



# Câmara Municipal da Estância Balneária de Praia Grande

## Estado de São Paulo

SENHOR PRESIDENTE;  
SENHORES VEREADORES:

### REQUERIMENTO N.º

34/15

Em 13/12/2012 foi aprovada nesta Casa a Lei Complementar Municipal n.º 636, com o objetivo de organizar a paisagem urbana, disciplinar o uso da publicidade e trazer maior harmonia no aspecto visual de Praia Grande.

Referida legislação combatia a poluição visual com bastante rigor, mas em 24/10/2013 a Lei foi flexibilizada com a aprovação da Lei Complementar n.º 659.

Naquela oportunidade houve aprovação de emenda parlamentar que tornou ainda mais flexível o ordenamento municipal com relação ao ordenamento do uso de fachadas para publicidades.

Todavia, mesmo assim, a legislação mencionada está sendo alvo de diversas manifestações pacíficas, assim como está sendo objeto de diversos trabalhos legislativos, apresentando como solução a sua revogação.

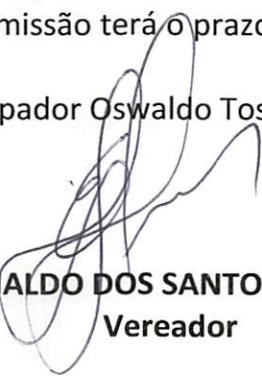
Dessa questão resulta claro que o interesse público de combater a poluição visual está impactando com a iniciativa privada, que possui também um legítimo interesse em defender o emprego e a geração de renda para Praia Grande.

Considero que a revogação pura e simples da referida lei gera desordem urbana, e a ausência total de limitações não é o caminho para resolvemos esse impasse.

Visando atender aos legítimos reclamos dos cidadãos e também para defender o interesse público envolvido no tema, **REQUEIRO** à Mesa, em caráter de urgência, após ouvido o Colendo Plenário, seja formada **COMISSÃO ESPECIAL DE VEREADORES** com o objetivo de analisar, estudar, sugerir e apresentar propostas para melhoria da legislação que trata do ordenamento da paisagem urbana neste Município.

Referida Comissão terá o prazo de 30 dias para apresentação de relatório final.

Sala Emancipador Oswaldo Toschi, 19 de fevereiro de 2015.

  
**EDNALDO DOS SANTOS PASSOS**  
Vereador

03.ª Sessão Data 19/02/15  
Encaminhamento Aprovado a  
Urgência com dois  
votos contrários  
Presidente

05.ª Sessão Data 19/02/15  
Encaminhamento APROVADO  
Em 1º DISCUSSÃO, Digo  
UNICA  
Presidente



*Câmara Municipal da Estância Balneária de Praia Grande*  
Estado de São Paulo

**Adendos ao Requerimento 34/2015 do Nobre Vereador Ednaldo dos Santos Passos**

Adendo da Sra. Vereadora Janaina Ballaris

\* Solicita que a Comissão seja composta por 9 Membros.

Adendo da Sra. Vereadora Janaina Ballaris

\* Solicita pluralidade de Partidos na constituição da Comissão.

Adendo da Sra. Vereadora Janaina Ballaris

\* Solicita que tão logo se constitua a Comissão, sejam ouvidos comerciantes e interessados.

Adendo do Sr. Vereador Carlos Eduardo Barbosa

\* Solicita envio de ofício ao Sr. Prefeito no sentido de que seja suspensa a aplicação da Lei vigente, enquanto não for concluído o Relatório da Comissão; e o cancelamento das multas.

Adendo do Sr. Vereador Carlos Eduardo Gonçalves Karan

\* Solicita seja incluído no ofício a ser encaminhado ao Sr. Prefeito, pedido de suspensão imediata da retirada da publicidade.



*Câmara Municipal da Estância Balneária de Praia Grande  
Estado de São Paulo*

**FOLHA DE INFORMAÇÃO**

**PROCESSO N° 008/15**

Sr. Presidente,

Abro o presente processo, composto de 02 fls., referentes a(o)

**REQUERIMENTO N° 34/15** e uma folha de informação.

Praia Grande, 20 de fevereiro de 2015.

**Fabiano Cardoso Vinciguerra**  
Operador Técnico

Sr. Presidente,

Após a aprovação do Requerimento, encaminho o presente Processo a fim de que Vossa Excelência indique os Senhores Vereadores, que irão compor, juntamente o Vereador EDNALDO DOS SANTOS PASSOS, a Comissão Especial de Vereadores.

Praia Grande, 20 de fevereiro de 2015.

**Manoel Roberto do Carmo**  
Diretor Legislativo



*Câmara Municipal da Estância Balneária de Praia Grande  
Estado de São Paulo*

**PROCESSO Nº 008/15**

Nomeio para compor a Comissão Especial, juntamente com o Vereador EDNALDO DOS SANTOS PASSOS - Sdd, os seguintes Vereadores:

1. Antonio Carlos Rezende - PSDB;
2. Dr. Antonio Eduardo Serrano - Pros;
3. Dr. Benedito Ronaldo Cesar - PMDB;
4. Carlos Eduardo Barbosa - PTB;
5. Carlos Eduardo Gonçalves Karan - PDT;
6. Eduardo Pádua Soares Jardim - PPS;
7. Euvaldo Reis dos Santos Menezes - PTN;
8. Francisco Rodrigues Bonito Neto - PMDB;
9. Dra. Janaina Ballaris - PT;
10. Marcelino Santos Gomes - PPS;
11. Marco Antonio de Sousa - PMN;
12. Paulo Emílio de Oliveira - PRB;
13. Rômulo Brasil Rebouças - PRTB;
14. Sérgio Luiz Schiano de Souza – PSB;
15. Tatiana Toschi Mendes - PSD.

Praia Grande, 23 de fevereiro de 2015.

  
**Roberto de Andrade e Silva**  
Presidente

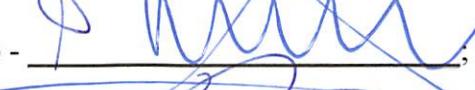


*Câmara Municipal da Estância Balneária de Praia Grande*  
*Estado de São Paulo*

Cientes da nomeação.

Praia Grande, 23 de fevereiro de 2014.

01. Antonio Carlos Rezende - ;

02. Dr. Antonio Eduardo Serrano - ;

03. Dr. Benedito Ronaldo Cesar - ;

04. Carlos Eduardo Barbosa - ;

05. Carlos Eduardo Gonçalves Karan - ;

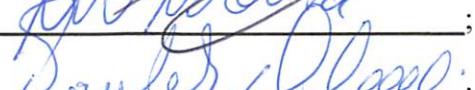
06. Eduardo Pádua Soares Jardim - ;

07. Euvaldo Reis dos Santos Menezes - ;

08. Francisco Rodrigues Bonito Neto - ;

09. Dra. Janaina Ballaris - ;

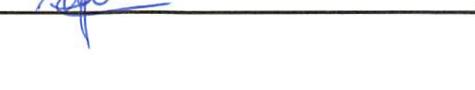
10. Marcelino Santos Gomes - ;

11. Marco Antonio de Sousa - ;

12. Paulo Emílio de Oliveira - ;

13. Rômulo Brasil Rebouças - ;

14. Sérgio Luiz Schiano de Souza - ;

15. Tatiana Toschi Mendes - .



*Câmara Municipal da Estância Balneária de Praia Grande  
Estado de São Paulo*

**ATA DE INSTALAÇÃO DA COMISSÃO ESPECIAL DE VEREADORES.  
PROCESSO LEGISLATIVO Nº 008/2015.**

Às quinze horas do dia vinte e três de fevereiro do ano de dois mil e quinze, na Sala de Reuniões Vereador Cezario Reis Lima, localizada na sede da Câmara Municipal, presentes o Presidente Ednaldo dos Santos Passos, o Relator Marcelino dos Santos Gomes e os demais membros da Comissão Especial de Vereadores, as seguir descritos:

Vereadores Antonio Carlos Rezende – PSDB, Dr. Antonio Eduardo Serrano – Pros, Dr. Benedito Ronaldo Cesar – PMDB, Carlos Eduardo Barbosa – PTB, Carlos Eduardo Gonçalves Karan – PDT, Eduardo Pádua Soares Jardim – PPS, Euvaldo Reis dos Santos Menezes – PTN, Francisco Rodrigues Bonito Neto – PMDB, Dra. Janaina Ballaris – PT, Marcelino Santos Gomes – PPS, Marco Antonio de Sousa – PMN, Paulo Emílio de Oliveira – PRB, Rômulo Brasil Rebouças – PRTB, Sérgio Luiz Schiano de Souza – PSB e Tatiana Toschi Mendes - PSD.

Presentes à reunião também o Presidente da Câmara, Vereador Roberto Andrade e Silva, foi instalada a presente Comissão Especial de Vereadores, para o fim de analisar, estudar, sugerir e apresentar propostas para melhoria da legislação que trata do ordenamento da paisagem urbana neste Município.

Considerando o prazo de 30 (trinta) dias para elaboração do relatório, que findar-se-á no dia 24/03/2015, a CEV deliberou agendar a próxima reunião já para o próximo dia 02/03/2015.

Eu, \_\_\_\_\_ - Fabiano Cardoso Vinciguerra, Operador Técnico, digitei a presente Ata que vai assinada pelos seus membros.

Ednaldo dos Santos Passos  
Presidente

Marcelino dos Santos Gomes  
Relator



*Câmara Municipal da Estância Balneária de Praia Grande*  
*Estado de São Paulo*

Membros:

Antonio Carlos Rezende

Dr. Antonio Eduardo Serrano

Dr. Benedito Ronaldo Cesar

Carlos Eduardo Barbosa

Carlos Eduardo Gonçalves Karan

Eduardo de Pádua Soares Jardim

Euvaldo Reis dos Santos Menezes

Francisco Rodrigues Bonito Neto

Dra. Janaina Ballaris

Marco Antonio de Sousa

Paulo Emílio de Oliveira

Rômulo Brasil Rebouças

Sérgio Luiz Schianó de Souza

Tatiana Toschi Mendes



*Câmara Municipal da Estância Balneária de Praia Grande  
Estado de São Paulo*

Ilmo. Senhor  
**EDNALDO DOS SANTOS PASSOS**  
MD. Presidente da CEV Processo 008/15  
**PRAIA GRANDE/SP**

**OFÍCIO GABINETE**

Ref: Solicita cumprimento de Adendo aprovado em Plenário

Senhor Presidente:

Com nossos cordiais cumprimentos, servimo-nos do presente para comunicar que foi apresentado adendo por este Vereador no sentido de que as reuniões da CEV tivessem participação de 3 (três) representantes da Comércio, 3 (três) do setor imobiliário e 3 (três) do setor publicitário.

Todavia, não há no referido processo o cumprimento deste adendo, já que designada reunião sem a determinação de expedição de ofícios aos setores apontados. Trata-se de adendo aprovado em Plenário, motivo pelo qual solicito efetivo cumprimento, sob pena de nulidade do competente processo.

Valho-me do ensejo para reiterar à Vossa Excelência, meus protestos de considerada estima e distinto apreço.

Atenciosamente,

**EUVALDO REIS DOS SANTOS MENEZES**  
Vereador



# Câmara Municipal da Estância Balneária de Praia Grande

## Estado de São Paulo

**SENHOR PRESIDENTE:**

Trata-se de ofício subscrito pelo Vereador Euvaldo Reis dos Santos Menezes, informando o descumprimento, por parte da Câmara, de um “adendo” apresentado por ele ao Requerimento aprovado em Plenário.

Primeiramente, o Vereador não informa a qual dos 02 itens da Ordem do Dia da 3.º Sessão Ordinária o mesmo se refere.

É que foram discutidos e votados 02 Requerimentos com objetos semelhantes, mas o primeiro foi Rejeitado e o segundo, Aprovado.

No primeiro – Requerimento n.º 025/15, de autoria do Nobre Vereador Euvaldo Reis dos Santos Menezes, houve sim a inclusão de um “adendo” para que 03 membros da sociedade civil participassem da CEV (Vide o horário de 01hs11min do vídeo anexo).

Este adendo foi proposto pelo próprio Vereador autor da propositura, porém, o Requerimento foi REJEITADO pelo Plenário, prejudicando seu cumprimento (01hs17min do vídeo anexo).

Já no segundo item da Ordem do Dia - Requerimento n.º 34/15, de autoria do Nobre Vereador Ednaldo dos Santos Passos nenhum adendo solicitando integrantes da sociedade civil foi incluído na propositura.

Nesta discussão, o Vereador Euvaldo Reis dos Santos Menezes apresentou novamente o seu “adendo”, mas foi advertido por mais de 03 vezes, pela Presidência, de que Comissões Especiais de Vereadores só podem ser integradas por VEREADORES (01hs23min do vídeo anexado).

Referida advertência foi realizada e repetida, e de forma expressa, deixou claro ao Vereador e aos demais membros do Legislativo, que apesar de o Plenário ser soberano, o Requerimento deve subordinar-se às regras regimentais.

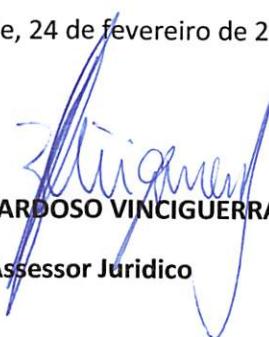
Tanto é verdade, que o próprio Vereador Euvaldo concordou com esta admoestaçao, e substituiu seu “adendo” pela exigência de que a CEV então convidasse os interessados (empresários e integrantes da associação comercial e do setor imobiliário) a participarem das reuniões.

No vídeo anexado, exatamente às 01hs23min houve esta reconsideração do Vereador solicitante quanto à impossibilidade deste adendo, portanto.

Do exposto, resulta de clareza solar, que a Edilidade obedeceu criteriosamente o seu Regimento Interno, e que nenhum “adendo” autorizando a formação de CEV com integrantes estranhos aos membros do Poder Legislativo foi aprovado pelo Plenário.

É o parecer.

Praia Grande, 24 de fevereiro de 2015.

  
FÁBIO CARDOSO VINCIGUERRA

Assessor Jurídico



*Câmara Municipal da Estância Balneária de Praia Grande*  
Estado de São Paulo

**DIRETORIA LEGISLATIVA:**

Dê-se ciência do mesmo ao Vereador solicitante e ao Presidente da CEV.

Praia Grande, 24 de fevereiro de 2015.

  
**ROBERTO ANDRADE E SILVA**  
**Presidente**

**CIENTES:**



# LEI DA PROPAGANDA

## Comerciantes obtém vitória na Câmara

Sob pressão, vereadores aprovam CEV para discutir nova proposta para Lei Cidade Limpa do prefeito Mourão

Divulgação



**PROTESTO** - Comerciantes realizaram manifestação durante a sessão de quinta-feira

**Carlos Ratton**

Não adiantou a Administração impedir a circulação do carro de som e enviar reforço policial para coibir manifestação. Na noite de quinta-feira, os comerciantes de Praia Grande venceram a primeira batalha contra a Prefeitura e, impondo forte pressão popular, praticamente obrigaram os vereadores a aprovar um requerimento, em caráter de urgência e por unanimidade, criando uma Comissão Especial de Vereadores (CEV) para apresentar melhorias na lei que impõe critérios à propaganda na Cidade, conhecida como Cidade Limpa.

O requerimento foi de autoria do vereador Ednaldo dos Santos Passos (Solidariedade) e substituiu o do vereador Euvaldo Reis dos Santos Meñezes, o Vitrolinha (PTN), que previa 120 dias para uma nova proposta. A CEV será formada por nove vereadores (maioria) e terá 30 dias, a contar de hoje (até 20 de março próximo), para encaminhar uma nova proposta ao prefeito Alber-

to Mourão (PSDB). Os nomes serão revelados na próxima segunda-feira (23).

Sob vaia e aplausos, os vereadores decidiram ainda agendar uma reunião entre os vereadores e os comerciantes para analisar e estudar a nova lei; encaminhar ofícios à Prefeitura pedindo a suspensão das cerca de duas mil notificações e da retirada obrigatória das propagandas contrárias à legislação atual.

A CEV também deverá ouvir empresários do setor imobiliário e os publicitários do Município acerca do tema, para sugerir alterações na norma, que atualmente impõe multa de R\$ 1 mil por cada anúncio irregular à padronização e regulamentação, podendo dobrar em caso de reincidência.

### PRAZO

**A CEV será formada por nove vereadores e terá 30 dias para encaminhar nova proposta ao prefeito**

A lei foi alterada em 24 de outubro de 2013, pela Lei Complementar nº 659/2013, sem participação popular, segundo informou ontem a maioria dos cerca de 300 comerciantes presentes nas galerias da Câmara. Eles não querem mais a intermediação da Associação Comercial e Empresarial de Praia Grande.

### Segurança

A Prefeitura já havia defendido que a lei tem o objetivo de diminuir a poluição visual no Município, regulamentando e padronizando três tipos de publicidade: os anúncios indicativos (aquele que é colocado no próprio local onde a atividade é exercida), o publicitário (aquele colocado em local estranho daquele onde a atividade é exercida) e o especial (aquele que possui características específicas, com finalidade cultural, eleitoral, educativa ou imobiliária). Visam ainda cuidados com a manutenção de equipamentos publicitários e de propaganda, de forma que evitem acidentes, organizem a cidade e coibam excessos.

# Lei Cidade Limpa em PG é adiada

EDUARDO BRANDÃO

DA SUCURSAL

A presidente dos comerciantes de Praia Grande surtiu efeito. A Câmara criou uma Comissão Especial de Vereadores (CEV) para debater as regras que ordenam os elementos da paisagem urbana. Chamada de Lei Cidade Limpa, a proposta tem diretrizes apontadas pelos empresários como prejudiciais ao setor.

O colegiado terá 30 dias para apresentar um relatório final com as sugestões apontadas pela categoria para depois encaminhá-lo ao Executivo. Conforme o requerimento aprovado por unanimidade e em caráter de urgência, na noi-

## Pontos

**Os comerciantes queixam-se de, ao menos, quatro pontos da nova regra: avanço sobre as calçadas (de até 15 centímetros), banimento de carros adesivados, redução para até 50% da área de fachada para fixação de placas e proibição de banners dentro do comércio visível nas ruas. A Prefeitura sustenta que as regras visam “diminuir a**

**poluição visual no Município prezando, principalmente, pela segurança da população”. Sustenta que a norma padroniza três tipos de publicidade: os anúncios indicativos (no palco da atividade); publicitário (colocado em local estranho do comércio) e o especial (com finalidade cultural, eleitoral, educativa ou imobiliária).**

te de quinta-feira, a CEV será pluripartidária.

De autoria do vereador Edinaldo Santos Passos, o Recô (SD), o grupo irá propor possíveis ajustes à regra (leis nº 636/12 e 659/13). “O interesse público em combater a poluição visual impacta com a iniciativa privada, possuidora de legítima defesa do emprego e da geração de renda para a Cida-

de”, pondera o parlamentar, que também é comerciante.

### AS REGRAS

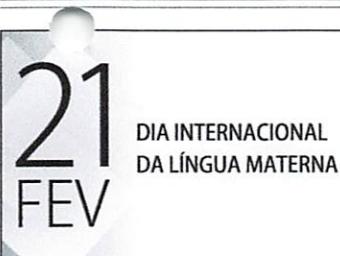
Sancionado em 2012, o regramento estabelece limites para anúncios publicitários, com critérios de medidas, uso de toldos e totens, panfletagem e fachadas dos estabelecimentos na Cidade. Inspirada no modelo adotado na Capital, coíbe a

poluição visual, sob multas no valor de até R\$ 1 mil.

Segundo a Prefeitura, já foram emitidas 1.900 notificações quanto às normas, sem a aplicação de penas com o montante fixado pela regra.

Desde que foi colocada em prática, a lei recebeu críticas de comerciantes. Razão pela qual o texto retornou ao Legislativo. Apesar disso, a categoria sustenta que em novembro teve início a fiscalização dos estabelecimentos. “(A regra) Trata-se de uma ditadura publicitária”, afirma o empresário João Paulo Alves.

Um dos líderes do grupo que reúne 600 donos de estabelecimentos, ele teme retração do mercado com a adoção da medida. “A Cidade não vive de agronegócio nem da atividade industrial. Se há uma lei que proíbe o comerciante de promover seu comércio ou seu produto, resultará na redução das vendas; via de regra, aumento do desemprego. Um efeito dominó negativo”, resume.



Divulgação PMPG/Christiane Disconsi



*Dante da casa lotada, Câmara aprovou a criação de uma comissão que terá 30 dias para apresentar relatório final*

# Nova comissão analisará ajustes à Lei Cidade Limpa

Incluídas na pauta de votação, as Leis Complementares nº 636/12 e nº 659/13, conhecidas como Lei Cidade Limpa, voltaram a ser o foco das discussões na Câmara de Praia Grande, durante a sessão realizada na noite de quinta-feira, dia 19. Com a participação numerosa dos comerciantes da Cidade, que lotaram a Casa de Leis, o requerimento apresentado pelo vereador Euvaldo Reis dos Santos Menezes, o Vitrolinha (PTN), no último encontro do dia 9, foi rejeitado com 13 votos contrários, sendo aprovada uma nova proposta com o mesmo objetivo.

Apresentado ainda durante esta sessão, o requerimento de autoria do parlamentar Ednaldo Santos Passos (SDD) propõe a criação de uma Comissão Especial de Vereadores (CEV), com o intuito de analisar e apresentar propostas para melhoria dessa legislação. A CEV será formada por nove

vereadores de partidos diferentes.

