b>h. mín.(m)</b>	<b>h. máx.(m)</b>	<b>Área Max. (m<sup>2</sup>)</b>	<b>Quota</b>	<b>Rarefação entre Engenhos ou Conj. de Engenhos (metros)</b>
<b>Tipo I</b>	<b>3,00</b>	<b>10,00</b>	<b>18,00</b>	<b>3</b>	<b>1 face por sentido da via e por quadra</b>
<b>Tipo II ( padrão )</b>	<b>3,00</b>	<b>9,00</b>	<b>27,00 Específica</b>	<b>3</b>	<b>50,00</b>
<b>Tipo III</b>	<b>5,00</b>	<b>15,00</b>	<b>40,00</b>	<b>4</b>	<b>50,00(1)</b>
<b>Tipo IV</b>	<b>5,00</b>	<b>15,00</b>	<b>30,00</b>	<b>4</b>	<b>500,00</b>
<b>Tipo V</b>	<b>5,00</b>	<b>18,00</b>	<b>75,00</b>	<b>0</b>	<b>50,00-Urbano, e 100,00-Rural</b>
<b>Tipo VI</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>50%</b>	<b>0</b>	<b>1 face por sentido da via e por quadra</b>



# CÂMARA MUNICIPAL DE SOROCABA

ESTADO DE SÃO PAULO

<b>Tipo VII</b>	-	-	-	<b>0</b>	<b>1 face por sentido da via e por quadra</b>
-----------------	---	---	---	----------	-----------------------------------------------

A rarefação dos Tipos I, II, III, IV, V, VI e VII, será calculada entre engenhos ou conjuntos, independentemente do Tipo, conforme Inciso III do artigo 15. (Vide artigos 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21 e 22.)

## **ANEXO III**

### **QUADRILATEROS**

#### **A – Mosteiro São Bento**

Rua Cesário Mota, Praça Carlos de Campo, Rua Capitão José Dias, Rua Dr. Artur Martins e Praça Frei Baraúna.

#### **B – Escola Estadual Antônio Padilha**

Rua Professor Toledo, Rua da Penha, Rua Treze de Maio, Rua José Antônio Ferreira Prestes e Rua Cesário Mota.

**S/S., 11 de setembro de 2018.**

**JOSÉ FRANCISCO MARTINEZ**  
Vereador