



CÂMARA MUNICIPAL DE SOROCABA

ESTADO DE SÃO PAULO

SUBSTITUTIVO nº 02 AO PROJETO DE LEI nº 88/2017

(Dispõe sobre a ordenação dos elementos que compõem 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 dispõe sobre a ordenação dos elementos que compõem a paisagem urbana, visíveis a partir de logradouro público no território do Município de Sorocaba.

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 infra-estrutura, de segurança, anúncios de qualquer natureza, elementos de sinalização urbana, equipamentos de informação e comodidade pública e logradouros públicos, visíveis por qualquer observador situado 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.

§ 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, para os efeitos de aplicação desta Lei ficam estabelecidas as seguintes definições:



CÂMARA MUNICIPAL DE SOROCABA

ESTADO DE SÃO PAULO

I - anúncio: qualquer veículo de comunicação visual presente na paisagem visível do logradouro público, composto de área de exposição e estrutura, podendo ser:

a) anúncio indicativo: aquele que visa apenas identificar, no próprio local da atividade, os estabelecimentos e/ou profissionais que dele fazem uso;

b) anúncio publicitário: aquele destinado à veiculação de publicidade, instalado fora do local onde se exerce a atividade;

c) anúncio especial: aquele que possui características específicas, com finalidade cultural, eleitoral, educativa ou imobiliária.

II – 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;

III – 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;

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

V - 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;

VI - 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;

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

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



CÂMARA MUNICIPAL DE SOROCABA

ESTADO DE SÃO PAULO

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

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

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

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

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

XIV - 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;

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

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

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

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



CÂMARA MUNICIPAL DE SOROCABA

ESTADO DE SÃO PAULO

XIX - 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);

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

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

XXII – Etiqueta: placa de identificação da empresa exibidora;

XXIII - 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;

XXIV - 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;

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

XXVI – 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;

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

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



CÂMARA MUNICIPAL DE SOROCABA

ESTADO DE SÃO PAULO

Art. 5º Para os fins desta Lei, não são considerados anúncios:

I - os nomes, símbolos, entalhes, relevos ou logotipos, incorporados à fachada por meio de aberturas ou gravados nas paredes, sem aplicação ou afixação, integrantes de Projeto aprovado das edificações;

II - as denominações de prédios e condomínios;

III - os que contenham referências que indiquem lotação, capacidade e os que recomendem cautela ou indiquem perigo, desde que sem qualquer legenda, dístico ou desenho de valor publicitário;

IV - os que contenham mensagens obrigatórias por Legislação Federal, Estadual ou Municipal;

V - os que contenham mensagens indicativas de cooperação com o Poder Público Municipal, Estadual ou Federal;

VI - os que contenham mensagens indicativas de órgãos da Administração Direta ou Indireta;

VII - os que contenham indicação de monitoramento de empresas de segurança com área máxima de 0,04m² (quatro decímetros quadrados);

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

IX - os “*banners*” ou pôsteres indicativos dos eventos culturais que serão exibidos na própria edificação, para museu ou teatro, desde que não ultrapassem 10% (dez por cento) da área total de todas as fachadas; e

X - as identificações e personalização de frota em veículos que as empresas utilizam para logística e para a realização de seus serviços a identificação das empresas nos veículos automotores utilizados para a realização de seus serviços.

Capítulo II – Das Disposições Gerais dos Anúncios e Engenhos Publicitários

Art. 6º Todo anúncio que se utilizar de engenho publicitário obedecerá aos padrões estabelecidos nesta Lei e deverá observar, dentre outras, as seguintes normas:

I - oferecer condições de segurança ao público;



CÂMARA MUNICIPAL DE SOROCABA

ESTADO DE SÃO PAULO

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

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

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

V - 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;

VI - respeitar a vegetação arbórea significativa definida por normas específicas;

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 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

IX - não prejudicar a visualização de bens de valor cultural;

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

§ 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.

§ 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



CÂMARA MUNICIPAL DE SOROCABA

ESTADO DE SÃO PAULO

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.