Incluído na composição dessa comissão, o líder do governo, o vereador Antonio Eduardo Serrano (Pros) enfatizou o respeito do Legislativo aos comerciantes. “Temos um compromisso imparcial e apartidário e vamos trabalhar para diminuir alguns excessos da norma. Esta Câmara está bastante sensibilizada e aberta ao diálogo e, se houver a necessidade de reajustes, digo como líder, que eles serão feitos. Posso assegurar que o prefeito quer o desenvolvimento da Cidade e não desemprego e retrocessos, como está sendo dito”.

A mobilização ocorre também entre os comerciantes. “Faz mais de um ano que estou tentando conscientizar os vereadores, secretários e Administração Municipal sobre ser um equívoco esta lei. O Executivo enviou três projetos que foram aprovados sem uma leitura. Tivemos que mobilizar

toda a classe empresarial e a sociedade para eles reconhecerem que erraram. Estou muito feliz, pois agora terão 30 dias para tornar esta ação compatível com as necessidades da nossa Cidade”, afirmou o pesquisador, palestrante e empresário de Praia Grande, Marcelo Pupo Larguesa.

Em nota, o presidente da Associação Comercial e Empresarial de Praia Grande (ACEPG), José Augusto Soares da Silva, informou que a entidade está formando uma comissão. “O objetivo é de encontrarmos uma forma de adequar a lei à realidade do comércio municipal. Queremos levar propostas de alterações de forma que ela atenda seu principal foco, que é deixar a Cidade menos poluída visualmente, sem trazer prejuízos ao comércio.”

Silva informou que a ACEPG não participou de qualquer comissão sobre a lei anteriormente.



*Câmara Municipal da Estância Balneária de Praia Grande  
Estado de São Paulo*

**SENHOR PRESIDENTE;**  
**SENHORES VEREADORES:**

REQUERIMENTO
APROVADO
06.ª SESSÃO
DATA 09/08/15
<b>PRESIDENTE</b>

**REQUERIMENTO N°**

**80/15**

A publicidade das fachadas em nossa cidade está cada vez mais em debate em todos os setores econômicos, sendo que já existe a Lei N° 636/12 e a Lei Complementar N° 659/13 aonde normatiza os tamanhos das publicidades das fachadas.

A Secretaria de Urbanismo colocou nas ruas uma força tarefa de fiscais dando intimações para que os comerciantes retirem suas placas de identificação e publicidade de suas fachadas.

Mas ao mesmo tempo todos os comerciantes da cidade receberam da Secretaria de Finanças, através do Secretário Roberto Lopez Franco, seus alvarás de funcionamento, tendo incluído neste o valor cobrado referente à publicidade e a metragem a ser utilizada.

A Secretaria de Urbanismo obriga a boa parte dos comerciantes de nossa cidade à utilização de placa de publicidade de no máximo 1,20m<sup>2</sup> e em contra partida a Secretaria de Finanças emite uma autorização aos mesmos comerciantes, e cobra uma placa de publicidade de, por exemplo, de 6m<sup>2</sup>. Desta forma, qual Secretaria está certa afinal? Existe uma duplicidade de exigência e cobrança, sendo elas opostas uma à outra.



*Câmara Municipal da Estância Balneária de Praia Grande  
Estado de São Paulo*

Diante disso, **REQUEIRO** à Mesa, ouvido o Douto Plenário, satisfazendo-se as exigências regimentais, **seja oficiado ao Exmo. Sr. Prefeito ALBERTO PEREIRA MOURÃO**, bem como aos **Secretários Arnaldo Amaral e Roberto Lopez Franco**, seja encaminhado também à **Comissão Especial de Vereadores** que trata o assunto citado, a fim de que se pronunciem sobre esta duplicidade de exigências e que sejam anuladas todas as intimações dadas aos comerciantes, como também paralise as fiscalizações até que as Secretarias supracitadas entrem em consenso, informando a esta Casa de Leis, qual delas está cumprindo seu papel e a qual procedimento o comerciante deverá seguir.

Sala Emancipador Oswaldo Tosehi, 09 de março de 2015

**CARLOS EDUARDO GONÇALVES KARAN**

Vereador



*Câmara Municipal da Estância Balneária de Praia Grande*  
*Estado de São Paulo*

**PROCESSO LEGISLATIVO N.º 008/15  
RELATÓRIO DA COMISSÃO ESPECIAL DE VEREADORES  
REQUERIMENTO N.º 34/2015**

**OBJETO: Analisar, estudar, sugerir e apresentar propostas para melhoria da legislação que trata do ordenamento da paisagem urbana neste Município de Praia Grande.**

Excelentíssimo Senhor Presidente da Câmara,

Submetemos à elevada apreciação de Vossa Excelência, na forma do Regimento Interno desta Câmara, todos os atos praticados pela Comissão Especial de Vereadores, instituída através do Requerimento n.º 34/2015, com objetivo de analisar, estudar junto aos organismos da sociedade civil (empresários, Associação Comercial, Câmara de Dirigentes Lojistas e Movimento Comercial e Empresarial de Praia Grande), organismos esses interessados na adaptação da Lei Complementar n.º 636/12, alterada pela Lei Complementar n.º 659/13.

A referida CEV foi instalada no dia 23/02/2015, formada por todos os demais Membros deste Poder Legislativo Municipal.

Várias reuniões ocorreram sobre a legislação enfocada, que trata de organizar a paisagem urbana nesta Cidade, ocasião em que foram colhidas diversas propostas para alteração da Lei Complementar n.º 636/12, especialmente porque houve grande modificação nas dimensões dos anúncios que comprometeram diversos investimentos em publicidade realizados ao longo dos últimos anos pelas empresas instaladas nesta Cidade.

Após muitas discussões, e de reuniões organizadas nesta Edilidade, e também em outros locais, com a presença de diversos empresários, Vereadores, Associação Comercial, Câmara de Dirigentes Lojistas e do grupo denominado Movimento Comercial e Empresarial de Praia Grande, foram colhidas diversas propostas para alterar a legislação municipal.

No dia 09 de março do corrente, a Associação Comercial e Empresarial de Praia Grande, compareceu na Sala das Comissões Permanentes da Edilidade, apresentando diversas sugestões a serem analisadas para melhoria da legislação.

*7.ª Sessão Dada 18/03/15  
Encaminhamento feito em Plenário,  
encaminhado ao Poder Executivo.*

*R*  
Presidente



# Câmara Municipal da Estância Balneária de Praia Grande

## Estado de São Paulo

Naquela oportunidade, apresentou a esta CEV documento escrito, contendo 13 laudas, onde a entidade, em conjunto com o Conselho Regional de Corretores de Imóveis local, propõe importantes alterações de interesse do segmento, sugerindo modificação de áreas de anúncios, bem como revogação de diversos dispositivos da lei.

Na sequência, o Senhor Presidente da Comissão reuniu-se com o grupo denominado Movimento Comercial e Empresarial de Praia Grande, ouvindo suas principais reivindicações.

No dia 12 de março houve reunião extraordinária, realizada no Espaço Arena Ômega, organizado pelo mencionado grupo, que contou com a presença de membros desta CEV, e dos demais interessados, oportunidade em que foram apresentadas as propostas oficiais do Movimento, ora juntadas à presente Ata.

O grupo defende, dentre outras questões, a utilização de área total de 2/3 da testada para fins de anúncios, bem como sugere que, na ausência de recuo do imóvel comercial, seja autorizada publicidade na própria fachada do estabelecimento.

Nesse mesmo período, o Sindicato das Empresas de Publicidade Exterior do Estado de São Paulo – SEPEX/SP, formulou proposta contendo 92 páginas (46 laudas frente e verso), onde defende as vantagens da publicidade para o desenvolvimento comercial da região, bem como sugerindo adaptações na legislação municipal que atendam o interesse público de ordenação urbana, sem interferir totalmente na esfera da iniciativa privada.

A Câmara de Dirigentes Lojistas apresentou também suas sugestões, através de documento escrito, contendo 12 laudas, com objetivo de sensibilizar os Poderes Executivo e Legislativo, na flexibilização e adequação dos impactos promovidos pela legislação ora analisada.

O Vereador Carlos Eduardo Gonçalves Karan apresentou em separado, documento escrito contendo 05 laudas, com sugestões de majoração de área de exposição dos anúncios, autorização de uso de empennas cegas para fins publicitários, dentre outros itens que também se assemelham, senão por pequenas diferenças de medidas de área, das demais sugestões.

De igual forma, o Vereador Euvaldo Reis dos Santos Menezes, apresentou em separado, documento escrito sugerindo a utilização livre da fachada e lambe-lambe para informar a população sobre eventos em módulos padronizados.



# *Câmara Municipal da Estância Balneária de Praia Grande*

## *Estado de São Paulo*

A Comissão deliberou em diversas oportunidades sobre cada um dos itens formalizados, e decidiu submetê-las, todas elas, nos exatos formatos em que apresentados à Comissão, diretamente ao Executivo Municipal, por se tratar de relevante interesse para que os órgãos técnicos possa consolidar um texto final que atenda, quando possível, a maioria de sugestões, por se referirem à propostas semelhantes, quais sejam:

- Aumento da área para exposição dos anúncios;
- Exclusão de limitações de altura para publicidades;
- Permissão total ou parcial para anúncios realizados em veículos automotores;
- Permissão para utilização de toldos, vedos transparentes e portas de vidro para fins de anúncio;
- Publicidade em vias específicas, independente de licitação;
- Uso de empenas cegas em edifícios para finalidade publicitária;
- Entre outras.

Enfim, num universo de muitas sugestões, esta Comissão ouviu todas as propostas e deliberou condensá-las em 10 propostas de alteração da referida Lei, que seguem, em 19 laudas, ao Poder Executivo Municipal, acompanhados de todas as demais propostas sugeridas pelos organismos interessados.

Nossas propostas condensam as principais motivações que culminaram na instalação da CEV, e se apresentam de forma à atender a grande maioria dos reclamos sociais, especialmente propondo majoração da exposição de anúncios, retirada de algumas proibições da lei, bem como autorização de uso de outras para fins de publicidade e propaganda.

Nossas sugestões, ou seja, as sugestões da CEV, representam um ponto comum entre diversas sugestões, que se distanciam umas das outras, justamente por apresentarem medidas de área diferente. Assim, a CEV não abandona as reais intenções propostas pelas entidades interessadas, bem como pelo empresariado, mas apresenta um denominador comum a todas as propostas, minimizando o impacto causado pela Lei Complementar n.º 636/12 na vida empresarial desta Cidade.

Assim, Senhor Presidente, apresentamos o presente relatório final, contendo as sugestões finais escritas desta CEV, da Associação Comercial, contendo Câmara de Dirigentes Lojistas, Grupo denominado



*Câmara Municipal da Estância Balneária de Praia Grande  
Estado de São Paulo*

Movimento Comercial e Empresarial de Praia Grande, dos Vereadores Carlos Eduardo Gonçalves Karan e Euvaldo Reis dos Santos Menezes, e também do Sindicato das Empresas de Publicidade Exterior do Estado de São Paulo – SEPEX/SP.

Por fim, esta CEV solicita que a Comissão de Ordenamento Público – CEOP, promova uma reunião para deliberação e apresentação de proposta de alterações da lei, com redação final, garantida a participação de todas as entidades acima citadas, informando oportunamente este Legislativo Municipal.

Praia Grande, 17 de março de 2015.

**ANTONIO CARLOS REZENDE**

**BENEDITO RONALDO CESAR**

**CARLOS EDUARDO BARBOSA**

**FRANCISCO R. BONITO NETO**

**EUVALDO REIS DOS SANTOS MENEZES**

**MARCELINO SANTOS GOMES**

**PAULO EMILIO DE OLIVEIRA**

**SERGIO LUIZ SCHIANO DE SOUZA**

**ANTONIO EDUARDO SERRANO**

**CARLOS EDUARDO GONÇALVES KARAN**

**EDNALDO DOS SANTOS PASSOS**

**EDUARDO PÁDUA SOARES JARDIM**

**JANAINA BALLARIS**

**MARCO ANTONIO DE SOUZA**

**ROMULO BRASIL REBOUÇAS**

**TATIANA TOSCHI MENDES**



# *Câmara Municipal da Estância Balneária de Praia Grande*

## *Estado de São Paulo*

**SENHOR PRESIDENTE:**

Promovemos a seguinte proposta de alteração da Lei Complementar n.º 636, de 13 de dezembro de 2012, com a redação dada pela Lei Complementar n.º 659, de 24 de outubro de 2013:

**Artigo 1.º** – O inciso IV, do artigo 17, da Lei Complementar n.º 636, de 13 de dezembro de 2012, com redação dada pela Lei Complementar n.º 659, de 24 de outubro de 2013, passa a vigorar com a seguinte redação:

Art. 17 - ....

(...)

IV – de finalidade imobiliária, quando for destinado à informação do público para aluguel ou venda de imóvel, com área de **40cm x 30cm (quarenta cm de largura por 30 cm de altura)** devendo estar contido dentro do lote e só será permitido 04 anúncios por imóvel, sob pena de multa a ser imposta ao proprietário e às imobiliárias;

### **JUSTIFICATIVA**

A Lei anterior autorizava a publicidade para venda de imóveis em anúncios contendo uma área de 1,00 m<sup>2</sup> (um metro quadrado), sendo que a Lei Complementar n.º 659/13, visando corrigir o exagero, reduziu tal área descrevendo-a como 0,16 cm<sup>2</sup> (dezesseis centímetros quadrados).

Ocorre que um anúncio contendo essa área teria no máximo 4cm x 4 cm, ou seja, uma placa de tamanho inferior à um telefone celular.

Assim, corrige-se o equívoco, para o fim de permitir a publicidade imobiliária em placas de 40cm x 30cm, sendo a usualmente utilizada no mercado.

Sala Emancipador Oswaldo Toschi, 05 de março de 2015.

### **COMISSÃO ESPECIAL DE VEREADORES**

IV, ART. 17 (ART. 11  
659)

$$10000 \text{ cm}^2 = 1 \text{ m}^2$$

$$= 0,16 \text{ m}^2$$

100

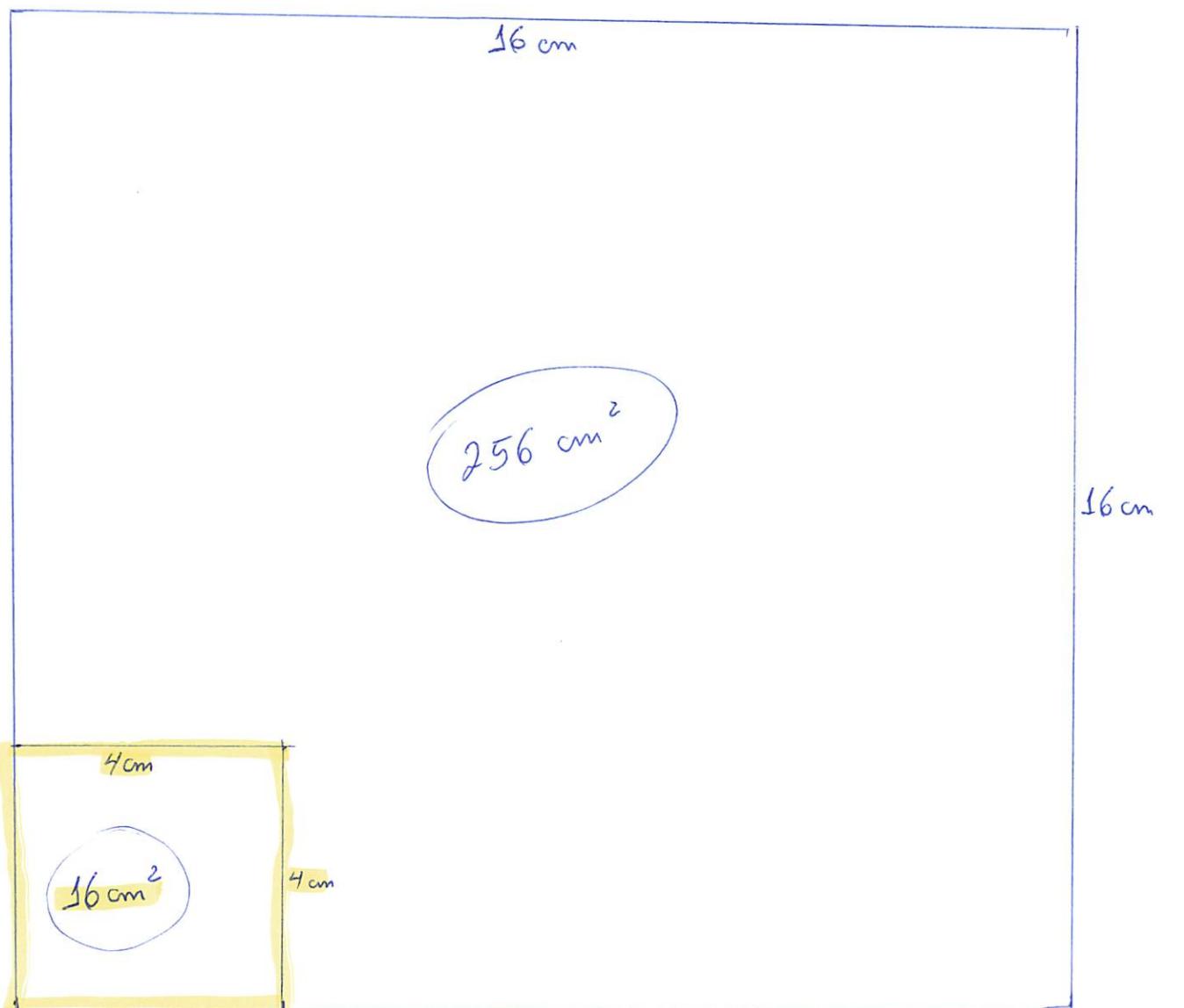
16

100

16

256 m<sup>2</sup>

PLACA DE  $16 \text{ cm} \times 16 \text{ cm} = \underline{256 \text{ cm}^2}$





*Câmara Municipal da Estância Balneária de Praia Grande  
Estado de São Paulo*

Calculadora Conversão D x Placas Para Imobiliária Me x

← → C lista.mercadolivre.com.br/placas-para-imobiliária-medidas-33x40-cm-vende-se%2Faluga-se

Apps Página inicial - TJSP Google www.bb.com.br/por... Sabesp - Agência Vi...

**mercado livre** placas para imobiliária medidas 33x40 cm vende se/aluga se

Inicio > "placas para imobiliária medidas 33x40 cm vende se/aluga se"

Categorias

- Indústria Gráfica e Impre... (10)
- Informática (1)
- Outros (3)

Envio

MercadoEnvios (2)

Pagamento

- Sem juros (5)

Localização

- São Paulo (6)
- Rio Grande do Sul (5)
- Santa Catarina (2)
- Rio de Janeiro (1)

Faixa de preços

- Até R\$100 (3)
- Mais de R\$100 (11)

Min. - Max. >

MercadoAds

 **mercado livre** placas para imobiliária medidas 33x40 cm vende se/aluga se

placas para imobiliária medidas 33x40 cm vende se/aluga se

Seca Barrigal - produto.mercadolivre.com.br - Aparelho De Exercício Abdominal Ab Circle Divirta-Se Perdendo Peso

**IMOBILIÁRIA ALUGA**  
3551-0000

**Placa Imobiliária 40 X 33 Cm Ps 1mm 2 Cores Por R\$ 3,50 Und**



**SUA IMOBILIÁRIA VENDE**  
3442-0000

**Placa Imobiliária 60 X 40 Cm Ps 1mm 2 Cores Por R\$ 6,00 Und**



**Placa Aluga/vende Para Imobiliária 40x30cm Pvc 6 Unidades**



**Imobiliária VENDE**  
Foto: 3233-3312 / 4444-4444

**Placa Imobiliária 50x40cm 2mm (6 Unidades) Vende / Aluga**



**Imobiliária ALUGA**  
1111 1111-0000 0000

**Placa Imobiliária 40x30cm 2mm (6 Unidades) Vende / Aluga**



**Cômoda 80 X 40 X 80cm - Medidas E Cores...**  
**RS 449<sup>00</sup>**

**KABLE PRODUZ ALUGA**  
(51) 8121-0208

**20 Placas Vende/aluga Para Imobiliárias E Corretores - 60x40**

12x F 12x F 12x F 12x F 12x F 12x F

## Resultado



Entrada	Saída	
12 dm <sup>2</sup> (decímetros quadrados)	1200 cm <sup>2</sup> (centímetros quadrados)	<input checked="" type="checkbox"/>
16 dm <sup>2</sup> (decímetros quadrados)	1600 cm <sup>2</sup> (centímetros quadrados)	<input checked="" type="checkbox"/>
16 dm <sup>2</sup> (decímetros quadrados)	0.16 m <sup>2</sup> (metros quadrados)	<input checked="" type="checkbox"/>
20 dm <sup>2</sup> (decímetros quadrados)	0.2 m <sup>2</sup> (metros quadrados)	<input checked="" type="checkbox"/>
1 dm <sup>2</sup> (decímetros quadrados)	0.01 m <sup>2</sup> (metros quadrados)	<input checked="" type="checkbox"/>
1 km <sup>2</sup> (quilômetros quadrados)	1000000 m <sup>2</sup> (metros quadrados)	<input checked="" type="checkbox"/>
1 m <sup>2</sup> (metros quadrados)	0.0002 ac (acres)	<input checked="" type="checkbox"/>
1 ha (hectares)	10000 m <sup>2</sup> (metros quadrados)	<input checked="" type="checkbox"/>
1 ft <sup>2</sup> (pés quadrados)	0.0929 m <sup>2</sup> (metros quadrados)	<input checked="" type="checkbox"/>
1 yd <sup>2</sup> (jardas quadrados)	8.36127E-7 km <sup>2</sup> (quilômetros quadrados)	<input checked="" type="checkbox"/>
1 yd <sup>2</sup> (jardas quadrados)	836127360000 µm <sup>2</sup> (micrômetros quadrados)	<input checked="" type="checkbox"/>
1 in <sup>2</sup> (polegadas quadrados)	0.0645 dm <sup>2</sup> (decímetros quadrados)	<input checked="" type="checkbox"/>
1 mi <sup>2</sup> (milhas quadrados)	4.0144896E+21 µin <sup>2</sup> (micropolegadas quadrados)	<input checked="" type="checkbox"/>
1 yd <sup>2</sup> (jardas quadrados)	0.0002 ac (acres)	<input checked="" type="checkbox"/>

## Tabela de Conversão

Com a seguinte ferramenta, você pode gerar e imprimir os decímetros quadrados para metros quadrados tabela de referência com base em suas próprias necessidades. Você pode encontrar uma ferramenta dinâmica em : decímetros quadrados para metros quadrados (/pt/tabela-de-conversao-de-area/decimetros-quadrados-para-metros-quadrados.html).

Decímetros Quadrados para Metros Quadrados	Metros Quadrados para Decímetros Quadrados
<b>dm<sup>2</sup> (decímetro quadrado)      m<sup>2</sup> (metro quadrado)</b>	
1 = 0.01	
2 = 0.02	



# Câmara Municipal da Estância Balneária de Praia Grande

## Estado de São Paulo

SENHOR PRESIDENTE:

Promovemos a seguinte proposta de alteração da Lei Complementar n.º 636, de 13 de dezembro de 2012:

**Artigo 2.º** – O inciso II do § 1.º do artigo 12 da Lei Complementar n.º 636, de 13 de dezembro de 2012, passa a vigorar com a seguinte redação:

Art. 12. ....

§ 1º. ....

I - .....

II - quando a testada do imóvel for igual ou superior a 4,00m (quatro metros) lineares, admite-se o acréscimo de **0,4 m<sup>2</sup> (ZERO VÍRGULA QUATRO METROS QUADRADOS)** para cada metro linear de testada **EXCEDENTE**, não podendo ultrapassar 30 (trinta) metros quadrados;

### JUSTIFICATIVA

A Lei cometeu um equívoco ao descrever o acréscimo da área de um anúncio indicativo na fachada do imóvel, em evidente conflito com o inciso I do artigo 12.

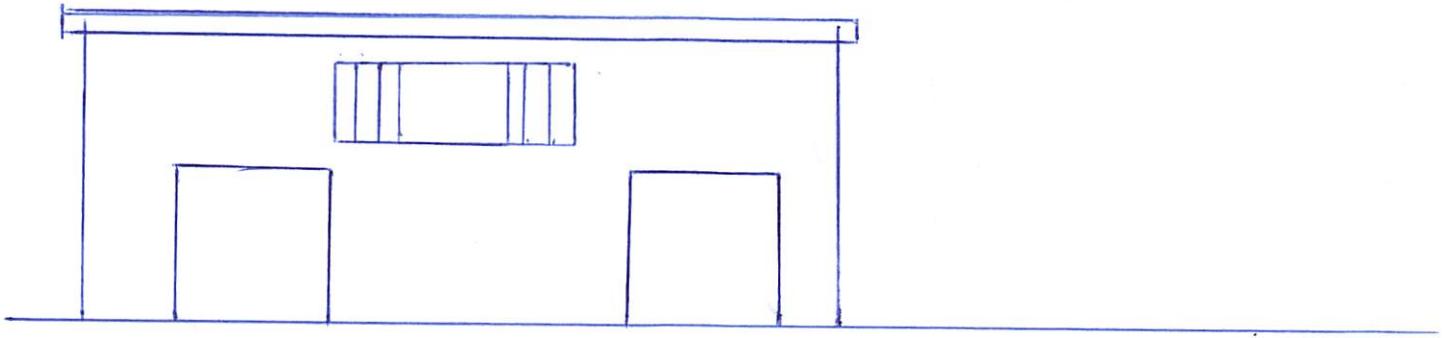
É que no inciso I, a Lei trata a área do anúncio em décímetros quadrados, sendo que no inciso II autorizou o acréscimo de 0,40 “centímetros quadrados”, ou seja, em tamanho realmente insignificante (10 cm de largura por 04 cm de altura).

Assim, corrigimos o texto legal para permitir acréscimo de 0,4 metros quadrados ou **QUATRO MIL CENTÍMETROS QUADRADOS**.

Esse aumento permitirá que uma fachada com 10 metros de testada, possa colocar um anúncio de até 3,60 metros quadrados, ou seja, a placa conterá **1 metro de altura x 3,60 metros de comprimento, RESPEITANDO A PROPORCIONALIDADE.**

Sala Emancipador Oswaldo Toschi, 05 de março de 2015.

### COMISSÃO ESPECIAL DE VEREADORES

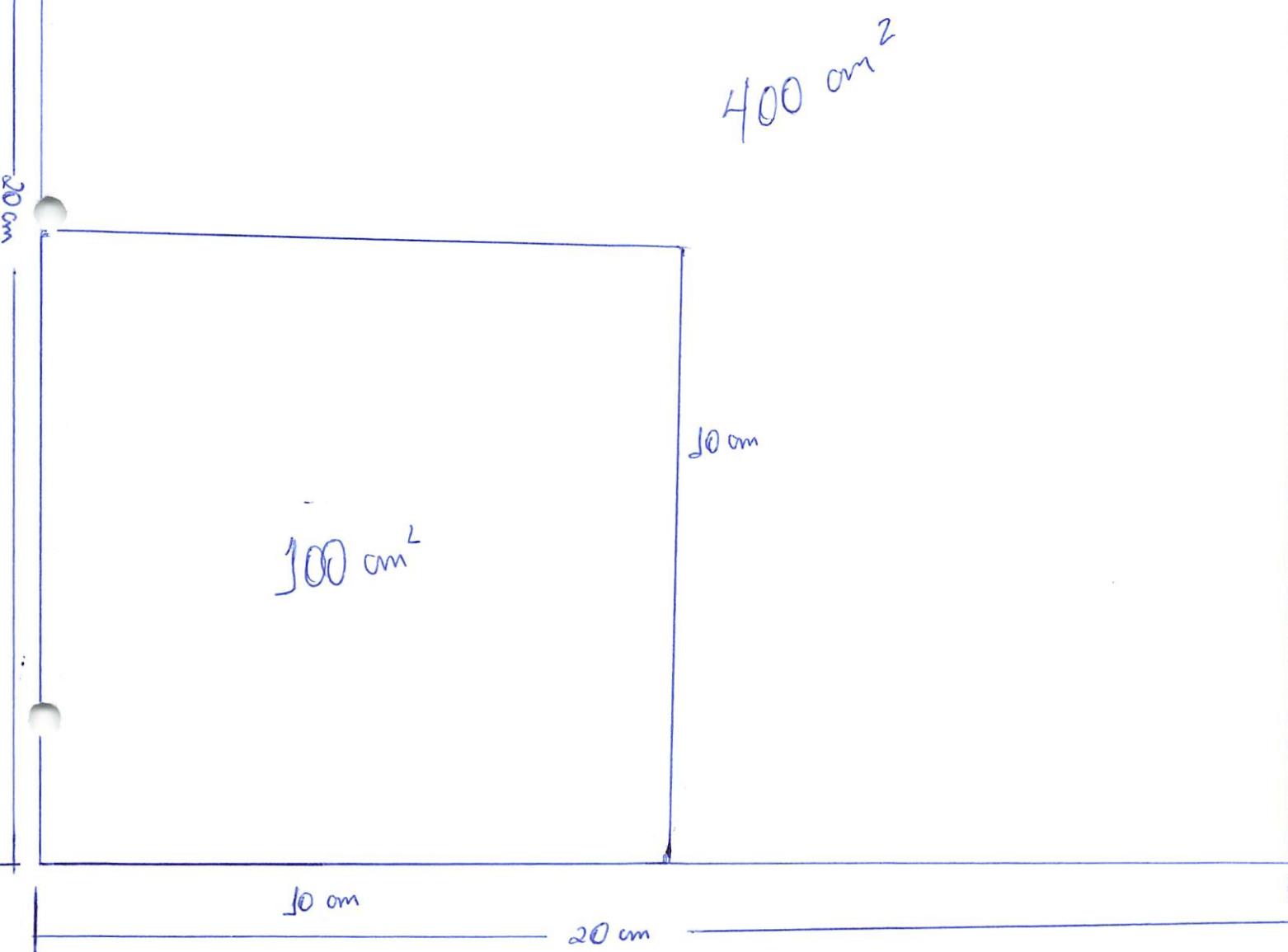


TESTADA: 10 mL

TESTADA EXCEDENTE: 06 mL

ACRESCIMO: 2,40 m<sup>2</sup>

$$1,20 \text{ m} + \left( \begin{smallmatrix} \text{EXCEDENTE} \\ 6 \text{ mL} \end{smallmatrix} \right) \times 0,40 = \underline{\underline{3,60 \text{ m}^2}}$$



$4000 \text{ cm}^2 = 0,40 \text{ m}^2 = 1 \text{ PLACA MEDINDO}$   $1,00 \text{ m} \times 40 \text{ cm}$

NUM ANÚNCIO DE  $1,20 \text{ m}$  COMPRIMENTO, ACRESCERÁ  $40 \text{ cm}$  A CADA METRO.

## Resultado

LEI VIGENTE



Entrada	Saída	
40 cm <sup>2</sup> (centímetros quadrados)	0.004 m <sup>2</sup> (metros quadrados)	<input checked="" type="checkbox"/>
12 dm <sup>2</sup> (decímetros quadrados)	1200 cm <sup>2</sup> (centímetros quadrados)	<input checked="" type="checkbox"/>
16 dm <sup>2</sup> (decímetros quadrados)	1600 cm <sup>2</sup> (centímetros quadrados)	<input checked="" type="checkbox"/>
16 dm <sup>2</sup> (decímetros quadrados)	0.16 m <sup>2</sup> (metros quadrados)	<input checked="" type="checkbox"/>
20 dm <sup>2</sup> (decímetros quadrados)	0.2 m <sup>2</sup> (metros quadrados)	<input checked="" type="checkbox"/>
1 dm <sup>2</sup> (decímetros quadrados)	0.01 m <sup>2</sup> (metros quadrados)	<input checked="" type="checkbox"/>
1 km <sup>2</sup> (quilômetros quadrados)	1000000 m <sup>2</sup> (metros quadrados)	<input checked="" type="checkbox"/>
1 m <sup>2</sup> (metros quadrados)	0.0002 ac (acres)	<input checked="" type="checkbox"/>
1 ha (hectares)	10000 m <sup>2</sup> (metros quadrados)	<input checked="" type="checkbox"/>
1 ft <sup>2</sup> (pés quadrados)	0.0929 m <sup>2</sup> (metros quadrados)	<input checked="" type="checkbox"/>
1 yd <sup>2</sup> (jardas quadrados)	8.36127E-7 km <sup>2</sup> (quilômetros quadrados)	<input checked="" type="checkbox"/>
1 yd <sup>2</sup> (jardas quadrados)	836127360000 µm <sup>2</sup> (micrômetros quadrados)	<input checked="" type="checkbox"/>
1 in <sup>2</sup> (polegadas quadrados)	0.0645 dm <sup>2</sup> (decímetros quadrados)	<input checked="" type="checkbox"/>
1 mi <sup>2</sup> (milhas quadrados)	4.0144896E+21 µin <sup>2</sup> (micropolegadas quadrados)	<input checked="" type="checkbox"/>
1 yd <sup>2</sup> (jardas quadrados)	0.0002 ac (acres)	<input checked="" type="checkbox"/>

## Tabela de Conversão

Com a seguinte ferramenta, você pode gerar e imprimir os decímetros quadrados para metros quadrados tabela de referência com base em suas próprias necessidades. Você pode encontrar uma ferramenta dinâmica em : decímetros quadrados para metros quadrados ([/pt/tabela-de-conversao-de-area/decimetros-quadrados-para-metros-quadrados.html](#)).

Decímetros Quadrados para Metros Quadrados

Metros Quadrados para Decímetros Quadrados

dm<sup>2</sup> (decímetro quadrado) m<sup>2</sup> (metro quadrado)

1 = 0.01

## Resultado



Entrada	Saída	
40 dm <sup>2</sup> (decímetros quadrados)	0.4 m <sup>2</sup> (metros quadrados)	<input checked="" type="checkbox"/>
40 cm <sup>2</sup> (centímetros quadrados)	0.004 m <sup>2</sup> (metros quadrados)	<input checked="" type="checkbox"/>
12 dm <sup>2</sup> (decímetros quadrados)	1200 cm <sup>2</sup> (centímetros quadrados)	<input checked="" type="checkbox"/>
16 dm <sup>2</sup> (decímetros quadrados)	1600 cm <sup>2</sup> (centímetros quadrados)	<input checked="" type="checkbox"/>
16 dm <sup>2</sup> (decímetros quadrados)	0.16 m <sup>2</sup> (metros quadrados)	<input checked="" type="checkbox"/>
20 dm <sup>2</sup> (decímetros quadrados)	0.2 m <sup>2</sup> (metros quadrados)	<input checked="" type="checkbox"/>
1 dm <sup>2</sup> (decímetros quadrados)	0.01 m <sup>2</sup> (metros quadrados)	<input checked="" type="checkbox"/>
1 km <sup>2</sup> (quilômetros quadrados)	1000000 m <sup>2</sup> (metros quadrados)	<input checked="" type="checkbox"/>
1 m <sup>2</sup> (metros quadrados)	0.0002 ac (acres)	<input checked="" type="checkbox"/>
1 ha (hectares)	10000 m <sup>2</sup> (metros quadrados)	<input checked="" type="checkbox"/>
1 ft <sup>2</sup> (pés quadrados)	0.0929 m <sup>2</sup> (metros quadrados)	<input checked="" type="checkbox"/>
1 yd <sup>2</sup> (jardas quadrados)	8.36127E-7 km <sup>2</sup> (quilômetros quadrados)	<input checked="" type="checkbox"/>
1 yd <sup>2</sup> (jardas quadrados)	836127360000 µm <sup>2</sup> (micrômetros quadrados)	<input checked="" type="checkbox"/>
1 in <sup>2</sup> (polegadas quadrados)	0.0645 dm <sup>2</sup> (decímetros quadrados)	<input checked="" type="checkbox"/>
1 mi <sup>2</sup> (milhas quadrados)	4.0144896E+21 µin <sup>2</sup> (micropolegadas quadrados)	<input checked="" type="checkbox"/>
1 yd <sup>2</sup> (jardas quadrados)	0.0002 ac (acres)	<input checked="" type="checkbox"/>

## Tabela de Conversão

Com a seguinte ferramenta, você pode gerar e imprimir os decímetros quadrados para metros quadrados tabela de referência com base em suas próprias necessidades. Você pode encontrar uma ferramenta dinâmica em : decímetros quadrados para metros quadrados ([/pt/tabela-de-conversao-de-area/decimetros-quadrados-para-metros-quadrados.html](#)).

Decímetros Quadrados para Metros Quadrados

Metros Quadrados para Decímetros Quadrados

dm<sup>2</sup> (decímetro quadrado) m<sup>2</sup> (metro quadrado)

## Resultado



Entrada	Saída	
40 dm <sup>2</sup> (decímetros quadrados)	4000 cm <sup>2</sup> (centímetros quadrados)	<input checked="" type="checkbox"/>
40 dm <sup>2</sup> (decímetros quadrados)	0.4 m <sup>2</sup> (metros quadrados)	<input checked="" type="checkbox"/>
40 cm <sup>2</sup> (centímetros quadrados)	0.004 m <sup>2</sup> (metros quadrados)	<input checked="" type="checkbox"/>
12 dm <sup>2</sup> (decímetros quadrados)	1200 cm <sup>2</sup> (centímetros quadrados)	<input checked="" type="checkbox"/>
16 dm <sup>2</sup> (decímetros quadrados)	1600 cm <sup>2</sup> (centímetros quadrados)	<input checked="" type="checkbox"/>
16 dm <sup>2</sup> (decímetros quadrados)	0.16 m <sup>2</sup> (metros quadrados)	<input checked="" type="checkbox"/>
20 dm <sup>2</sup> (decímetros quadrados)	0.2 m <sup>2</sup> (metros quadrados)	<input checked="" type="checkbox"/>
1 dm <sup>2</sup> (decímetros quadrados)	0.01 m <sup>2</sup> (metros quadrados)	<input checked="" type="checkbox"/>
1 km <sup>2</sup> (quilômetros quadrados)	1000000 m <sup>2</sup> (metros quadrados)	<input checked="" type="checkbox"/>
1 m <sup>2</sup> (metros quadrados)	0.0002 ac (acres)	<input checked="" type="checkbox"/>
1 ha (hectares)	10000 m <sup>2</sup> (metros quadrados)	<input checked="" type="checkbox"/>
1 ft <sup>2</sup> (pés quadrados)	0.0929 m <sup>2</sup> (metros quadrados)	<input checked="" type="checkbox"/>
1 yd <sup>2</sup> (jardas quadrados)	8.36127E-7 km <sup>2</sup> (quilômetros quadrados)	<input checked="" type="checkbox"/>
1 yd <sup>2</sup> (jardas quadrados)	836127360000 µm <sup>2</sup> (micrômetros quadrados)	<input checked="" type="checkbox"/>
1 in <sup>2</sup> (polegadas quadrados)	0.0645 dm <sup>2</sup> (decímetros quadrados)	<input checked="" type="checkbox"/>
1 mi <sup>2</sup> (milhas quadrados)	4.0144896E+21 µin <sup>2</sup> (micropolegadas quadrados)	<input checked="" type="checkbox"/>
1 yd <sup>2</sup> (jardas quadrados)	0.0002 ac (acres)	<input checked="" type="checkbox"/>

## Tabela de Conversão

Com a seguinte ferramenta, você pode gerar e imprimir os decímetros quadrados para metros quadrados tabela de referência com base em suas próprias necessidades. Você pode encontrar uma ferramenta dinâmica em : decímetros quadrados para metros quadrados ([/pt/tabela-de-conversao-de-area/decimetros-quadrados-para-metros-quadrados.html](#)).



# Câmara Municipal da Estância Balneária de Praia Grande

## Estado de São Paulo

SENHOR PRESIDENTE:

Promovemos a seguinte proposta de alteração da Lei Complementar n.º 636, de 13 de dezembro de 2012:

**Artigo 3.º** – O inciso I do § 1.º do artigo 12 da Lei Complementar n.º 636, de 13 de dezembro de 2012, passa a vigorar com a seguinte redação:

Art. 12. ....

§ 1º. ....

**I – Quando a testada do imóvel for inferior a 4,00 metros lineares, a área total do anúncio não deverá ultrapassar 1,5 metros quadrados (hum vírgula cinco metros quadrados);**

### JUSTIFICATIVA

Quando a Câmara ofereceu emenda ao projeto de Lei que deu origem à Lei Complementar n.º 659/13, ampliou para 50% a utilização das fachadas para fins de anúncios indicativos.

Ocorre que a referida alteração não gerou nenhum benefício direto ao empresário, já que os anúncios continuaram tendo medida máxima de 1,20 m<sup>2</sup> para testadas até 4,00 metros.

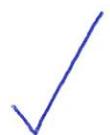
Tendo em vista as diversas manifestações de comerciantes de nosso Município, informando que um único anúncio de 1,20 m<sup>2</sup> em determinados estabelecimentos não é suficiente para conter todas as informações necessárias à identificação e propaganda dos produtos comercializados, propomos acréscimo de 0,3 metros quadrados em todos os anúncios de imóveis com testada de 4,00 metros.

O acréscimo beneficiará todos os comerciantes, tendo em vista a previsão legal de acréscimos de 0,4 (zero vírgula quatro metros quadrados) para cada metro linear de testada para imóveis maiores.

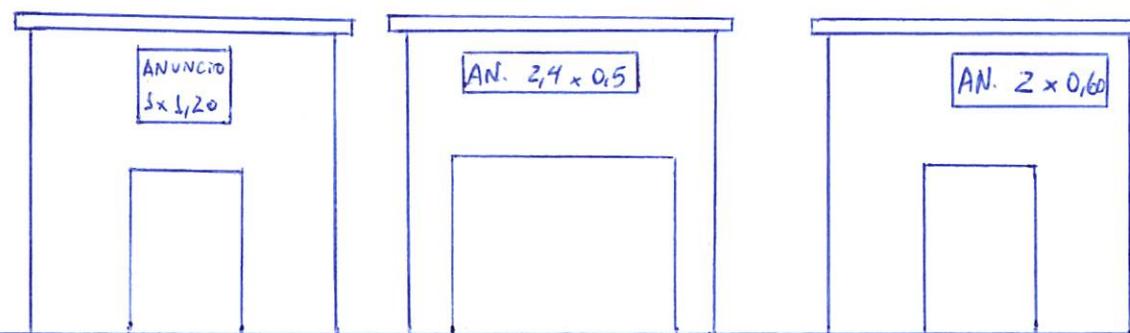
Sala Emancipador Oswaldo Toschi, 05 de março de 2015.