Art. 7º É proibida a instalação de quaisquer espécies de engenhos publicitários em:

I - leitos dos rios e cursos d'água, reservatórios, áreas de preservação permanente (definidos pela Lei Federal n. 12.651/2012), lagos e represas;

II - Parques, praças e outros logradouros públicos, bancas de jornal, salvo os anúncios de cooperação entre o Poder Público e a iniciativa privada, a serem definidos em Decreto regulamentar;

III - postes de iluminação pública ou de rede de telefonia, inclusive cabines e telefones públicos, conforme autorização específica, exceção feita ao mobiliário urbano nos pontos permitidos pela Prefeitura;

IV - torres ou postes de transmissão de energia elétrica;

V – sobre dutos de gás e de abastecimento de água, hidrantes, torres d'água e outros similares;

VI - faixas ou placas acopladas à sinalização de trânsito;

VII - obras públicas de arte, tais como pontes, passarelas, viadutos e túneis, ainda que de domínio Estadual e Federal;

VIII - Estações e pátios de manobra de trens;

IX - bens de uso comum do povo a uma distância inferior a 50,00m (cinquenta metros) de obras públicas de arte, tais como túneis, passarelas, pontes e viadutos, bem como de seus respectivos acessos;

X - nas árvores de qualquer porte;

XI - Pontes, viadutos, gasodutos, aquedutos, hidrantes, torres de caixa d'água e outros similares;



CÂMARA MUNICIPAL DE SOROCABA

ESTADO DE SÃO PAULO

XII - Imóveis tombados;

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

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

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

XVI - Local que prejudique ou obstrua a visibilidade de bens tombados, mesmo que oblitere, mesmo que parcialmente, a visibilidade de bens tombados;

XVII - prejudique a edificação em que estiver instalado ou as edificações vizinhas.

Parágrafo único - 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;

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 III – Dos Anúncios Indicativos

Art. 8º Fica autorizada aos proprietários, comerciantes, industriais, prestadores de serviços, e usuários dos prédios situados no perímetro urbano do Município de Sorocaba, a instalação e colocação de anúncios indicativos e toldos nas fachadas dos respectivos imóveis, desde que tais artefatos respeitem as especificações, medidas, alturas, tamanhos e distâncias previstas em Decreto regulamentar desta Lei.

§ 1º - Os anúncios indicativos dependerão, porém, de prévio requerimento administrativo com o recolhimento da respectiva taxa, conforme



CÂMARA MUNICIPAL DE SOROCABA

ESTADO DE SÃO PAULO

Legislação tributária do Município de Sorocaba, e somente poderão ser instalados após a devida emissão de licença de instalação e funcionamento e de publicidade.

§ 2º - 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;

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.

Art. 9º. Nos imóveis edificados somente serão permitidos anúncios indicativos das atividades neles exercidas e que estejam em conformidade com as disposições estabelecidas na Lei de uso e ocupação do solo em vigor.

Parágrafo único. Não serão permitidas, nos imóveis edificados ou não, a colocação de “banners”, faixas ou qualquer outro elemento, dentro ou fora do lote, visando chamar a atenção da população para ofertas, produtos ou informações que não aquelas estabelecidas nesta Lei.

Art. 10. Em imóveis com recuo frontal será permitida a instalação de anúncio indicativo paralelo ou perpendicular ao seu alinhamento.

Art. 11. Os proprietários, locatários e usuários de imóveis deverão manter os anúncios ou qualquer forma de publicidade, e assim os toldos instalados nas fachadas em adequadas condições de segurança, limpeza e estética.



CÂMARA MUNICIPAL DE SOROCABA

ESTADO DE SÃO PAULO

Art. 12. Nos imóveis de esquina será permitida a instalação e colocação de anúncio indicativo em cada uma de suas testadas, observados os limites e medidas previstas no Decreto regulamentar desta Lei.

Art. 13. Ficam os proprietários, locatários e usuários de imóveis situados no perímetro urbano do Município de Sorocaba, obrigados a manter as fachadas, pilares e portas frontais de seus edifícios sem toldos, letreiros, anúncios, produtos e mercadorias, placas ou qualquer outro meio visual que:

I - obstrua, de qualquer forma, o aspecto visual das fachadas de referidos edifícios, impedindo a visualização das obras arquitetônicas, históricas, culturais, artísticas, turísticas e paisagísticas locais; e

II - impeça o livre trânsito de veículos e equipamentos destinados à manutenção da segurança local, principalmente em caso de sinistros.