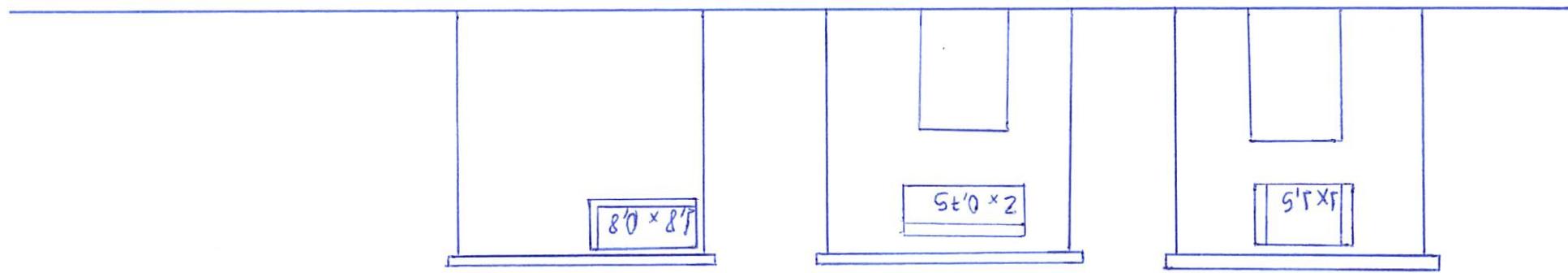
### COMISSÃO ESPECIAL DE VEREADORES

ANÚNCIO 1,20



SUPERÁ 50%  
DA TESTADA





ANUNCIO 3,50 m



# *Câmara Municipal da Estância Balneária de Praia Grande*

## *Estado de São Paulo*

**SENHOR PRESIDENTE:**

Promovemos a seguinte proposta de alteração da Lei Complementar n.º 636, de 13 de dezembro de 2012, com a redação dada pela Lei Complementar n.º 659, de 24 de outubro de 2013:

**Artigo 4.º** – O § 2.º do artigo 11 da Lei Complementar n.º 636, de 13 de dezembro de 2012, com redação dada pela Lei Complementar n.º 659, de 24 de outubro de 2013, passa a vigorar com a seguinte redação:

Art. 11 - ....

(...)

**§ 2º. No caso de se encontrar afixado em espaço interno de qualquer edificação, o anúncio será considerado visível quando localizado até 1,00m (um metro) de qualquer abertura ou vedo transparente que se comunique diretamente com o exterior.**

### **JUSTIFICATIVA**

Tendo em vista as diversas manifestações de comerciantes de nosso Município, e também que a redação original da referida Lei já previa esta situação, necessário autorizar anúncios internos, mesmo que se comunique com o exterior.

A limitação de um metro das aberturas e vedos transparentes para referidos anúncios limita sua visualização pelo meio exterior, portanto, não prejudicará o interesse público promovido pela Lei.

Já o contrário, ou seja, a proibição dessa publicidade interna, retira do comerciante a possibilidade de aumentar suas vendas e contribuir com a receita municipal, o emprego formal e a regular distribuição de bens no mercado.

Sala Emancipador Oswaldo Toschi, 05 de março de 2015.

### **COMISSÃO ESPECIAL DE VEREADORES**



# Câmara Municipal da Estância Balneária de Praia Grande

## Estado de São Paulo

**SENHOR PRESIDENTE:**

Promovemos a seguinte proposta de alteração da Lei Complementar n.º 636, de 13 de dezembro de 2012, com a redação dada pela Lei Complementar n.º 659, de 24 de outubro de 2013:

**Artigo 5.º** – O § 2.º do artigo 11 da Lei Complementar n.º 636, de 13 de dezembro de 2012, com redação dada pela Lei Complementar n.º 659, de 24 de outubro de 2013, passa a vigorar com a seguinte redação:

Art. 11 - ....

(...)

**§ 2º.** No caso de se encontrar afixado em espaço interno de qualquer edificação, o anúncio será considerado visível quando localizado até 1,00m (um metro) de qualquer abertura ou vedo transparente que se comunique diretamente com o exterior, permitidos anúncios em aberturas transparentes, desde que não ultrapasse o limite de 50% do vedo transparente.

### JUSTIFICATIVA

Tendo em vista as diversas manifestações de comerciantes de nosso Município, e também que a redação original da referida Lei já previa esta situação, necessário autorizar anúncios internos, mesmo que se comunique com o exterior.

A limitação de um metro das aberturas e vedos transparentes para referidos anúncios limita sua visualização pelo meio exterior, portanto, não prejudicará o interesse público promovido pela Lei.

Já o contrário, ou seja, a proibição dessa publicidade interna, retira do comerciante a possibilidade de aumentar suas vendas e contribuir com a receita municipal, o emprego formal e a regular distribuição de bens no mercado.

Sala Emancipador Oswaldo Toschi, 05 de março de 2015.

### COMISSÃO ESPECIAL DE VEREADORES



# *Câmara Municipal da Estância Balneária de Praia Grande*

## *Estado de São Paulo*

**SENHOR PRESIDENTE:**

Promovemos a seguinte proposta de alteração da Lei Complementar n.º 636, de 13 de dezembro de 2012, com redação dada pela Lei Complementar n.º 659, de 24 de outubro de 2013:

**Artigo 6.º** – O § 7.º do artigo 12 da Lei Complementar n.º 636, de 13 de dezembro de 2012, com redação dada pela Lei Complementar n.º 659, de 24 de outubro de 2013, passa a vigorar com a seguinte redação:

Art. 12. ....

.....

**§ 7.º – Será admitido anúncio indicativo no frontão de toldo retrátil ou fixo, desde que a altura máxima das letras não ultrapasse 20 cm (vinte centímetros).**

### **JUSTIFICATIVA**

A redação ora proposta trata a questão do anúncio em toldos de forma isonômica, tendo e vista que a Lei originária autorizou o anúncio no frontão de toldo retrátil, mas proibiu referido anúncio ao comerciante que não dispõe desse equipamento.

Sala Emancipador Oswaldo Toschi, 05 de março de 2015.

### **COMISSÃO ESPECIAL DE VEREADORES**



# *Câmara Municipal da Estância Balneária de Praia Grande*

## Estado de São Paulo

**SENHOR PRESIDENTE:**

Promovemos a seguinte proposta de alteração da Lei Complementar n.º 636, de 13 de dezembro de 2012, com redação dada pela Lei Complementar n.º 659, de 24 de outubro de 2013:

**Artigo 7.º – Fica revogado o inciso XI do artigo 9.º** da Lei Complementar n.º 636, de 13 de dezembro de 2012, com redação dada pela Lei Complementar n.º 659, de 24 de outubro de 2013.

### **JUSTIFICATIVA**

A revogação do dispositivo visa permitir anúncios em veículos automotores, uma vez que o veículo automotor é necessário para a comunicação entre o empresário de Praia Grande e seu consumidor.

A proibição é injusta, porquanto os veículos automotores de outras cidades ingressarão no Município livremente e poderão fazer publicidade e propaganda de bens e serviços em detrimento do comércio local, que ficará adstrito à fiscalização municipal.

Sala Emancipador Oswaldo Toschi, 05 de março de 2015.

### **COMISSÃO ESPECIAL DE VEREADORES**



# *Câmara Municipal da Estância Balneária de Praia Grande*

## *Estado de São Paulo*

**SENHOR PRESIDENTE:**

Promovemos a seguinte proposta de alteração da Lei Complementar n.º 636, de 13 de dezembro de 2012:

**Artigo 8.º** – O artigo 9.º da Lei Complementar n.º 636, de 13 de dezembro de 2012, passa a vigorar acrescido do § 4.º, que terá a seguinte redação:

Artigo 9.º - .....

(...)

**§ 4.º** - A distribuição de volantes e panfletos com anúncios exclusivamente de interesse social não dependerão de autorização da Comissão Especial de Ordenamento Público e nem do recolhimento de taxas municipais, desde que a entidade responsável pela sua distribuição esteja previamente cadastrada na Subsecretaria de Cidadania.

### **JUSTIFICATIVA**

Com a inclusão da proposta acima, o Município contribuirá para campanhas publicitárias com caráter exclusivamente educativo, voltados à saúde ou assistência social.

Sala Emancipador Oswaldo Toschi, 05 de março de 2015.

**COMISSÃO ESPECIAL DE VEREADORES**



# *Câmara Municipal da Estância Balneária de Praia Grande*

## Estado de São Paulo

**SENHOR PRESIDENTE:**

Promovemos a seguinte proposta de alteração da Lei Complementar n.º 636, de 13 de dezembro de 2012:

**Artigo 9.º – Esta Lei Complementar entra em vigor na data de sua publicação, mas os efeitos para os anúncios existentes só passarão a ser produzidos após 24 meses da data de sua publicação.**

### **JUSTIFICATIVA**

A legislação que altera bruscamente todo o paisagismo urbano traz grandes impactos ao comércio, atingindo empresários que já dispenderam enormes quantias para renovar sua fachada e garantir anúncios e publicidade de qualidade.

Assim, para permitir a recuperação de investimentos, o prazo de 24 meses se torna razoável, tendo esta lei imediata aplicabilidade apenas para anúncios novos.

Sala Emancipador Oswaldo Toschi, 05 de março de 2015.

### **COMISSÃO ESPECIAL DE VEREADORES**



# *Câmara Municipal da Estância Balneária de Praia Grande*

## *Estado de São Paulo*

**SENHOR PRESIDENTE:**

Promovemos a seguinte proposta de alteração da Lei Complementar n.º 636, de 13 de dezembro de 2012:

**Artigo 10 –** O inciso II do § 1º do artigo 12 da Lei Complementar n.º 636, de 13 de dezembro de 2012, passa a vigorar com a seguinte redação:

Art. 12. ....

§ 1º. ....

**II – Todo e qualquer anúncio indicativo poderá possuir área máxima equivalente à 50% da testada do imóvel, desde que a altura do anúncio não exceda 1,00 metro.**

### **JUSTIFICATIVA**

Quando a Câmara ofereceu emenda ao projeto de Lei que deu origem à Lei Complementar n.º 659/13, ampliou para 50% a utilização das fachadas para fins de anúncios indicativos.

Ocorre que a referida alteração não gerou nenhum benefício direto ao empresário, já que os anúncios continuaram tendo medida máxima de 1,20 m<sup>2</sup> para testadas até 4,00 metros.

Tendo em vista as diversas manifestações de comerciantes de nosso Município, informando que um único anúncio de 1,20 m<sup>2</sup> em determinados estabelecimentos não é suficiente para conter todas as informações necessárias à identificação e propaganda dos produtos comercializados, propomos que a emenda parlamentar atinja seus reais objetivos, permitindo o uso de 50% da fachada para fins de anúncios.

Sala Emancipador Oswaldo Toschi, 05 de março de 2015.

### **COMISSÃO ESPECIAL DE VEREADORES**

Ilustríssimo Senhor Presidente da Câmara de Vereadores de Praia Grande/SP.

Nobre Vereador e mui digno Presidente,

Tendo em vista os últimos acontecimentos, Relevância e Urgência que o assunto merece o **Movimento Comercial e Empresarial de Praia Grande**, representado por sua Comissão Executiva devidamente eleita e empossada para tratar da proposta de regulamentação das Leis 636/12 e 659/13, convida Vossa Senhoria bem como dos componentes da CEV para representar esta Câmara de vereadores junto à mesa da **REUNIÃO EXTRAORDINÁRIA** dos empresários de Praia Grande/SP que será realizada às 19 horas do dia 12 de março de 2015 no conjunto Comercial Arena Omega sito à Av. Presidente Kennedy nº 13.000 esquina com Rua Nossa Senhora de Fátima.

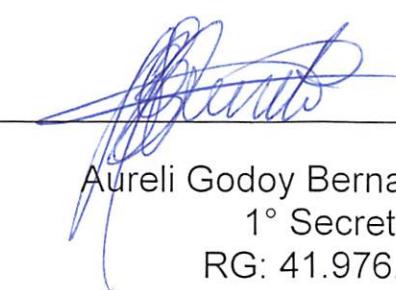
Pauta:

- 1- Apresentação da Proposta do Movimento Comercial e Empresarial devidamente encaminhado à Associação Comercial em pen drive no dia 27 de Fevereiro de 2015;
- 2- Apresentação da Proposta da Associação Comercial enviada aos vereadores e citada pelo vereador Serrano na plenária da sessão do dia 09 de março de 2015;

3- Questionamentos sobre a não participação deste movimento (parte diretamente interessada) junto à reunião realizada em duas oportunidades entre a Associação Comercial, CRECI e a CEV (Comissão Especial de Vereadores).

Certos do respeito e importância conferidos por esta Casa de Leis para com a população Praiagrandense, contamos com a vossa presença dos quais solicitamos confirmação pelos telefones: (13) 34746373 e (13) 974128008.

Praia Grande, 10 de Março de 2013.



Aureli Godoy Bernardo Henrique  
1º Secretário  
RG: 41.976.917-1



Maria do Camo de Oliveira Silva  
Advogada  
OAB/SP 341880

# ANÁLISE E PROPOSTAS DA LEI CIDADE LIMPA

**CRECI SP**  
CONSELHO REGIONAL DE CORRETORES DE IMÓVEIS



## **ARTIGO 2 DA LEI 659 E ARTIGO 7 DA LEI 636:**

### **ART. 7º. PARA OS FINS DESTA LEI COMPLEMENTAR, NÃO SÃO CONSIDERADOS ANÚNCIOS:**

I – LOGOTIPOS OU LOGOMARCAS DE POSTOS DE ABASTECIMENTO E SERVIÇOS AUTOMOTIVOS E DISTRIBUIDORES DA GÁS LIQUEFEITO DE PETRÓLEO, QUANDO VEICULADOS NOS EQUIPAMENTOS PRÓPRIOS DO MOBILIÁRIO OBRIGATÓRIO, COMO BOMBAS, DENSÍMETROS E SIMILARES;

#### **II – DENOMINAÇÕES DE PRÉDIOS E CONDOMÍNIOS;**

III – REFERÊNCIAS QUE INDIQUEM LOTAÇÃO, CAPACIDADE, QUE RECOMENDEM CAUTELA OU INDIQUEM PERIGO, DESDE QUE SEM QUALQUER LEGENDA, DÍSTICO OU DESENHO DE VALOR PUBLICITÁRIO;

IV – REFERÊNCIAS QUE INDIQUEM FINALIDADE DO MÓVEL OU IMÓVEL DESDE QUE:

**A) APRESENTEM ÁREA DE EXPOSIÇÃO IGUAL OU INFERIOR A 0,20M<sup>2</sup> (VINTE DECÍMETROS QUADRADOS);**

**B) NÃO TENHAM DISPOSITIVOS MECÂNICOS, NEM ELÉTRICOS;**

**CRECI SP**

CONSELHO REGIONAL DE CORRETORES DE IMÓVEIS



**ACE**  
ASSOCIAÇÃO COMERCIAL  
E EMPRESARIAL

## PROPOSTA DE ALTERAÇÕES NA LEI 636/12

### **Art. 12**

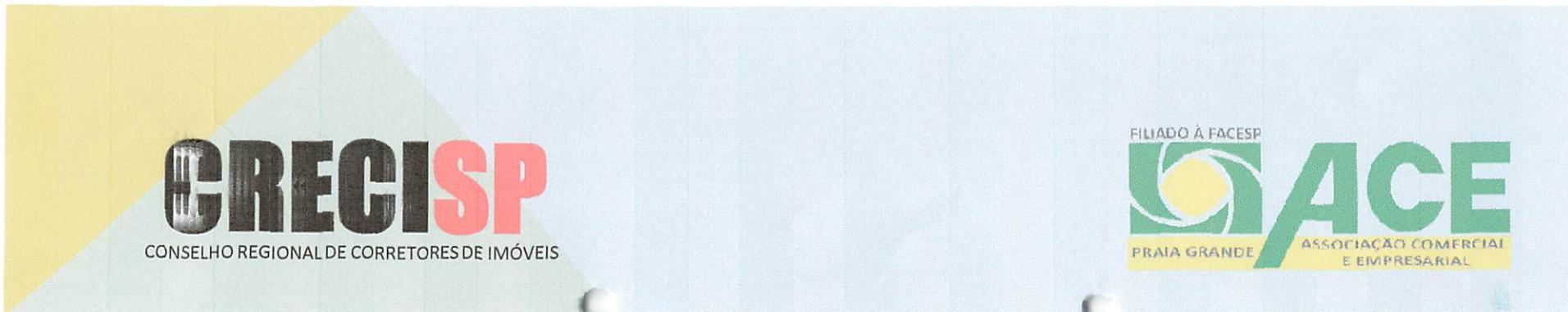
§ 8º. Não serão permitidas pinturas, apliques ou quaisquer outros elementos com fins promocionais ou publicitários, que sejam vistos dos logradouros públicos, além daqueles definidos nesta Lei Complementar. (atual)

**§ 8º. Não serão permitidas pinturas, apliques ou quaisquer outros elementos com fins promocionais ou publicitários. (nova redação)**

---

§ 9º. A altura máxima de qualquer parte do Letreiro não deverá ultrapassar, em nenhuma hipótese, a altura máxima de 5,00m (cinco metros).

**§ 9º. (revogar).**



## PROPOSTA DE ALTERAÇÕES NA LEI 636/12

**Art. 21.** Os letreiros somente poderão ser instalados após a devida emissão da licença.

**Art. 22.** O licenciamento do Letreiro será promovido anualmente pela Secretaria de Finanças, cabendo a Secretaria de Urbanismo a análise técnica dos laudos apresentados.

**PROPOSTA:** definir de qual modalidade de Letreiros se trata nos artigos 21 e 22, a saber: **ANUNCIO INDICATIVO, ANÚNCIO PUBLICITÁRIO ou ANÚNCIO ESPECIAL**



CONSELHO REGIONAL DE CORRETORES DE IMÓVEIS



**ACE**  
ASSOCIAÇÃO COMERCIAL  
E EMPRESARIAL

## PROPOSTA DE ALTERAÇÕES NAS OCORRÊNCIAS DA LEI 659/13

**Art. 2º.** O art. 7º da Lei Complementar nº 636, de 13 de dezembro de 2012, passa a vigorar com a seguinte redação e acrescido do inciso XII:

“Art. 7º. Para os fins desta Lei Complementar, não são considerados anúncios: (NR)

.....  
XI - a identificação das empresas nos veículos automotores utilizados para a realização de seus serviços, compreendendo somente a identificação da Razão Social da Pessoa Jurídica ou Nome Fantasia. (NR) **(ATUAL)**

**PROPOSTA: XI - a identificação das empresas nos veículos automotores utilizados para a realização de seus serviços, compreendendo a identificação da Razão Social da Pessoa Jurídica ou Nome Fantasia, endereço e meio de contato. (NR)**



CONSELHO REGIONAL DE CORRETORES DE IMÓVEIS



**ACE**  
ASSOCIAÇÃO COMERCIAL  
E EMPRESARIAL

## PROPOSTA DE ALTERAÇÕES NAS OCORRÊNCIAS DA LEI 659/13

Art. 4º. O art. 9º da Lei Complementar nº 636, de 13 de dezembro de 2012, passará a vigorar com a seguinte redação e acrescido da alínea “a” no inciso XI e do § 1º, § 2º e § 3º:

“Art. 9º. É proibida a instalação de anúncios, em: (NR)

XI – nos veículos automotores, motocicletas, bicicletas e similares e nos “trailers” ou carretas engatados ou desengatados de veículos automotores, salvo aqueles utilizados para transporte de carga, transporte público municipal objeto de concessão e táxis devidamente licenciados e padronizados através de regulamento baixado pelo Chefe do Executivo, no prazo de 90 (noventa) dias a partir da promulgação da presente Lei Complementar; (NR)

a) Exceto no período de temporada, compreendido entre os meses de dezembro, janeiro e fevereiro, veículos automotores adesivados com anúncios publicitários, poderão circular pela cidade, desde que devidamente autorizados pela Comissão Especial de Ordenamento Público, pagando as taxas devidas, por tempo determinado, ficando impedidos de ficar estacionados por mais de 02 (duas) horas no mesmo local, sob pena de aplicação das penalidades estipuladas nesta Lei Complementar.,

**PROPOSTA → REVOGAR A ALÍNEA “A”, HAJA VISTA QUE A MESMA PRIVILEGIA OS COMERCIANTES NÔMADAS EM PREJUÍZO DOS FIXOS.**



CONSELHO REGIONAL DE CORRETORES DE IMÓVEIS



FILIADO À FACESP  
PRAIA GRANDE

ACE  
ASSOCIAÇÃO COMERCIAL  
E EMPRESARIAL

## PROPOSTA DE ALTERAÇÕES NAS OCORRÊNCIAS DA LEI 659/13

Art. 11. O Art. 17 da Lei Complementar passará a vigorar com a seguinte redação:

Art. 17. ....

I. ....

II - de finalidade educativa, informativa ou de orientação social, religiosa, de programas políticos ou ideológicos, em caso de plebiscitos ou referendos populares, devendo ficar em exposição pelo prazo máximo de 30 (trinta) dias, ou, em período previamente estipulado pela Comissão Especial de Ordenamento Público;

.....

IV - de finalidade imobiliária, quando for destinado à informação do público para aluguel ou venda de imóvel, não podendo sua área ultrapassar 0,16 cm<sup>2</sup> (**dezesseis centímetros quadrado**), devendo estar contido dentro do lote e só será permitido um anúncio por imóvel, sob pena de multa a ser imposta ao proprietário e as imobiliárias.

***PROPOSTA: CORRIGIR A REDAÇÃO, ONDE ESTÁ ESCRITO “DEZESSEIS CENTÍMETROS QUADRADO” COLOCAR “DEZESSEIS DECÍMETROS QUADRADOS”.***



CONSELHO REGIONAL DE CORRETORES DE IMÓVEIS



## PROPOSTA DE ALTERAÇÕES NAS OCORRÊNCIAS DA LEI 659/13

Art. 12. Será permitido somente um único Letreiro por imóvel público ou privado, que deverá conter todas as informações necessárias ao público.

§ 1º. Os letreiros deverão atender as seguintes condições:

- I - quando a testada do imóvel for inferior a 4,00m (quatro metros) lineares, a área total do anúncio não deverá ultrapassar 1,20m<sup>2</sup> (um metro e vinte decímetros quadrados);
- II - quando a testada do imóvel for igual ou superior a 4,00m (quatro metros) lineares admitido o acréscimo de 0,40 (quarenta) centímetros quadrados para cada metro linear de testada, não podendo ultrapassar 30 (trinta) metros quadrados

**PROPOSTA: CORRIGIR A UNIDADE DE MEDIDA NA REDAÇÃO DA LEI, USANDO COMO MEDIDA OFICIAL O DECÍMETRO AO INVÉS DO CENTÍMETRO.**

**ACRESCENTAR: III – O CRECI**



CONSELHO REGIONAL DE CORRETORES DE IMÓVEIS



## PROPOSTA DE ALTERAÇÕES NAS OCORRÊNCIAS DA LEI 659/13

Art. 6º. O art. 10 da Lei Complementar nº 636, de 13 de dezembro de 2012, passará a vigorar com a seguinte redação:

“Art. 10. É proibido colocar anúncio na paisagem que: (NR)

V – pintadas diretamente ou afixadas em postes, muros, paredes ou tapumes, frontais ao passeio ou a vias e logradouros públicos, excetuando-se dessa proibição a publicidade em tapumes e muros relativas a empreendimentos e espetáculos que estejam sendo executados e realizados no local; (NR)

VI - tiver dispositivos luminosos de luz intermitente. (NR)”

**PROPOSTA: REVOGAR O INCISO VI**



CONSELHO REGIONAL DE CORRETORES DE IMÓVEIS



## PROPOSTA DE ALTERAÇÕES NAS OCORRÊNCIAS DA LEI 659/13

Art. 7º. O art. 11 da Lei Complementar nº 636, de 13 de dezembro de 2012, passará a vigorar com a seguinte redação:

“Art. 11. Para os efeitos desta Lei Complementar, considera-se, para a utilização da paisagem urbana, todos os anúncios, desde que visíveis do logradouro público em movimento ou não, instalados em: (NR)

.....

§ 1º. Para fins do disposto neste artigo, considera-se visível qualquer anúncio instalado em espaço externo ou interno da edificação e externo ou interno dos veículos automotores, excetuados aqueles utilizados para transporte de carga, transporte público municipal objeto de concessão e táxis devidamente licenciados e padronizados através de regulamento baixado pelo Chefe do Executivo, no prazo de 90 (noventa) dias a partir da promulgação da presente Lei Complementar. (NR)”

§ 2º. Fica proibido afixar anúncio em espaço interno de qualquer edificação que se comunique diretamente com o exterior através de abertura ou vedo transparente, excetuando aqueles disciplinados nesta Lei Complementar. (NR)

**PROPOSTA: REVOGAR OS §§ 1º E 2º.**



CONSELHO REGIONAL DE CORRETORES DE IMÓVEIS



## PORPOSTA DE ALTERAÇÕES NAS OCORRÊNCIAS DA LEI 659/13

IV - de finalidade imobiliária, quando for destinado à informação do público para aluguel ou venda de imóvel, não podendo sua área ultrapassar 0,16 cm<sup>2</sup> (dezesseis centímetros quadrado), devendo estar contido dentro do lote e só será permitido um anúncio por imóvel, sob pena de multa a ser imposta ao proprietário e as imobiliárias.

a) O anúncio de finalidade imobiliária deverá conter a informação de aluguel ou venda do imóvel, telefone, endereço e CRECI do profissional responsável pela transação imobiliária.

**PROPOSTA → INCLUIR:**

b) Fica autorizada a retirada de placas imobiliárias colocadas irregularmente em logradouros e equipamentos públicos pela fiscalização do CRECI/SP.



CONSELHO REGIONAL DE CORRETORES DE IMÓVEIS



**ACE**  
ASSOCIAÇÃO COMERCIAL  
E EMPRESARIAL

## PROPOSTA DE ALTERAÇÕES NAS OCORRÊNCIAS DA LEI 659/13

Art. 18. Fica criado o art. 31-A na Seção IV do CAPÍTULO IV da Lei Complementar nº 636, de 13 de dezembro de 2012:

Art. 31-A. Fica criada Comissão Especial de Ordenamento Público – CEOP, com a função de deliberar, autorizar e dirimir eventuais ambigüidades na interpretação ou casos omissos pertinentes a esta Lei Complementar.

Parágrafo único. A CEOP será presidida pela Secretaria de Governo e deverá ser composta por 01 (um) membro de cada uma das seguintes Secretarias: Comunicação Social; Educação; Trânsito; Assuntos de Segurança Pública; Saúde Pública; Esporte e Lazer; Cultura e Turismo e Promoção Social.

***PROPOSTA – TRANSFORMAR A CEOP E JUNTA ESPECIAL (JEOP) E INCLUIR REPRESENTANTES DA SOCIEDADE CIVIL ORGANIZADA – ACEPG, CRECI.***

**art. 12.**

§ 4º. o letreiro:

- i- não poderá avançar sobre o passeio público ou calçada;
- ii- **não poderá ocupar mais que 40%** ( quarenta por cento) da testada do imóvel;
- iii- quando utilizar letra caixa, **poderá ocupar até 50%** ( cinquenta por cento ) da testada do imóvel;
- iv- **excepcionam** as regras contidas nos incisos anteriores, as seguintes situações:
  - a) quando o estabelecimento estiver localizado em área em que houver projeto de **cobertura uniforme e padronizada pela prefeitura**, desde que, o proprietário suporte as despesas com a instalação desta, terá os limites estabelecidos nos incisos i e ii deste parágrafo, **ampliados em 30%** (trinta por cento) **ocupar até 50%** ( cinquenta por cento) da testada do imóvel;
  - b) quando imóvel estiver situado nas avenidas roberto de almeida vinhas, marcos freire e marginal, os limites estabelecidos nos incisos i e ii deste parágrafo ficam **ampliados e 30%** (trinta por cento) quanto as dimensões.

# ANÁLISE E PROPOSTAS DA LEI CIDADE LIMPA

**CRECI SP**  
CONSELHO REGIONAL DE CORRETORES DE IMÓVEIS

FILIADO À FACESP  
  
PRAIA GRANDE **ACE** ASSOCIAÇÃO COMERCIAL  
E EMPRESARIAL

## PROPOSTA DE ALTERAÇÕES NA LEI 636/12

### **Art. 12**

**§ 8º.** Não serão permitidas pinturas, apliques ou quaisquer outros elementos com fins promocionais ou publicitários, que sejam vistos dos logradouros públicos, além daqueles definidos nesta Lei Complementar. (atual)

**§ 8º.** Não serão permitidas pinturas, apliques ou quaisquer outros elementos com fins promocionais ou publicitários. (nova redação)

---

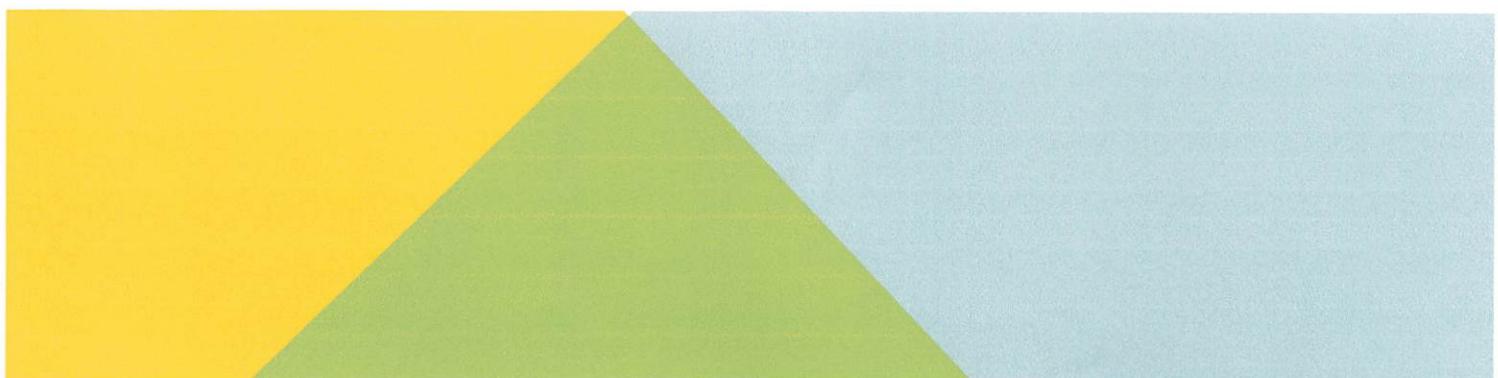
**§ 9º.** A altura máxima de qualquer parte do Letreiro não deverá ultrapassar, em nenhuma hipótese, a altura máxima de 5,00m (cinco metros).

**§ 9º. (revogar).**

**Art. 21.** Os letreiros somente poderão ser instalados após a devida emissão da licença.

**Art. 22.** O licenciamento do Letreiro será promovido anualmente pela Secretaria de Finanças, cabendo a Secretaria de Urbanismo a análise técnica dos laudos apresentados.

**PROPOSTA:** definir de qual modalidade de Letreiros se trata nos artigos 21 e 22, a saber: **ANUNCIO INDICATIVO, ANÚNCIO PUBLICITÁRIO ou ANÚNCIO ESPECIAL**



## PROPOSTA DE ALTERAÇÕES NAS OCORRÊNCIAS DA LEI 659/13

**Art. 2º.** O art. 7º da Lei Complementar nº 636, de 13 de dezembro de 2012, passa a vigorar com a seguinte redação e acrescido do inciso XII:

“Art. 7º. Para os fins desta Lei Complementar, não são considerados anúncios: (NR)

.....  
XI - a identificação das empresas nos veículos automotores utilizados para a realização de seus serviços, compreendendo somente a identificação da Razão Social da Pessoa Jurídica ou Nome Fantasia. (NR) (ATUAL)

**PROPOSTA: XI - a identificação das empresas nos veículos automotores utilizados para a realização de seus serviços, compreendendo a identificação da Razão Social da Pessoa Jurídica ou Nome Fantasia, endereço e meio de contato. (NR)**

**Art. 4º.** O art. 9º da Lei Complementar nº 636, de 13 de dezembro de 2012, passará a vigorar com a seguinte redação e acrescido da alínea “a” no inciso XI e do § 1º, § 2º e § 3º:

“Art. 9º. É proibida a instalação de anúncios, em: (NR)

XI – nos veículos automotores, motocicletas, bicicletas e similares e nos “trailers” ou carretas engatados ou desengatados de veículos automotores, salvo aqueles utilizados para transporte de carga, transporte público municipal objeto de concessão e táxis devidamente licenciados e padronizados através de regulamento baixado pelo Chefe do Executivo, no prazo de 90 (noventa) dias a partir da promulgação da presente Lei Complementar; (NR)

a) Exceto no período de temporada, compreendido entre os meses de dezembro, janeiro e fevereiro, veículos automotores adesivados com anúncios publicitários, poderão circular pela cidade, desde que devidamente autorizados pela Comissão Especial de Ordenamento Público, pagando as taxas devidas, por tempo determinado, ficando impedidos de ficar estacionados por mais de 02 (duas) horas no mesmo local, sob pena de aplicação das penalidades estipuladas nesta Lei Complementar.,

**PROPOSTA REVOGAR A ALÍNEA “A”, HAJA VISTA QUE A MESMA PRIVILEGIA OS COMERCIANTES NÔMADES EM PREJUÍZO DOS FIXOS.**

## PROPOSTA DE ALTERAÇÕES NAS OCORRÊNCIAS DA LEI 659/13

Art. 11. O Art. 17 da Lei Complementar passará a vigorar com a seguinte redação:

Art. 17. ....

I. ....

II - de finalidade educativa, informativa ou de orientação social, religiosa, de programas políticos ou ideológicos, em caso de plebiscitos ou referendos populares, devendo ficar em exposição pelo prazo máximo de 30 (trinta) dias, ou, em período previamente estipulado pela Comissão Especial de Ordenamento Público;

.....

IV - de finalidade imobiliária, quando for destinado à informação do público para aluguel ou venda de imóvel, não podendo sua área ultrapassar  $0,16 \text{ cm}^2$  (**dezesseis centímetros quadrado**), devendo estar contido dentro do lote e só será permitido um anúncio por imóvel, sob pena de multa a ser imposta ao proprietário e as imobiliárias.

**PROPOSTA: CORRIGIR A REDAÇÃO, ONDE ESTÁ ESCRITO “DEZESSEIS CENTÍMETROS QUADRADO” COLOCAR “DEZESSEIS DECÍMETROS QUADRADOS”.**

Art. 12. Será permitido somente um único Letreiro por imóvel público ou privado, que deverá conter todas as informações necessárias ao público.

§ 1º. Os letreiros deverão atender as seguintes condições:

I - quando a testada do imóvel for inferior a 4,00m (quatro metros) lineares, a área total do anúncio não deverá ultrapassar  $1,20\text{m}^2$  (um metro e **vinte decímetros quadrados**);  
II - quando a testada do imóvel for igual ou superior a 4,00m (quatro metros) lineares admitido o acréscimo de 0,40 (quarenta) **centímetros quadrados** para cada metro linear de testada, não podendo ultrapassar 30 (trinta) metros quadrados

**PROPOSTA: CORRIGIR A UNIDADE DE MEDIDA NA REDAÇÃO DA LEI, USANDO COMO MEDIDA OFICIAL O DECÍMETRO AO INVÉS DO CENTÍMETRO.**

**ACRESCENTAR: III – O CRECI**

## PROPOSTA DE ALTERAÇÕES NAS OCORRÊNCIAS DA LEI 659/13

Art. 6º. O art. 10 da Lei Complementar nº 636, de 13 de dezembro de 2012, passará a vigorar com a seguinte redação:

“Art. 10. É proibido colocar anúncio na paisagem que: (NR)

V – pintadas diretamente ou afixadas em postes, muros, paredes ou tapumes, frontais ao passeio ou a vias e logradouros públicos, excetuando-se dessa proibição a publicidade em tapumes e muros relativas a empreendimentos e espetáculos que estejam sendo executados e realizados no local; (NR)

VI - tiver dispositivos luminosos de luz intermitente. (NR)”

### PROPOSTA: REVOGAR O INCISO VI

Art. 7º. O art. 11 da Lei Complementar nº 636, de 13 de dezembro de 2012, passará a vigorar com a seguinte redação:

“Art. 11. Para os efeitos desta Lei Complementar, considera-se, para a utilização da paisagem urbana, todos os anúncios, desde que visíveis do logradouro público em movimento ou não, instalados em: (NR)

.....  
§ 1º. Para fins do disposto neste artigo, considera-se visível qualquer anúncio instalado em espaço externo ou interno da edificação e externo ou interno dos veículos automotores, excetuados aqueles utilizados para transporte de carga, transporte público municipal objeto de concessão e táxis devidamente licenciados e padronizados através de regulamento baixado pelo Chefe do Executivo, no prazo de 90 (noventa) dias a partir da promulgação da presente Lei Complementar. (NR)”

§ 2º. Fica proibido afixar anúncio em espaço interno de qualquer edificação que se comunique diretamente com o exterior através de abertura ou vedo transparente, excetuando aqueles disciplinados nesta Lei Complementar. (NR)

### PROPOSTA: REVOGAR OS §§ 1º E 2º.

## PROPOSTA DE ALTERAÇÕES NAS OCORRÊNCIAS DA LEI 659/13

IV - de finalidade imobiliária, quando for destinado à informação do público para aluguel ou venda de imóvel, não podendo sua área ultrapassar 0,16 cm<sup>2</sup> (dezesseis centímetros quadrado), devendo estar contido dentro do lote e só será permitido um anúncio por imóvel, sob pena de multa a ser imposta ao proprietário e as imobiliárias.

a) O anúncio de finalidade imobiliária deverá conter a informação de aluguel ou venda do imóvel, telefone, endereço e CRECI do profissional responsável pela transação imobiliária.

### **PROPOSTA INCLUIR:**

**b) Fica autorizada a retirada de placas imobiliárias colocadas irregularmente em logradouros e equipamentos públicos pela fiscalização do CRECI/SP.**

Art. 18. Fica criado o art. 31-A na Seção IV do CAPÍTULO IV da Lei Complementar nº 636, de 13 de dezembro de 2012:

Art. 31-A. Fica criada Comissão Especial de Ordenamento Público – CEOP, com a função de deliberar, autorizar e dirimir eventuais ambigüidades na interpretação ou casos omissos pertinentes a esta Lei Complementar.

Parágrafo único. A CEOP será presidida pela Secretaria de Governo e deverá ser composta por 01 (um) membro de cada uma das seguintes Secretarias: Comunicação Social; Educação; Trânsito; Assuntos de Segurança Pública; Saúde Pública; Esporte e Lazer; Cultura e Turismo e Promoção Social.

**PROPOSTA – TRANSFORMAR A CEOP E JUNTA ESPECIAL (JEOP) E INCLUIR REPRESENTANTES DA SOCIEDADE CIVIL ORGANIZADA – ACEPG, CRECI.**



## **SUGESTÕES DE ADEQUAÇÃO DA LEI 636 | 2012**

Como é de conhecimento geral, a CDL Praia Grande, através de sua diretoria, vem trabalhando na elaboração de alternativas para a lei acima, desde fevereiro de 2013.

Após várias reuniões técnicas, inclusive com a parceria da SEPEX (Sindicato das Empresas de Publicidade Externa do estado de São Paulo), sugerimos e apresentamos, a tempo, alterações na lei em vigor, por escrito, em comissão de trabalho na Câmara Municipal de Praia Grande, e junto a Vice Prefeita Maura Ligia e secretariado, em reuniões formais e documentadas, no intuito de sensibilizar o executivo e o legislativo, na flexibilização e adequação dos impactos.

Como nossas ações não resultaram reciprocamente em resultados expressivos, e apesar de desconsideradas nossas propostas até então, reiteramos nosso trabalho, apresentando abaixo, sugestões para minimizar os efeitos que a lei vem causando.

Consideramos que as leis devem reger posturas e regrar a comunidade, porém, também devem se adequar as necessidades da sociedade envolvida, respeitando princípios básicos de relacionamento entre os envolvidos.

### **SUGESTÕES:**

#### **1) Toldos:**

Permitir Toldos fixos e toldos retráteis desde que não ultrapasse 70 % da passeio público (desde que não tenha suporte sobre o mesmo) e a propaganda na frente do toldo pode ser no máximo 20 cm de altura.

Permitindo letreiro indicativo, respeitando-se 80% de ocupação, com no máximo 20% destinado a aposição de logotipos de empresas parceiras com autorização por escrito, inerentes ao negócio.

#### **2) Prédios comerciais:**

Permissão de propaganda desde que não ultrapasse o limite de suas janelas e sejam encostadas nas fachadas.

#### **3) Estruturas:**

Aceitação de estruturas em alumínio/ ferro/inox/pvc

Sem aceitação de estruturas dos anúncios indicativos em madeiras...

- 4) Testadas (anuncio indicativo)
  - a) Aumento de ocupação para 80% da testada.
  - b) Esquinas com respeito ás mesmas regras
  - c) Não ultrapassar 30<sup>2</sup> mts.
- d) Permissão de aposição de logotipos de parceiros **inerentes** ao negócio principal, com autorização por escrito, respeitando-se o máximo de 20% de ocupação
- e) Permissão de propaganda através de adesivos e banners nos vidros e portas do comercio e imobiliárias, respeitando-se os limites da fachada.

5) Veículos automotores:

Permissão de aposição de adesivos em veículos de empresas devidamente regularizadas pelo poder público.

6) Placas imobiliárias (venda, aluguel):

Permissão nos tamanhos máximos de 50 X 40 cm.

7) Totem:

Acrescentar a permissão de colocação de totem luminoso lateral, nas medidas máximas de 1,50 metro X 80 centímetro, com aposição de logotipo de empresa parceira, com autorização por escrito e nos limites máximos de ocupação de 20% do total.

Cordialmente



Antonio Luiz de Souza

Câmara de Dirigentes Lojistas de Praia Grande



*De olho na*  
**Lei da Comunicação Visual**



## ***Institucional CDL Praia Grande***

A Câmara de Dirigentes Lojistas está empenhada em ajudar você, empreendedor, a aumentar o sucesso de seus negócios.

Aqui na Praia Grande, a CDL PG desempenha um amplo trabalho, fortalecendo o comércio, colaborando com o desenvolvimento da cidade através de um conjunto de serviços aos associados.