Capítulo IV - Dos Anúncios Publicitários

Art. 14. A instalação de equipamentos para anúncios publicitários somente será autorizada a pessoas jurídicas ou a empresários individuais que explorem o ramo de atividade publicitária, que assim tenham indicado em seu objeto social ou em seu Código Nacional de Atividades Econômicas – CNAE, e dependerá de prévio requerimento administrativo com o recolhimento da respectiva taxa, conforme Legislação tributária do Município de Sorocaba.

§ 1º Desde que mantidas as adequações com esta Lei e respectivo Decreto regulamentar, a concessão de autorização para instalação de anúncios publicitários terá vigência pelo prazo de 12 (doze) meses, podendo ser renovado mediante requerimento administrativo a ser protocolado no período entre 1 a 20 de Dezembro do exercício anterior.

§ 2º Para efeito da limitação prevista nesta Lei, a concessão de renovação da autorização prevista no parágrafo anterior, desde que protocolado no período previsto, terá preferência sobre outros requerimentos de concessão de autorização para instalação de equipamentos para publicidade.

§ 3º Será necessário requerimento administrativo para renovação da concessão ainda que não sejam alteradas as características dos equipamentos para anúncios publicitários.

§ 4º Após o decurso do prazo de 12 (doze) meses, e não havendo requerimento administrativo de renovação, a concessão de autorização para instalação



CÂMARA MUNICIPAL DE SOROCABA

ESTADO DE SÃO PAULO

de equipamentos para anúncios publicitários será extinta independentemente de intimação, ficando o requerente responsável pela imediata retirada de todo o equipamento com a respectiva estrutura.

§ 5º As alterações nas características, dimensão, ou estrutura dos equipamentos para anúncios publicitários durante o prazo de vigência da autorização concedida somente serão permitidas mediante prévio e específico requerimento administrativo.

Capítulo V – Dos Anúncios Especiais

Art. 15. Para os efeitos desta Lei, os anúncios especiais são classificados em:

I - de finalidade cultural: quando for integrante de programa cultural, de plano de embelezamento da cidade ou alusivo a data de valor histórico, não podendo sua veiculação ser superior a 30 (trinta) dias, conforme Decreto específico do Executivo, que definirá o Projeto urbanístico próprio;

II - de finalidade educativa, informativa ou de orientação social, religiosa, de programas políticos ou ideológicos, em caso de plebiscitos ou referendos populares;

III - de finalidade eleitoral: quando destinado à propaganda de partidos políticos ou de seus candidatos, na forma prevista na Legislação Federal Eleitoral; e

IV - de finalidade imobiliária, quando for destinado à informação do público para aluguel ou venda de imóvel, não podendo sua área ultrapassar 1,00m² (um metro quadrado).

Parágrafo único. Os anúncios especiais de finalidade imobiliária deverão estar contidos dentro do lote ou afixados na fachada do imóvel.

Art. 16. A instalação de anúncios especiais independem de prévia autorização ou licença, ficando, porém, sujeita às medidas, restrições e condições previstas nesta Lei e respectivo Decreto regulamentar, cuja infração implicará incidência de sanção administrativa.



CÂMARA MUNICIPAL DE SOROCABA

ESTADO DE SÃO PAULO

Capítulo VI – Do Anúncio Publicitário no Mobiliário Urbano

Art. 17. A veiculação de anúncios publicitários no mobiliário urbano será feita nos termos estabelecidos em Lei específica, de iniciativa do Executivo.

Capítulo V – Dos tipos de engenho publicitário

Art. 18. Para fins desta Lei, o engenho publicitário fica classificado em:

I - Tipo I: engenho publicitário com área máxima de exibição de 18,00 m² (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 m² (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 m² (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 40,00m² (quarenta metros quadrados) e área mínima de 24 m², com altura máxima (h. máx.) de 18,00 m (dezoito metros), incluindo sua estrutura de sustentação;

V - Tipo V: engenho publicitário com área máxima de exibição de 75,00 m² (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 com imagem dinâmicas moderadas;

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

§ 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.



CÂMARA MUNICIPAL DE SOROCABA

ESTADO DE SÃO PAULO

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

Art. 19. 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

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

Art. 20. O engenho publicitário do Tipo I (até 18,00 m²) 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;

Art. 21. O engenho publicitário do Tipo II (27,00 m²) 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 100,00m (trezentos metros) entre engenhos ou conjunto de engenhos de mesma face por sentido da via, instalados no imóvel.