Se você ainda não é um associado, fale conosco. São diversos os benefícios, desde o serviço de consulta e proteção ao crédito, até acesso à linhas de financiamento exclusivas.

Além de promover e fortalecer o mercado local, a CDL Praia Grande também está antenada e participa de discussões que afetam o comércio de nossa cidade, como a recente alteração na Lei sobre Comunicação Visual.

Venha, participe, a Câmara de Dirigentes Lojistas está de braços abertos para você, pequeno, médio ou grande empresário, que investe em nossa cidade e busca fortalecer sua relação com seus clientes.

Conte conosco, entre em contato, associe-se e colabore com o desenvolvimento do comércio de Praia Grande.

## *Por que associar-se?*

---

**Associando-se ao CDL PG, você, seus funcionários e familiares, terão ao seu lado, uma entidade que:**

- ✓ Promove a aproximação dos lojistas, de modo a estimular companheirismo, a ética e constante colaboração, visando ampliar a representação da classe lojista em todos os foros de discussão de assuntos de interesse ao segmento;
- ✓ Cria clima propício à cooperação e a troca de informações, visando conseguir ações conjuntas das CDLs, nos estudos e defesas das associadas;
- ✓ Defende o princípio da liberdade, que se desdobra no campo político e, no campo econômico, no primado da livre iniciativa e da livre concorrência;
- ✓ Promove e estimula o treinamento empresarial, bem como os estudos de problemas específicos da atividade lojista e difunde seus resultados.

## ***Benefícios:***

---

Toda empresa associada ao CDL PG, usufrui de uma rede de vantagens, especialmente preparadas por nossa equipe, entre eles:

- ✓ **Oportunidade de participar nas campanhas promocionais do CDL Praia Grande;**
- ✓ **Presença gratuita em nosso Guia de Produtos e Serviços On Line; que está sendo totalmente reformulado para a temporada 2014/2015;**
- ✓ **Presença Gratuita no Mapa Turístico de Praia Grande/CDLPG;**
- ✓ **Planos de saúde empresa com preços especiais e benefícios exclusivos para lojistas, funcionários e familiares;**
- ✓ **Abertura e acompanhamento de processo junto ao DPVAT (seguro obrigatório) diretamente aos beneficiários GRATUITAMENTE.**
- ✓ **Participação com descontos especiais em Cursos e palestras principalmente nas áreas de atendimento, qualidade e vendas;**
- ✓ **Participação gratuita no Banco de Currículos e recolocação profissional do CDL PG que está sendo totalmente reformulado para a temporada 2014/2015;**
- ✓ **Participação nas Ações de vendas integradas ao calendário oficial da cidade;**

## ***Benefícios:***

---

- ✓ Consulta **ONLINE** com **preços exclusivos** e diferenciados ao **SPC BRASIL**, atualmente o mais completo banco de dados do Brasil;
- ✓ **Descontos muito interessantes** em diversas **empresas da cidade**, propiciando o **consumo e interação** entre os associados;
- ✓ **Consultoria gratuita**, em várias áreas como: **advocacia, publicidade, tecnologia, seguros, certificação digital, marketing, ações promocionais, e muitas outras.**
- ✓ **Orientação e intermediação exclusiva de crédito** junto ao **Banco de Fomento do estado de São Paulo.**
- ✓ E muito mais, cadastre-se e mantenha-se informado:  
[www.cdlpraiagrande.com.br](http://www.cdlpraiagrande.com.br)

## *De olho na Lei da Comunicação Visual*

Praia Grande, cidade do litoral paulista, adotou uma legislação no final de 2012 (Lei Complementar 636) que afeta diretamente as diversas formas de comunicação visual utilizadas pelas empresas que vendem seus produtos e serviços no município.

Mais recentemente, em outubro de 2013, essa Legislação foi atualizada (Lei Complementar 659), e novas regras foram adotadas, que alteram significativamente como você, empresário, fará para impactar seus clientes com a comunicação visual de sua sede ou filiais de seu negócio.

Neste guia, vamos abordar pontos principais do assunto.



## *Por dentro das definições da Lei*

### ➤ **Anúncio Indicativo**

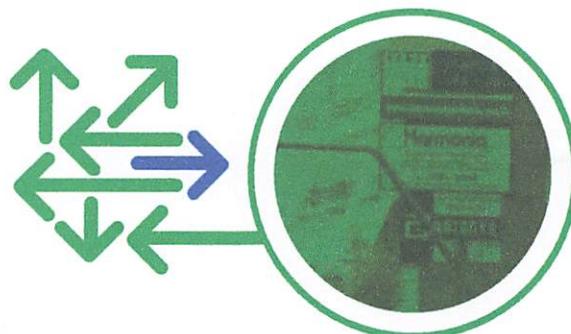
Aquele que está no local da Empresa;  
(Exemplo: placas, fachada, letreiro, etc)

### ➤ **Anúncio Publicitário**

Aquele que está distante da Empresa  
(Exemplo: outdoor em um terreno)

### ➤ **Anúncio Especial**

Aquele que tem finalidade cultural, eleitoral, educativa ou imobiliária  
(Exemplo: no caso de imobiliárias, placas de indicação de venda/locação nos imóveis – limite de 1 m<sup>2</sup>)

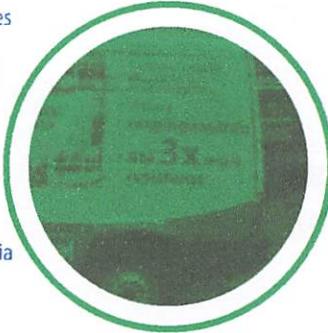


## *O que NÃO pode?*

- ☒ Instalar anúncios na orla, praças, vias públicas e no mobiliário urbano em geral  
(Exemplo: colar cartaz nos pontos de ônibus)
- ☒ Atrapalhar o livre acesso de pessoas
- ☒ Confundir motoristas, afetando a sinalização de interesse público
- ☒ Avançar sobre o passeio público (calçadas);
- ☒ Ocupar mais de 50% da testada do imóvel (exceto anúncio em letra caixa, no caso pode chegar a 60%)

Fique de olho – veículos automotores não podem ser adesivados com anúncio. A exceção é no período de temporada, mas tem que ter aprovação da Prefeitura e recolhimento de taxas.

No caso de frota de serviços, os mesmos só podem ser adesivados com a Razão Social ou Nome Fantasia da empresa.



## *Evite dor de cabeça*

---

Os anúncios devem ter autorização da Prefeitura e neles, assim que aprovados, constar o número do Cadastro imobiliário / número da licença de forma legível.

Não coloque cartaz ou lambe-lambe em postes, viadutos, passarelas e em tapumes

Lembre-se que a empresa contratada para produzir seu anúncio indicativo ou publicitário também é responsável legal pela publicidade

Mantenha a manutenção de sua fachada/anúncio indicativo sempre em dia.

"banners", "lambe-lambe", faixas, cartazes, pinturas e semelhantes também são proibidos, com exceção do que for autorizado pela Prefeitura

A multa aplicada pela Prefeitura é de R\$ 1 mil no caso de anúncios irregulares.

## *O que pode?*

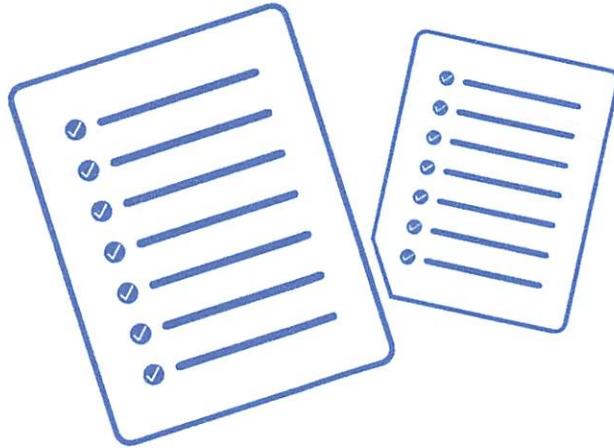
- ✓ Colocar um anúncio por testada do imóvel, no caso de ficar em esquinas (respeitando o 50% de ocupação da área quando o anúncio for tradicional e 60% quando usar letra caixa)
- ✓ Distribuição de volantes/panfletos, desde que aprovados pela Prefeitura e que tenham 25% de área para mensagens de interesse público.
- ✓ Totens devem ter no máximo 7 metros de altura
- ✓ Em algumas avenidas, os totens podem chegar a 10 metros de altura e a publicidade 32m<sup>2</sup>



## *O que fazer?*

---

- Fale com a CDL antes de alterar a identificação e comunicação visual de sua empresa
- Contrate um bom profissional da área de comunicação, que esteja por dentro da Lei
- Apresente o projeto na Prefeitura para aprovação
- Não se esqueça de que é permitido apenas 1 anúncio por fachada na sede de sua empresa





E-mail: contato@cdlpriagrande.com.br

.....  
[www.cdlpriagrande.com.br](http://www.cdlpriagrande.com.br)

**Propostas de Alterações de alguns municípios, comerciantes e  
publicitários**

Lei 636/12 – Art. 21 e Art. 22

PROPOSTA: Definir de qual modalidade de Letreiros se trata nos artigos 21 e 22, a saber: ANÚNCIO INDICATIVO, ANÚNCIO PUBLICITÁRIO ou ANÚNCIO ESPECIAL.

Lei 659/13 – Art.2º

PROPOSTA:

II – Denominações de prédios e condomínios

IV - ...

- a) Apresentem área de exposição igual ou inferior a 0,50m<sup>2</sup>  
(cinquenta decímetros quadrados);

Lei 659/13 – Art. 8º

PROPOSTA:

... Será permitido somente um anúncio indicativo por imóvel público ou privado, que deverá conter todas as informações necessárias ao público.

“Alterar este caput e as medidas”

Explicação: Se o legislador já reduziu consideravelmente a metragem quadrada de publicidade do estabelecimento, então não precisa estabelecer a quantidade de placas, somente o total.

Inciso I – O anúncio indicativo não poderá ultrapassar dois terços da fachada para estabelecimentos comerciais estabelecidos no primeiro piso e um terço para empresas estabelecidas no segundo piso.

Inciso II – Altura máxima de 7,00 metros para TOTENS e 5,00 metros para anúncio de empresas estabelecido no piso térreo.

Parágrafo único – O anúncio indicativo máximo permitido é de 27 metros quadrados.

#### REVOGAR Parágrafo 2º e 3º do Artigo 8º da Lei 659

##### Artigo 8 da Lei 659

... 4º. O anúncio indicativo...

“Não precisa de exceções”

Explicação: Se alterar o limite máximo de 50% para dois terços ou 66%, não precisaremos abrir exceção para locais padronizados pela prefeitura;

Pode estabelecer padrões de cavaletes para imobiliárias, dentro de seu recuo e com medidas padronizadas de 0.70 X 1.40m e quantidade mínima de 3 e máxima de 10 cavaletes, dependendo da testada do estabelecimento.

Em porta de vidro, podemos também estabelecer uma margem de 50% do vidro.

##### Artigo 8 da Lei 659

... 4º. O anúncio indicativo...

“A Lei não pode beneficiar o infrator?”

Explicação:

Na visão do comerciante o legislador beneficiou o infrator.

Os anúncios indicativos poderão avançar 0,15m do passeio. Mas só se beneficiarão deste inciso as edificações que não respeitaram o recuo e avançaram a testada até o limite da calçada.

As edificações que estão cinco metros da calçada terão seus anúncios indicativos recuados porque esta Lei proíbe anúncios sobre coberturas consideradas móveis ou estruturas que descaracterizem a fachada, ou seja, quem respeitou o código de obras vai perder visibilidade.

#### Artigo 4 da Lei 659

... É proibida a instalação de anúncios em:

Inciso XI – Nos veículos automotores, motocicletas, bicicletas, ...  
“Solicitam a revogação deste inciso e a criação de Lei especial para regulamentar em nossa cidade a licença para anúncios visuais e sonoros em veículos automotores ou não.”

#### Artigo 4 da Lei 659

... É proibida a instalação de anúncios em:

“Criação de novo inciso para regulamentar a distribuição de folhetos.”

“Inciso XI – Somente será permitida a distribuição de anúncios publicitários através de volantes ou folhetos, após o anunciante ter preenchido requerimento de autorização e recolhido todas as taxas.”

Assim o anunciante prestará as informações para base de cálculo no requerimento preenchido na Prefeitura, a mesma calcula e cobra as taxas devidas.

#### Artigo 4 da Lei 659

... É proibida a instalação de anúncios em:

... Fora da temporada...

“Solicitamos a revogação deste inciso e a criação de Lei Especial para regulamentar em nossa cidade a licença para anúncios visuais e sonoros em veículos automotores ou não.”

Explicação: Não concordam com o fato de ser permitido somente na temporada.

#### Artigo 7 da Lei 659

... Considera-se, para utilização da paisagem urbana todos os anúncios, desde que visíveis do logradouro público...

Parágrafo 1º - ... espaço interno ou externo da edificação, e interno e externo dos veículos automotores...

“Necessário mudar o parágrafo 1º e revogar o 2º”

#### Artigo 6 da Lei 659

... É permitido colocar anúncios indicativos em empenas cegas desde que...

“Autorizar e regulamentar os anúncios das empenas cegas”

#### Artigo 6 da Lei 659

... É proibido colocar anúncios...

Inciso VI – Quando tiver dispositivos luminosos de luz intermitente...

“Revogar os parágrafos 1º e 2º do Inciso VI.”

A iniciativa privada precisa ser preservada.

Os agentes de publicidade que já dispõe de painéis instalados na cidade não podem ter a sua atividade comercial principal suprimida por uma lei posterior porque estará sendo lesado o artigo 5º da Constituição: “O direito não pode prejudicar o direito adquirido, o ato jurídico perfeito e a coisa julgada.”

Não seria prudente, por parte do governo, prejudicar toda cadeia produtiva de um setor da cidade e estar sujeita a uma demanda judicial individual ou coletiva, correndo o risco de perder. Em caso de derrota, o prejuízo caíra no colo da população que verá o dinheiro de seus tributos sendo utilizados para indenizar terceiros ao invés de contribuir para melhorar a cidade.

Assim para os anúncios publicitários deve-se ter uma padronização, com manutenção prevista, periódica.

Medida para painéis: área máxima de 32 m<sup>2</sup> – altura máxima de 14m;

Medida para outdoor: área padrão de 27 m<sup>2</sup> – altura mínima de 3m e máxima de 6m;

Permitido agrupamento máximo de 3 outdoors no mesmo imóvel, com distância de 1m.

Distância mínima de 1,5m entre limites do imóvel para outdoor e painel;

Painéis (Front-Light, Triedro, Painel Eletrônico) só podem ser instalados em área livre do imóvel e o local deve ser murado.

Rarefação mínima de 500m painel/outdoor/agrupamento de outdoor;

Registros das empresas – que deverão ser regulamentadas e cadastradas na Prefeitura.

**Carlos Eduardo Gonçalves Karan**



*Câmara Municipal da Estância Balneária de Praia Grande*  
*Estado de São Paulo*

**SENHOR PRESIDENTE  
SENHORES VEREADORES**

**JUSTIFICATIVA Nº**

Apresento para avaliação dos ilustres Pares, a alteração das Leis Complementares nº 636/2012 e nº 659/13. Que fique autorizado Lambe – Lambe desde que a empresa que for executar o serviço sejam feitos conforme os padrões, e que sejam respeitados pelos módulos que já explorado em nosso Município.

Vejo a responsabilidade desse município estar agregando a liberdade publicitaria para todos.

Uma vez que as empresas que atuam na região e nessa comarca gera emprego e valoriza a cultura e mantém informado toda sociedade sobre os momentos comemorativos e eventos e este é o único meio legal de melhor informar a todos.

Obs. Nos demais este vereador vai seguir as reivindicações da Comissão da Fachada Livre que é formada por três representantes comercial, três representantes publicitários e três representantes imobiliários.

Sala Emancipador Oswaldo Toschi, 18 de Março de 2015.

**EUVALDO REIS DOS SANTOS MENEZES**

**PTN**

# PRAIA GRANDE LINDA

Proposta de Legislação para Publicidade Exterior

**SEPEX-SP**





# **ANÁLISE E PROPOSTAS DA LEI CIDADE LIMPA**

**ARTIGO 2 DA LEI 659 E ARTIGO 7 DA LEI 636:**

**ART. 7º. PARA OS FINS DESTA LEI COMPLEMENTAR, NÃO SÃO CONSIDERADOS ANÚNCIOS:**

I – LOGOTIPOS OU LOGOMARCAS DE POSTOS DE ABASTECIMENTO E SERVIÇOS AUTOMOTIVOS E DISTRIBUIDORES DE GÁS LIQUEFEITO DE PETRÓLEO, QUANDO VEICULADOS NOS EQUIPAMENTOS PRÓPRIOS DO MOBILIÁRIO OBRIGÁTORIO, COMO BOMBAS, DENSÍMETROS E SIMILARES;

**II – DENOMINAÇÕES DE PRÉDIOS E CONDOMÍNIOS;**

III – REFERÊNCIAS QUE INDIQUEM LOTAÇÃO, CAPACIDADE, QUE RECOMENDEM CAUTELA OU INDIQUEM PERIGO, DESDE QUE SEM QUALQUER LEGENDA, DÍSTICO OU DESENHO DE VALOR PUBLICITÁRIO;

IV – REFERÊNCIAS QUE INDIQUEM FINALIDADE DO MÓVEL OU IMÓVEL DESDE QUE:

**A) APRESENTEM ÁREA DE EXPOSIÇÃO IGUAL OU INFERIOR A 0,20M<sup>2</sup> (VINTE DECÍMETROS QUADRADOS);**

**B) NÃO TENHAM DISPOSITIVOS MECÂNICOS, NEM ELÉTRICOS;**

PROPOSTA DE ALTERAÇÕES NA LEI 636/12

**Art. 12**

**§ 8º. Não serão permitidas pinturas, apliques ou quaisquer outros elementos com fins promocionais ou publicitários, que sejam vistos dos logradouros públicos, além daqueles definidos nesta Lei Complementar. (atual)**

**§ 8º. Não serão permitidas pinturas, apliques ou quaisquer outros elementos com fins promocionais ou publicitários. (nova redação)**

**§ 9º. (revogar).**

## PROPOSTA DE ALTERAÇÕES NA LEI 636/12

**Art. 21.** Os letreiros somente poderão ser instalados após a devida emissão da licença.

**Art. 22.** O licenciamento do Letreiro será promovido anualmente pela Secretaria de Finanças, cabendo a Secretaria de Urbanismo a análise técnica dos laudos apresentados.

**PROPOSTA:** definir de qual modalidade de Letreiros se trata nos artigos 21 e 22, a saber: **ANÚNCIO INDICATIVO, ANÚNCIO PUBLICITÁRIO ou ANÚNCIO ESPECIAL**

## PROPOSTA DE ALTERAÇÕES NAS OCORRÊNCIAS DA LEI 659/13

**Art. 2º.** O art. 7º da Lei Complementar nº 636, de 13 de dezembro de 2012, passa a vigorar com a seguinte redação e acrescido do inciso XII:

**"Art. 7º.** Para os fins desta Lei Complementar, não são considerados anúncios: (NR)

.....

**XI – a identificação das empresas nos veículos automotores utilizados para a realização de seus serviços, compreendendo somente a identificação da Razão Social da Pessoa Jurídica ou Nome Fantasia. (NR) (ATUAL)**

**PROPOSTA: XI – a identificação das empresas nos veículos automotores utilizados para a realização de seus serviços, compreendendo a identificação da Razão Social da Pessoa Jurídica ou Nome Fantasia, endereço e meio de contato. (NR)**

## PROPOSTA DE ALTERAÇÕES NAS OCORRÊNCIAS DA LEI 659/13

**Art. 4º. O art. 9º da Lei Complementar nº 636, de 13 de dezembro de 2012, passará a vigorar com a seguinte redação e acrescido da alínea “a” no inciso XI e do § 1º, §2º e §3º:**

**“Art. 9º. É proibida a instalação de anúncios, em: (NR)**

**XI – nos veículos automotores, motocicletas, bicicletas e similares e nos “trailers” ou carretas engatados ou desengatados de veículos automotores, salvo aqueles utilizados para transporte de carga, transporte público municipal objeto de concessão e táxis devidamente licenciados e padronizados através de regulamento baixado pelo Chefe do Executivo, no prazo de 90 (noventa) dias a partir da promulgação da presente Lei Complementar; (NR)**

**a) Exceto no período de temporada, compreendido entre os meses de dezembro, janeiro e fevereiro, veículos automotores adesivados com anúncios publicitários, poderão circular pela cidade, desde que devidamente autorizados pela Comissão Especial de Ordenamento Público, pagando as taxas devidas, por tempo determinado, ficando impedidos de ficar estacionados por mais de 02 (duas) horas no mesmo local, sob pena de aplicação das penalidades estipuladas nesta Lei Complementar.,**

**PROPOSTA → REVOGAR A ALÍNEA “A”, HAJA VISTA QUE A MESMA PRIVILEGIA OS COMERCIANTES NÔMADES EM PREJUÍZO DOS FIXOS.**

PROPOSTA DE ALTERAÇÕES NAS OCORRÊNCIAS DA LEI 659/13

Art. 11. O Art. 17 da Lei Complementar passará a vigorar com a seguinte redação:

Art. 17. ....

I. ....

II – de finalidade educativa, informativa ou de orientação social, religiosa, de programas políticos ou ideológicos, em caso de plebiscitos ou referendos populares, devendo ficar em exposição pelo prazo máximo de 30 (trinta) dias ou em período previamente estipulado pela Comissão Especial de Ordenamento Público;

.....

IV – de finalidade imobiliária, quando for destinado à informação do público para aluguel ou venda de imóvel, não podendo sua área ultrapassar 0,16 cm<sup>2</sup> (dezesseis centímetros quadrado), devendo estar contido dentro do lote e só será permitido um anúncio por imóvel, sob pena de multa a ser imposta ao proprietário e as imobiliárias.

***PROPOSTA: CORRIGIR A REDAÇÃO, ONDE ESTÁ ESCRITO “DEZESSEIS CENTÍMETROS QUADRADO” COLOCAR “DEZESSEIS DECÍMETROS QUADRADOS”.***

## **PROPOSTA DE ALTERAÇÕES NAS OCORRÊNCIAS DA LEI 659/13**

**Art. 12. Será permitido somente um único Letreiro por imóvel público ou privado, que deverá conter todas as informações necessárias ao público.**

**§ 1º. Os Letreiros deverão atender as seguintes condições:**

- I - quando a testada do imóvel for inferior a 4,00m (quatro metros) lineares, a área total do anúncio não deverá ultrapassar 1,20m<sup>2</sup> (um metro e vinte decímetros quadrados);**
- II - quando a testada do imóvel for igual ou superior a 4,00m (quatro metros) lineares admitido o acréscimo de 0,40 (quarenta) centímetros quadrados para cada metro linear de testada, não podendo ultrapassar 30 (trinta) metros quadrados.**

**PROPOSTA: CORRIGIR A UNIDADE DE MEDIDA NA REDAÇÃO DA LEI, USANDO COMO MEDIDA OFICIAL O DECÍMETRO AO INVÉS DE CENTÍMETRO.**

**ACRESCENTAR: III – O CRECI**

PROPOSTA DE ALTERAÇÕES NAS OCORRÊNCIAS DA LEI 659/13

Art. 6º. O art. 10 da Lei Complementar nº 636, de 13 de dezembro de 2012, passará a vigorar com a seguinte redação:

“Art. 10. É proibido colocar anúncio na paisagem que: (NR)

V – pintadas diretamente ou afixadas em postes, muros, paredes ou tapumes, frontais ao passeio ou a vias e logradouros públicos, excetuando-se dessa proibição a publicidade em tapumes e muros relativas a empreendimentos e espetáculos que estejam sendo executados e realizados no local; (NR)

VI – tiver dispositivos luminosos de luz intermitente. (NR)”

**PROPOSTA: REVOGAR O INCISO VI**

## PROPOSTA DE ALTERAÇÕES NAS OCORRÊNCIAS DA LEI 659/13

Art. 7º. O art. 11 da Lei Complementar nº 636, de 13 de dezembro de 2012, passará a vigorar com a seguinte redação:

**"Art. 11. Para os efeitos desta Lei Complementar, considera-se, para a utilização da paisagem urbana, todos os anúncios, desde que visíveis do logradouro público em movimento ou não, instalados em: (NR)**

.....

**§ 1º. Para fins do disposto neste artigo, considera-se visível qualquer anúncio instalado em espaço externo ou interno da edificação e externo ou interno dos veículos automotores, excetuados aqueles utilizados para transporte de carga, transporte público municipal objeto de concessão e táxis devidamente licenciados e padronizados através de regulamento baixado pelo Chefe do Executivo, no prazo de 90 (noventa) dias a partir da promulgação da presente Lei Complementar. (NR)"**

**§ 2º. Fica proibido afixar anúncio em espaço interno de qualquer edificação que se comunique diretamente com o exterior através de abertura ou vedo transparente, excetuando aqueles disciplinados nesta Lei Complementar. (NR)**

**PROPOSTA: REVOGAR OS §§ 1º E 2º.**

## PROPOSTA DE ALTERAÇÕES NAS OCORRÊNCIAS DA LEI 659/13

IV – de finalidade imobiliária, quando for destinado à informação do público para aluguel ou venda de imóvel, não podendo sua área ultrapassar 0,16cm<sup>2</sup> (dezesseis centímetros quadrado), devendo estar contido dentro do lote e só será permitido um anúncio por imóvel, sob pena de multa a ser imposta ao proprietário e as imobiliárias.

a) O anúncio de finalidade imobiliária deverá conter a informação de aluguel ou venda do imóvel, telefone, endereço e CRECI do profissional responsável pela transação imobiliária.

### **PROPOSTA → INCLUIR:**

**b) Fica autorizada a retirada de placas imobiliárias colocadas irregularmente em logradouros e equipamentos públicos pela fiscalização do CRECI/SP.**

## **PROPOSTA DE ALTERAÇÕES NAS OCORRÊNCIAS DA LEI 659/13**

**Art. 18. Fica criado o art. 31-A na Seção IV do CAPÍTULO IV da Lei Complementar nº 636, de 13 de dezembro de 2012:**

**Art. 31-A. Fica criada Comissão Especial de Ordenamento Público – CEOP, com a função de deliberar, autorizar e dirimir eventuais ambigüidades na interpretação ou casos omissos pertinentes a esta Lei Complementar.**

**Parágrafo único. ACEOP será presidida pela Secretaria de Governo e deverá ser composta por 01 (um) membro de cada uma das seguintes Secretarias: Comunicação Social; Educação; Trânsito; Assuntos de Segurança Pública; Saúde Pública; Esporte e Lazer; Cultura e Turismo e Promoção Social.**

**PROPOSTA – TRANSFORMAR A CEOP E JUNTA ESPECIAL (JEOP) E INCLUIR REPRESENTANTES DA SOCIEDADE CIVIL ORGANIZADA – ACEPG, CRECI.**

ART. 12.

§ 4º. O LETREIRO:

- I – NÃO PODERÁ AVANÇAR SOBRE O PASSEIO PÚBLICO OU CALÇADA;
- II – NÃO PODERÁ OCUPAR MAIS QUE 40% (QUARENTA POR CENTO) DA TESTADA DO IMÓVEL;
- III – QUANDO UTILIZAR LETRA CAIXA, PODERÁ OCUPAR ATÉ 50% (CINQUENTA POR CENTO) DA TESTADA DO IMÓVEL;
- IV – EXCEPCIONAM AS REGRAS CONTIDAS NOS INCISOS ANTERIORES, AS SEGUINTE SITUAÇÕES:
  - A) QUANDO O ESTABELECIMENTO ESTIVER LOCALIZADO EM ÁREA EM QUE HOUVER PROJETO DE COBERTURA UNIFORME E PADRONIZADA PELA PREFEITURA, DESDE QUE, O PROPRIETÁRIO SUPORTE AS DESPESAS COM A INSTALAÇÃO DESTA, TERÁ OS LIMITES ESTABELECIDOS NOS INCISOS I E II DESTE PARÁGRAFO, AMPLIADOS EM 30% (TRINTA POR CENTO) OCUPAR ATÉ 50% (CINQUENTA POR CENTO) DA TESTADA DO IMÓVEL;
  - B) QUANDO IMÓVEL ESTIVER SITUADO NAS AVENIDAS ROBERTO DE ALMEIDA VINHAS, MARCOS FREIRE E MARGINAL, OS LIMITES ESTABELECIDOS NOS INCISOS I E II DESTE PARÁGRAFO FICAM AMPLIADOS EM 30% (TRINTA POR CENTO) QUANTO AS DIMENSÕES.

**Nosso trabalho é demonstrado da seguinte forma:**

- 1 - Intercalamos slides demonstrando como a lei está e como nós gostaríamos que fosse.**
- 2 - Em alguns casos redigindo novo texto, em outros apenas solicitando a revogação ou criação de incisos, parágrafos e artigos.**
- 3 – Procuramos explicar detalhadamente o porquê de cada alteração com fundamentos específicos.**

## Artigo 2 da lei 659 e artigo 7 da lei 636:

### Art. 7º. Para os fins desta Lei Complementar, não são considerados anúncios:

I – logotipos ou logomarcas de postos de abastecimento e serviços automotivos e distribuidores da gás liquefeito de petróleo, quando veiculados nos equipamentos próprios do mobiliário obrigatório, como bombas, densímetros e similares;

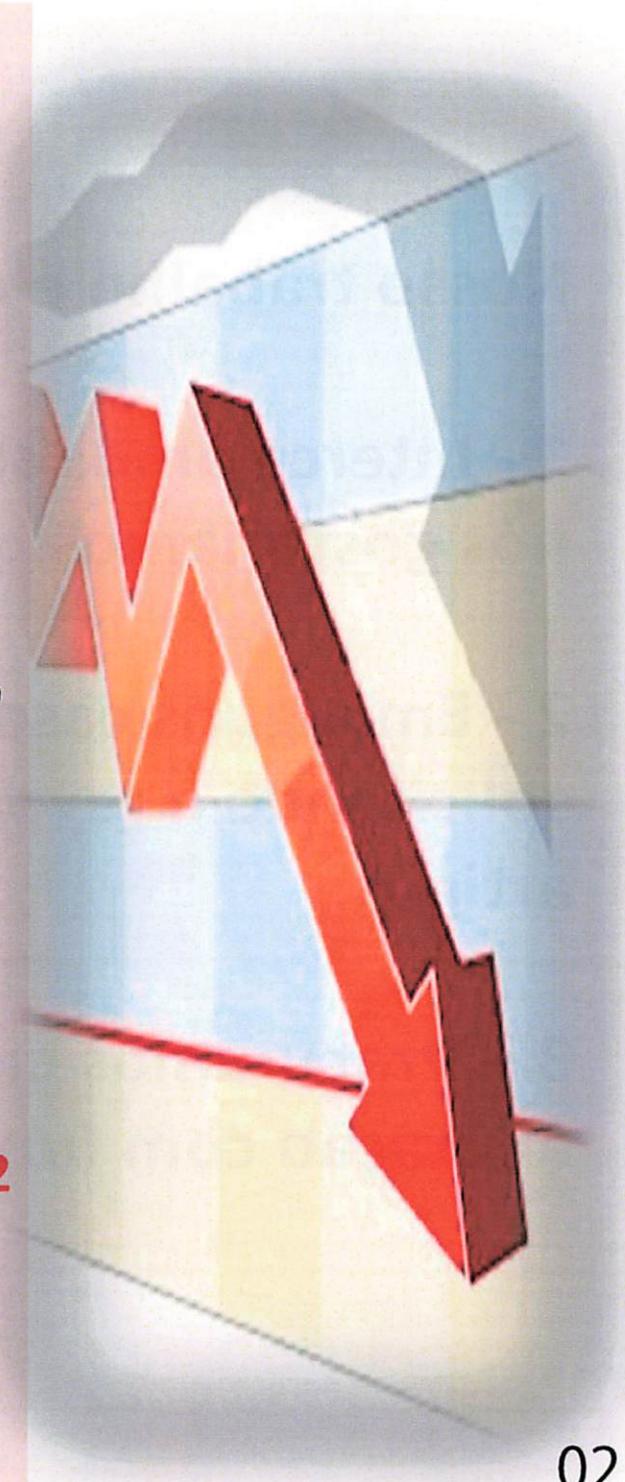
#### **II – denominações de prédios e condomínios;**

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

IV – referências que indiquem finalidade do móvel ou imóvel desde que:

**a) apresentem área de exposição igual ou inferior a 0,20m<sup>2</sup> (vinte decímetros quadrados);**

**b) não tenham dispositivos mecânicos, nem elétricos;**



## Artigo 6 da lei 659 e artigo 10 da lei 636:

... É proibido colocar anúncios ...

Inciso VI – Quando tiver dispositivos luminosos de luz  
intermitente ...

***“Revogar os parágrafos 1º e 2º do inciso VI.”***



### Explicação:

Não dá para regulamentar aquilo que não dá  
Para ser regulamentado.

Parágrafo primeiro - Se a luz intermitente pode causar danos, tanto faz se  
é para anuncio social ou não.

Parágrafo segundo – A prefeitura não tem como fiscalizar o espaço aéreo  
da cidade, portanto, mesmo se tivesse competência jurídica, o que não  
tem, seria impossível fiscalizar as aeronaves que sobrevoam o céu da  
nossa cidade.

**PRAIA GRANDE**  
A CIDADE DE TODOS

## Artigo 6 da lei 659 e artigo 10 da lei 636:

... É permitido colocar anúncios indicativos em empenas cegas desde que ...

*“Autorizar e regulamentar os anúncios as empenas cegas.”*



## Explicação:

Empenas cegas são muito valorizadas e oferecem pouco risco de segurança porque as Placas ficam fixadas na própria parede e não está sujeito a alto custo de manutenção e oferece um ótimo custo benefício para quem anuncia, para quem disponibiliza o espaço e para a empresa que faz o serviço.

**PRAIA GRANDE**  
A CIDADE DE TODOS

Os agentes de publicidade não pode dispor desta fonte de renda.

Deve-se estabelecer um valor por metro quadrado de acordo com o período que deve ser pago para a prefeitura.

## Artigo 7 da lei 659 e artigo 11 da lei 636:

...Considera-se, para utilização da paisagem urbana todos os anúncios, desde que visíveis do logradouro público...

Parágrafo 1º - ... espaço interno ou externo da edificação, e interno e externo dos veículos automotores ...

***“Mudar o parágrafo 1º e revogar o segundo”***



## Explicação:

Como pode o poder público querer regulamentar o espaço interno de um veículo ou de uma empresa?

Se o motorista estiver usando boné será multado por estar realizando propaganda ilegal?

E dentro de um estabelecimento com porta de vidro? Se o proprietário adesivar será multado? E se deixar transparente também será multado? Qual é a lógica.

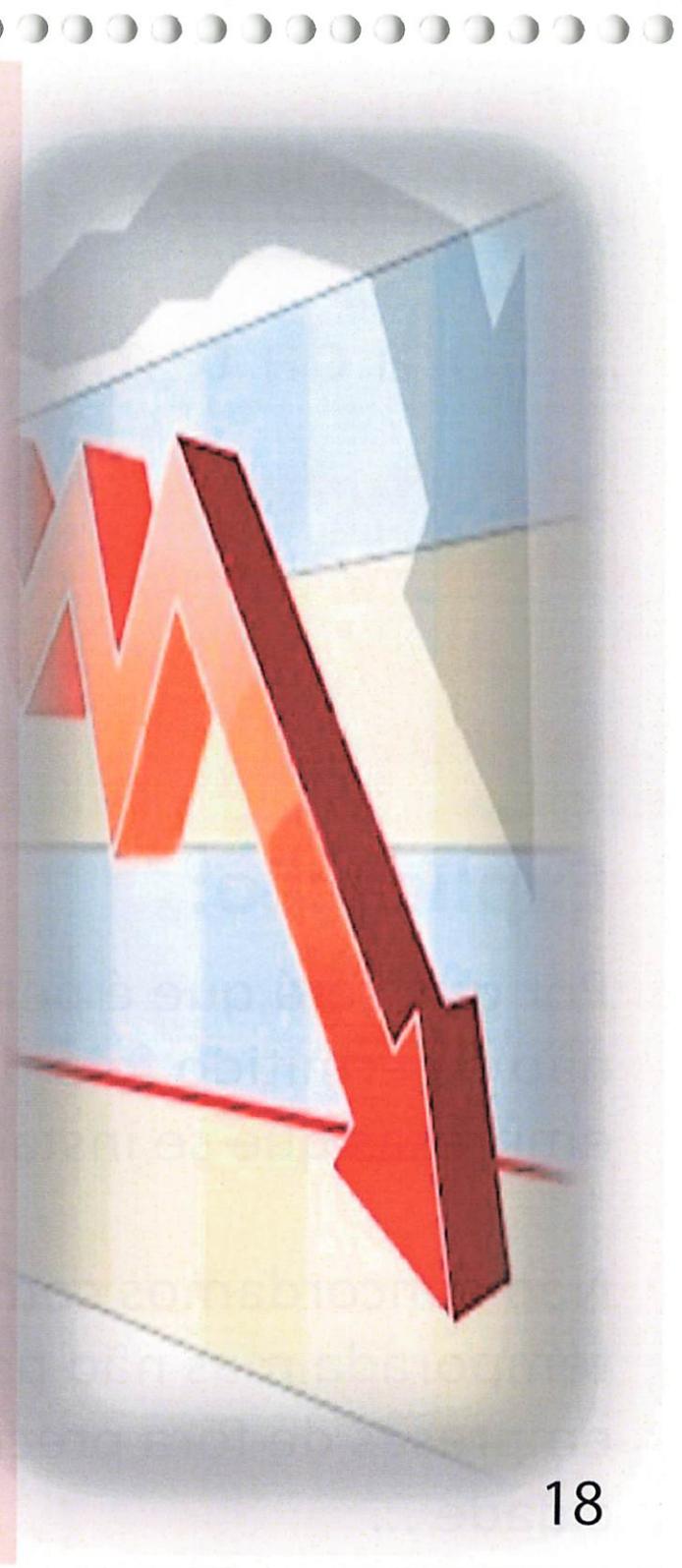
Entendemos que a palavra interno deve ser retirado deste parágrafo, cabendo o poder público regulamentar somente o espaço externo das empresas.

**PRAIA GRANDE**  
A CIDADE DE TODOS

Art. 11. Para os efeitos desta Lei Complementar, considera-se, para a utilização da paisagem urbana, todos os anúncios, desde que visíveis do logradouro público em movimento ou não, instalados em :

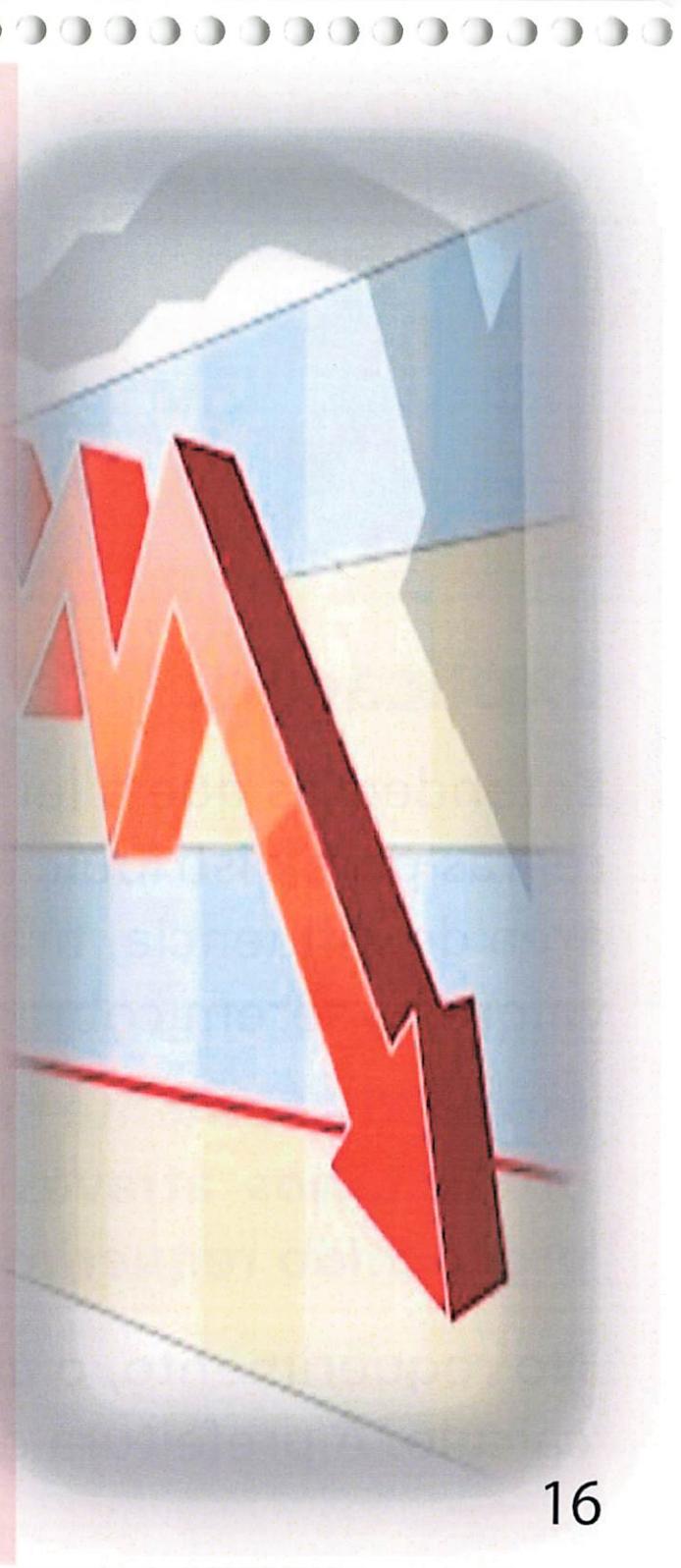
§ 1º. Para fins do disposto neste artigo, considera-se visível qualquer anúncio instalado em espaço externo ou interno da edificação e externo ou interno dos veículos automotores, excetuados aqueles utilizados para transporte de carga, transporte público municipal objeto de concessão e táxis devidamente licenciados e padronizados através de regulamento baixado pelo Chefe do Executivo, no prazo de 90 (noventa) dias a partir da promulgação da presente Lei Complementar. (NR)"