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 - É vedada a utilização de estrutura de madeira.

V - É vedada a veiculação de anuncio em papel, quando este for composto por iluminação.

Art. 22. O engenho publicitário do Tipo III (até 48,00 m²) deverá ainda atender os seguintes parâmetros:

I - é vedada a utilização de estrutura de madeira, exceto nas margens de rodovias;

II - 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. 23. 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 100,00 m (cem metros);

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).

Art. 24. O engenho publicitário do Tipo V (até 75,00 m²) deverá ainda atender aos seguintes parâmetros:

I - Rarefação entre engenhos publicitários do mesmo tipo e mesma face, é de no mínimo 100,00 m (cem metros);

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. 25. O engenho publicitário do Tipo VI (empena) deverá ainda atender os seguintes parâmetros:



CÂMARA MUNICIPAL DE SOROCABA

ESTADO DE SÃO PAULO

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;

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. 26. 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;



CÂMARA MUNICIPAL DE SOROCABA

ESTADO DE SÃO PAULO

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

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.

Capítulo VI - Do alvará de instalação do engenho publicitário

Art. 27. 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;

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. 28. 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.



CÂMARA MUNICIPAL DE SOROCABA

ESTADO DE SÃO PAULO

Art. 29. 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. 30. 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. 31. O indeferimento de pedido da instalação de engenho publicitário será devidamente fundamentado.

§ 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. 32. 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 exime 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 irrecurável, 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.



CÂMARA MUNICIPAL DE SOROCABA

ESTADO DE SÃO PAULO

Art. 33. O Alvará de instalação do engenho publicitário será automaticamente cancelado nos seguintes casos:

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.

Capítulo VII – Das Licenças e do Procedimento Administrativo

Art. 34. A concessão de licenças para instalação de anúncios indicativos e de anúncios publicitários, ou requerimento de alterações ou de renovações, a atuação fiscal e a aplicação de sanções administrativas, obedecerão a procedimento administrativo municipal específico, cujas instâncias administrativas, competências, formas, prazos, e recursos, obedecerão às normas previstas nesta Lei e respectivo Decreto regulamentar.

Parágrafo único. O licenciamento do anúncio indicativo e do anúncio de publicidade, bem como requerimento de alteração de características ou renovação, poderá ser promovido por meio eletrônico, conforme regulamentação específica.

Art. 35. Todas as decisões que implicarem indeferimento de requerimentos administrativos deverão ser expressamente fundamentadas.



CÂMARA MUNICIPAL DE SOROCABA

ESTADO DE SÃO PAULO

Parágrafo único. O indeferimento de requerimento administrativo não dá ao requerente o direito à devolução de eventuais taxas ou emolumentos pagos.

Capítulo VIII - Das Sanções Administrativas

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

I - Sem o necessário Alvará de Instalação, ou protocolo de requerimento com trinta dias ou mais, sem o devido pronunciamento da Municipalidade;

II - Com dimensões diferentes das aprovadas;

III - Sem constar de forma legível e visível do logradouro público, o número do CADEP ou Alvará de Instalação;

IV - Manter o engenho publicitário em mau estado de conservação;

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

VI - 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

VII - Praticar qualquer outra violação às normas previstas nesta Lei.

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

I – notificação para que seja efetuada a remoção do anúncio dentro do prazo determinado;

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

III – multa de no mínimo 200 (duzentas) UFESP - Unidade Fiscal do Estado de São Paulo;

IV - cancelamento da licença do anúncio; e

V – interdição e remoção integral do anúncio.



CÂMARA MUNICIPAL DE SOROCABA

ESTADO DE SÃO PAULO

Art. 38. O responsável que infringir as disposições desta Lei e respectivo Decreto regulamentar, ou que, em especial, não possua a respectiva autorização administrativa, será advertido mediante notificação administrativa, em que lhe será concedido prazo de até 30 (trinta) dias para que providencie a respectiva regularização, sob pena, de incidência de multa administrativa.

§ 1º Mediante requerimento administrativo devidamente fundamentado, protocolado tempestivamente pelo interessado na Prefeitura do Município de Sorocaba, o Chefe da Fiscalização poderá prorrogar por igual período o prazo previsto neste artigo.

§ 2º Exaurido o prazo concedido sem que seja realizada a regularização, a Autoridade Fiscal deverá lavrar Auto de Infração Administrativa, e aplicar a respectiva multa mediante notificação.

§ 3º Em caso de reincidência, ou decorridos mais de 30 (trinta) dias da notificação de multa sem que o responsável providencie as adequações, a Autoridade Fiscal deverá lavrar novo Auto de Infração Administrativa, aplicando mediante notificação, neste caso, a multa cominada em dobro.

§ 4º A lavratura de Auto de Infração Administrativa com a incidência de multa em dobro, na hipótese do § 3º, deste artigo, acarretará automaticamente o cancelamento da respectiva licença ou autorização.

Art. 39. A penalidade administrativa consistente em multa deverá ser graduada mediante Decreto regulamentar, ficando, em qualquer caso, limitada a até 500 (quinhentas) Unidades Fiscais do Estado de São Paulo - UFESP's.

Parágrafo único. A incidência de multa em dobro, conforme § 3º do artigo anterior, cuja graduação também será estabelecida em Decreto regulamentar, ficará limitada em até 1.000 (mil) Unidades Fiscais do Estado de São Paulo - UFESP's.

Art. 40. Após a lavratura de Auto de Infração cominando multa em dobro, havendo nova reincidência ou a manutenção da infração a esta Lei ou respectivo Decreto regulamentar, o responsável será notificado para que remova integralmente o anúncio, com respectivos acessórios, estrutura e suporte, no prazo de 15 (quinze) dias.

§ 1º Passado o prazo de 15 (quinze) dias sem que o responsável realize a remoção determinada, o Poder Público Municipal providenciará a sua retirada



CÂMARA MUNICIPAL DE SOROCABA

ESTADO DE SÃO PAULO

imediate, cobrando os respectivos custos de seus responsáveis, sem prejuízo da aplicação de multas e demais sanções cabíveis.

§ 2º Após a remoção, o Poder Público Municipal poderá destruir, descartar, ou dar ao anúncio e respectivos acessórios, estrutura e suporte, outra destinação de interesse público, independentemente de nova notificação ao responsável.

§ 3º Eventual destruição, descarte ou outra destinação de interesse público do anúncio, com respectivos acessórios, estrutura e suporte, não acarretará aos interessados nenhum direito a ressarcimento ou indenização.

Art. 41. No caso de anúncios de quaisquer espécies situados em bens públicos municipais, o responsável será notificado para que o retire ou remova integralmente, com respectivos acessórios, estrutura e suporte, no prazo máximo de 10 (dez) dias.

§ 1º Não sendo possível a notificação do interessado por não ser identificado ou localizado, ou, sendo notificado, for exaurido prazo de 10 (dez) dias sem que seja realizada a remoção, o Poder Público Municipal providenciará a sua retirada imediata.

§ 2º Sendo possível a identificação dos responsáveis, o Poder Público Municipal cobrará os respectivos custos de remoção, sem prejuízo da aplicação de multas e demais sanções cabíveis.

§ 3º Após a remoção, o Poder Público Municipal poderá destruir, descartar ou dar ao anúncio e respectivos acessórios, estrutura e suporte, outra destinação de interesse público, independentemente de nova notificação ao responsável.

§ 4º Eventual destruição, descarte ou outra destinação de interesse público do anúncio, com respectivos acessórios, estrutura e suporte, não acarretará aos interessados nenhum direito a ressarcimento ou indenização.

Art. 42. Em caso de risco iminente, o Poder Público Municipal poderá interditar e providenciar imediatamente a remoção do anúncio, ainda que esteja instalado em imóvel privado, cobrando os respectivos custos de seus responsáveis, sem prejuízo da aplicação de multas e demais sanções cabíveis.

§ 1º O Poder Público Municipal não responderá por quaisquer danos causados ao anúncio quando de sua remoção.



CÂMARA MUNICIPAL DE SOROCABA

ESTADO DE SÃO PAULO

§ 2º Após a remoção, o responsável será notificado para que retire de depósito da Administração Pública Municipal, no prazo de até 5 (cinco) dias, o anúncio, com respectivos acessórios, estrutura e suporte, informando-lhe local e horário de atendimento.

§ 3º Ultrapassado o prazo de 5 (cinco) dias, o Poder Público Municipal poderá destruir, descartar ou dar outra destinação de interesse público do anúncio, com respectivos acessórios, estrutura e suporte, independentemente de nova notificação ao responsável.

§ 4º Eventual destruição, descarte ou outra destinação de interesse público do anúncio, com respectivos acessórios, estrutura e suporte do anúncio, não acarretará aos interessados nenhum direito a ressarcimento ou indenização.

Capítulo IX – Das Responsabilidades

Art. 43. Serão solidariamente responsáveis pelas obrigações e deveres estabelecidos nesta Lei e respectivo Decreto regulamentador, bem como pelo pagamento das respectivas multas administrativas e custos:

I - os proprietários, locatários e possuidores dos imóveis em que instalados os anúncios;

II – os requerentes das licenças e autorizações administrativas para instalação dos anúncios;

III – a empresa instaladora, a exibidora ou veiculadora (quem colou, aplicou ou veiculou) e o anunciante; ou; e

IV - os beneficiários dos anúncios.

Capítulo X – Das Disposições Finais e Transitórias

Art. 44. Os cidadãos e quaisquer interessados poderão informar ou denunciar à Prefeitura Municipal de Sorocaba as irregularidades e inadequações às normas previstas nesta Lei.

Art. 45. Competirá à Secretaria da Fazenda - SEFAZ, a aplicação e a fiscalização das normas desta Lei e de seu respectivo Decreto regulamentar.

Parágrafo único. A Secretaria de Fazenda – SEFAZ poderá celebrar convênios ou parcerias com outros órgãos públicos, como a Guarda Civil, URBES, ou



CÂMARA MUNICIPAL DE SOROCABA

ESTADO DE SÃO PAULO

Polícia Militar do Estado de São Paulo, para desempenhar adequadamente a atividade de fiscalização e remoção de equipamentos de publicidade.

Art. 46. Os anúncios, e quaisquer formas de publicidade, deverão ser adequados às normas previstas nesta Lei e no seu Regulamento no prazo de até 24 (vinte e quatro) meses, contados da publicação desta Lei.

Art. 47. A taxa de publicidade dos engenhos Tipo I, II, III, V, VI e VII, será definida por Decreto.

Art. 48. Ficam expressamente revogado o art.113 da Lei de n. 10.060 de 03 de maio de 2012; e Lei n. 3.446 de 05 de Dezembro 1990.

Art. 49. As despesas com a execução desta Lei correrão por conta de verbas orçamentárias próprias.

Art. 50. Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

HUDSON PESSINI

Vereador

PÉRICLES REGIS MENDONÇA DE LIMA

Vereador

ANSELMO ROLIM NETO

Vereador



CÂMARA MUNICIPAL DE SOROCABA

ESTADO DE SÃO PAULO

ANEXO I - LOCALIZAÇÃO DOS ENGENHOS PUBLICITÁRIOS

Local	Tipo I Área Máx. 18,00 m ²	Tipo II Área Específica de. 27,00 m ²	Tipo III Área Máx. 40,00 m ²	Tipo IV Área Máx. 30,00 m ²	Tipo V Área Máx. 75,00 m ²	Tipo VI Área Máx.	Tipo VII Coberturas
Quadrilátero formado pelas vias : – R. Cesário Mota, Prç. Carlos de Campo, R. Capitão José Dias, R. Dr. Artur Martins, e Prç. Frei Barauna. – R. Prof. Toledo, R. da Penha, R. Treze de Maio, R. José Antonio Ferreira Prestes e R. Cesário Mota.	Proibido	Proibido	Proibido	Proibido	Proibido	Proibido	Proibido
Entorno do Paço Municipal, no raio de 200,00 metros	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	Permitido Conforme Anexo II	Permitido Conforme e Anexo II	Permitido Conforme Anexo II
Estradas Estaduais Lei n. 8.900/94	Proibido	Proibido	Permitido	Proibido	Permitido	Proibido	Proibido



CÂMARA MUNICIPAL DE SOROCABA

ESTADO DE SÃO PAULO

ANEXO II - DISTANCIAMENTO ENTRE ENGENHOS PUBLICITÁRIOS

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