§ 2º. Fica proibido afixar anúncio em espaço interno de qualquer edificação que se comunique diretamente com o exterior através de abertura ou vedo transparente, excetuando aqueles disciplinados nesta Lei Complementar. (NR)



## **Art. 9º. É proibida a instalação de anúncios, em: (NR)**

**a) Exceto no período de temporada, compreendido entre os meses de dezembro, janeiro e fevereiro, veículos automotores adesivados com anúncios publicitários, poderão circular pela cidade, desde que devidamente autorizados pela Comissão Especial de Ordenamento Público, pagando as taxas devidas, por tempo determinado, ficando impedidos de ficar estacionados por mais de 02 (duas) horas no mesmo local, sob pena de aplicação das penalidades estipuladas nesta Lei Complementar.**



## **Art. 9º. É proibida a instalação de anúncios, em: (NR)**

**§ 1º.** Somente será permitido à distribuição de anúncio publicitário através de volantes ou folhetos de qualquer natureza, distribuídos manualmente dentro dos limites do Município, após **prévia aprovação da Comissão Especial de Ordenamento Público.**

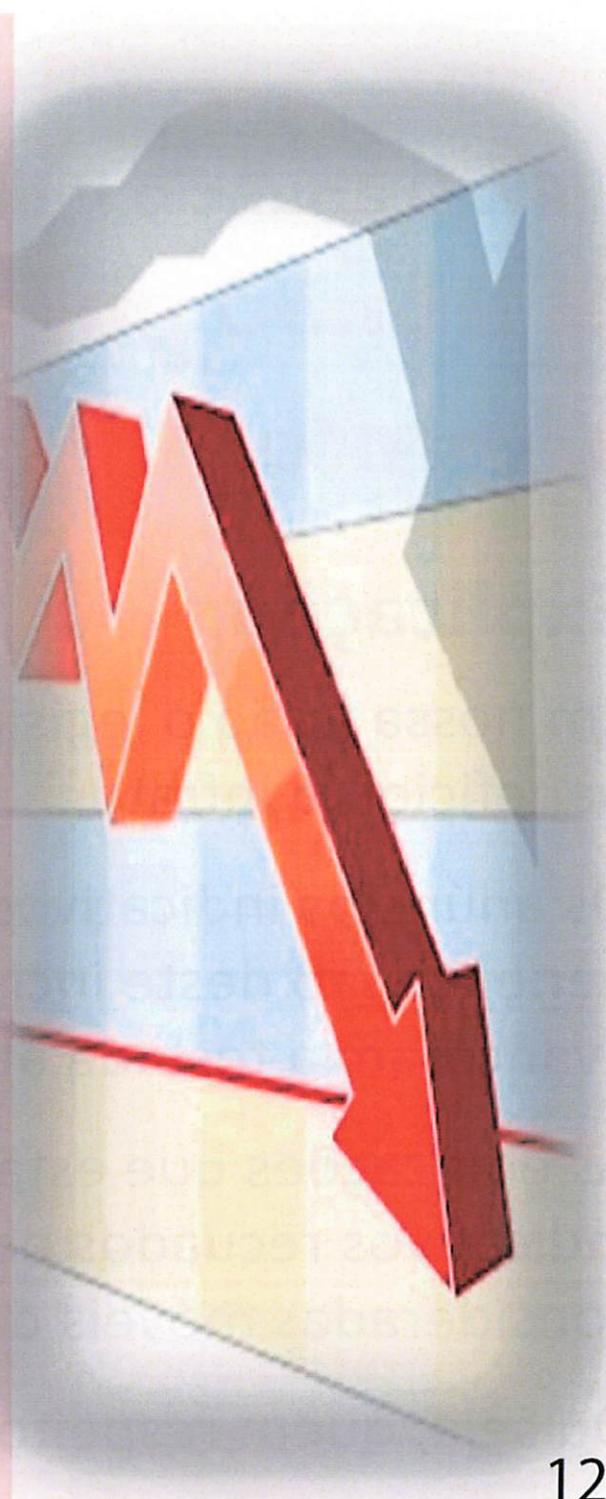
**§ 2º.** Para cada ponto de distribuição será respeitado **um raio de influência de 600 m** para o responsável pelo anúncio efetuar a limpeza do logradouro público, caso haja, desrespeito a este dispositivo será aplicada as penalidades previstas nesta Lei Complementar.

**§ 3º.** Na hipótese do § 1º deste artigo será reservado **25% (vinte e cinco por cento)** do anúncio para mensagens de interesse social, educacional e de caráter público.



## **Art. 9º. É proibida a instalação de anúncios, em: (NR)**

XI – nos veículos automotores, motocicletas, bicicletas e similares e nos “trailers” ou carretas engatados ou desengatados de veículos automotores, salvo aqueles utilizados para transporte de carga, transporte público municipal objeto de concessão e táxis devidamente licenciados e padronizados através de regulamento baixado pelo Chefe do Executivo, no prazo de 90 (noventa) dias a partir da promulgação da presente Lei Complementar; (NR)



**Artigo 8 da lei 659 e artigo 12 da lei 636:**

**... 4º. O anuncio indicativo...**

***“não precisamos de exceções”***



## **Explicação:**

Se alterarmos o limite máximo de 50% para dois terços ou (66%), não precisaremos abrir exceção para locais padronizados pela prefeitura;

Podemos estabelecer padrões de cavaletes para imobiliárias, dentro de seu recuo e com medidas padronizadas de (0.70x1.40)m e quantidade mínima de 3 e máxima de 10 cavaletes, dependendo da testada do estabelecimento.

Em porta de vidro, podemos também estabelecer uma margem de 50% do vidro como mostra a próxima imagem.

## **Art. 12. Será permitido somente um anúncio indicativo por imóvel público ou privado, que deverá conter todas as informações necessárias ao público.**

§ 5º. Nas edificações existentes no alinhamento, regulares e dotadas de licença de funcionamento, o anúncio indicativo poderá avançar até 0,15m (quinze centímetros) sobre o passeio.

§ 6º. Os anúncios deverão ter sua projeção ortogonal totalmente contida dentro dos limites externos da fachada onde se encontram e não prejudicar a área de exposição de outro anúncio.

§ 7º. Será admitido Letreiro no frontão de toldo retrátil, desde que a altura das letras não ultrapasse 0,20m (vinte centímetros), atendido o disposto no "caput" deste artigo.

§ 8º. Não serão permitidas pinturas, apliques ou quaisquer outros elementos com fins promocionais ou publicitários, que sejam vistos dos logradouros públicos, além daqueles definidos nesta Lei Complementar.



**Art. 12. Será permitido somente um anúncio indicativo por imóvel público ou privado, que deverá conter todas as informações necessárias ao público.**

§ 2º. Não serão permitidos letreiros que descaracterizem as fachadas dos imóveis com a colocação de painéis ou outro dispositivo.

§ 3º. Não serão permitidos letreiros instalados em marquises, saliências ou recobrimento de fachadas, mesmo que constantes de projeto de edificação aprovado ou regularizado.



## **Art. 12. Será permitido somente um anúncio indicativo por imóvel público ou privado, que deverá conter todas as informações necessárias ao público.**

**§ 1º.** Os anúncios indicativos deverão atender as seguintes condições:

- I - quando a testada do imóvel for inferior a 4,00m (quatro metros) lineares, a área total do anúncio não deverá ultrapassar 1,20m<sup>2</sup> (um metro e vinte decímetros quadrados);
- II - quando a testada do imóvel for igual ou superior a 4,00m (quatro metros) lineares admitido o acréscimo de 0,40 (quarenta) centímetros quadrados para cada metro linear de testada, não podendo ultrapassar 30 (trinta) metros quadrados
- III - quando o Letreiro for composto apenas de letras, logomarcas ou símbolos grampeados ou pintados na parede, a área total do anúncio será aquela resultante do somatório dos polígonos formados pelas linhas imediatamente externas que contornam cada elemento inserido na fachada;**



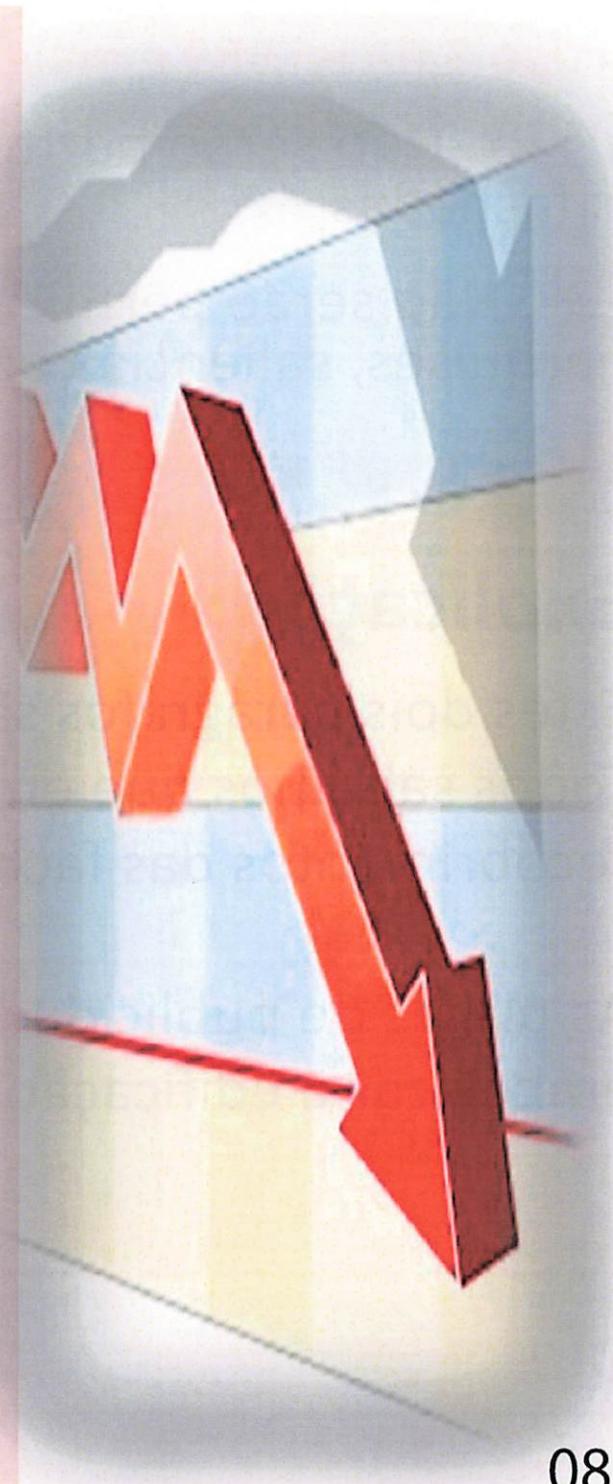
## **Art. 12. Será permitido somente um anúncio indicativo por imóvel público ou privado, que deverá conter todas as informações necessárias ao público.**

§ 5º. Nas edificações existentes no alinhamento, regulares e dotadas de licença de funcionamento, o anúncio indicativo poderá avançar até 0,15m (quinze centímetros) sobre o passeio.

§ 6º. Os anúncios deverão ter sua projeção ortogonal totalmente contida dentro dos limites externos da fachada onde se encontram e não prejudicar a área de exposição de outro anúncio.

§ 7º. Será admitido Letreiro no frontão de toldo retrátil, desde que a altura das letras não ultrapasse 0,20m (vinte centímetros), atendido o disposto no "caput" deste artigo.

§ 8º. Não serão permitidas pinturas, apliques ou quaisquer outros elementos com fins promocionais ou publicitários, que sejam vistos dos logradouros públicos, além daqueles definidos nesta Lei Complementar.



**Art. 12. Será permitido somente um anúncio indicativo por imóvel público ou privado, que deverá conter todas as informações necessárias ao público.**

**§ 2º.** Não serão permitidos letreiros que descaracterizem as fachadas dos imóveis com a colocação de painéis ou outro dispositivo.

**§ 3º.** Não serão permitidos letreiros instalados em marquises, saliências ou recobrimento de fachadas, mesmo que constantes de projeto de edificação aprovado ou regularizado.



## **Art. 12. Será permitido somente um anúncio indicativo por imóvel público ou privado, que deverá conter todas as informações necessárias ao público.**

**§ 1º.** Os anúncios indicativos deverão atender as seguintes condições:

- I - quando a testada do imóvel for inferior a 4,00m (quatro metros) lineares, a área total do anúncio não deverá ultrapassar 1,20m<sup>2</sup> (um metro e vinte decímetros quadrados);
- II - quando a testada do imóvel for igual ou superior a 4,00m (quatro metros) lineares admitido o acréscimo de 0,40 (quarenta) centímetros quadrados para cada metro linear de testada, não podendo ultrapassar 30 (trinta) metros quadrados
- III - quando o Letreiro for composto apenas de letras, logomarcas ou símbolos grampeados ou pintados na parede, a área total do anúncio será aquela resultante do somatório dos polígonos formados pelas linhas imediatamente externas que contornam cada elemento inserido na fachada;**



## Artigo 6 da lei 659 e artigo 10 da lei 636:

... É proibido colocar anúncios ...

Inciso VI – Quando tiver dispositivos luminosos de luz intermitente ...

***“Revogar os parágrafos 1º e 2º do inciso VI.””***



### Explicação:

Não dá para regulamentar aquilo que não dá  
Para ser regulamentado.

Parágrafo primeiro - Se a luz intermitente pode causar danos, tanto faz se é para anuncio social ou não.

Parágrafo segundo – A prefeitura não tem como fiscalizar o espaço aéreo da cidade, portanto, mesmo se tivesse competência jurídica, o que não tem, seria impossível fiscalizar as aeronaves que sobrevoam o céu da nossa cidade.

**PRAIA GRANDE**  
A CIDADE DE TODOS

## Artigo 6 da lei 659 e artigo 10 da lei 636:

... É permitido colocar anúncios indicativos em empenas cegas desde que ...

***“Autorizar e regulamentar os anúncios as empenas cegas.”***



### Explicação:

Empenas cegas são muito valorizadas e oferecem pouco risco de segurança porque as placas ficam fixadas na própria parede e não está sujeito a alto custo de manutenção e oferece um ótimo custo benefício para quem anuncia, para quem disponibiliza o espaço e para a empresa que faz o serviço.

**PRAIA GRANDE**  
A CIDADE DE TODOS

Os agentes de publicidade não pode dispor desta fonte de renda.

Deve-se estabelecer um valor por metro quadrado de acordo com o período que deve ser pago para a prefeitura.

## Artigo 7 da lei 659 e artigo 11 da lei 636:

...Considera-se, para utilização da paisagem urbana todos os anúncios, desde que visíveis do logradouro público...

Parágrafo 1º - ... espaço interno ou externo da edificação, e interno e externo dos veículos automotores ...

***“Mudar o parágrafo 1º e revogar o segundo”***



## Explicação:

Como pode o poder público querer regulamentar o espaço interno de um veículo ou de uma empresa?

Se o motorista estiver usando boné será multado por estar realizando propaganda ilegal?

E dentro de um estabelecimento com porta de vidro? Se o proprietário adesivar será multado? E se deixar transparente também será multado? Qual é a lógica.

Entendemos que a palavra interno deve ser retirado deste parágrafo, cabendo o poder público regulamentar somente o espaço externo das empresas.

**PRAIA GRANDE**  
A CIDADE DE TODOS

Art. 11. Para os efeitos desta Lei Complementar, considera-se, para a utilização da paisagem urbana, todos os anúncios, desde que visíveis do logradouro público em movimento ou não, instalados em :

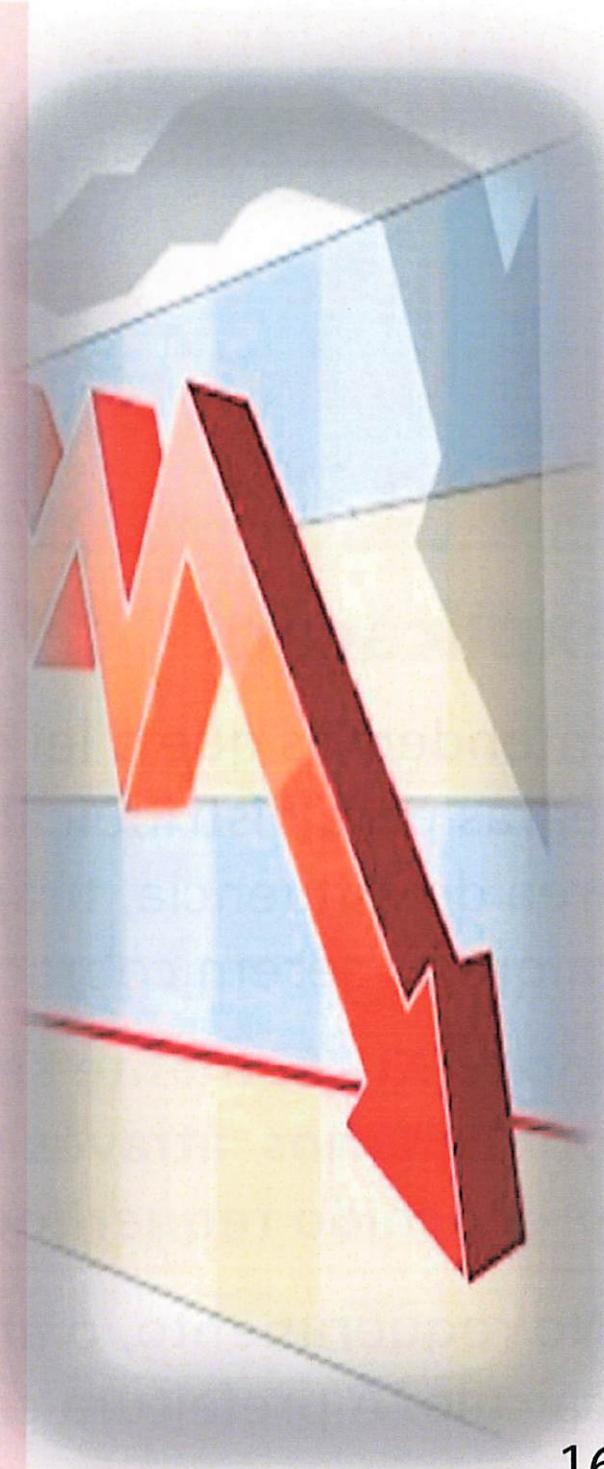
§ 1º. Para fins do disposto neste artigo, considera-se visível qualquer anúncio instalado em espaço externo ou interno da edificação e externo ou interno dos veículos automotores, excetuados aqueles utilizados para transporte de carga, transporte público municipal objeto de concessão e táxis devidamente licenciados e padronizados através de regulamento baixado pelo Chefe do Executivo, no prazo de 90 (noventa) dias a partir da promulgação da presente Lei Complementar. (NR)"

§ 2º. Fica proibido afixar anúncio em espaço interno de qualquer edificação que se comunique diretamente com o exterior através de abertura ou vedo transparente, excetuando aqueles disciplinados nesta Lei Complementar. (NR)



## **Art. 9º. É proibida a instalação de anúncios, em: (NR)**

**a) Exceto no período de temporada, compreendido entre os meses de dezembro, janeiro e fevereiro, veículos automotores adesivados com anúncios publicitários, poderão circular pela cidade, desde que devidamente autorizados pela Comissão Especial de Ordenamento Público, pagando as taxas devidas, por tempo determinado, ficando impedidos de ficar estacionados por mais de 02 (duas) horas no mesmo local, sob pena de aplicação das penalidades estipuladas nesta Lei Complementar.**



## Art. 9º. É proibida a instalação de anúncios, em: (NR)

§ 1º. Somente será permitido à distribuição de anúncio publicitário através de volantes ou folhetos de qualquer natureza, distribuídos manualmente dentro dos limites do Município, após **prévia aprovação da Comissão Especial de Ordenamento Público.**

§ 2º. Para cada ponto de distribuição será respeitado **um raio de influência de 600 m** para o responsável pelo anúncio efetuar a limpeza do logradouro público, caso haja, desrespeito a este dispositivo será aplicada as penalidades previstas nesta Lei Complementar.

§ 3º. Na hipótese do § 1º deste artigo será reservado **25% (vinte e cinco por cento) do anúncio para mensagens de interesse social, educacional e de caráter público.**



## **Art. 9º. É proibida a instalação de anúncios, em: (NR)**

XI – nos veículos automotores, motocicletas, bicicletas e similares e nos “trailers” ou carretas engatados ou desengatados de veículos automotores, salvo aqueles utilizados para transporte de carga, transporte público municipal objeto de concessão e táxis devidamente licenciados e padronizados através de regulamento baixado pelo Chefe do Executivo, no prazo de 90 (noventa) dias a partir da promulgação da presente Lei Complementar; (NR)



**Artigo 8 da lei 659 e artigo 12 da lei 636:**

**... 4º. O anuncio indicativo...**

***“não precisamos de exceções”***



**PRAIA GRANDE**  
A CIDADE DE TODOS

## Explicação:

Se alterarmos o limite máximo de 50% para dois terços ou (66%), não precisaremos abrir exceção para locais padronizados pela prefeitura;

Podemos estabelecer padrões de cavaletes para imobiliárias, dentro de seu recuo e com medidas padronizadas de (0.70x1.40)m e quantidade mínima de 3 e máxima de 10 cavaletes, dependendo da testada do estabelecimento.

Em porta de vidro, podemos também estabelecer uma margem de 50% do vidro como mostra a próxima imagem.

# PRAIA GRANDE LINDA PUBLICIDADE EXTERIOR

Premissas do Projeto:

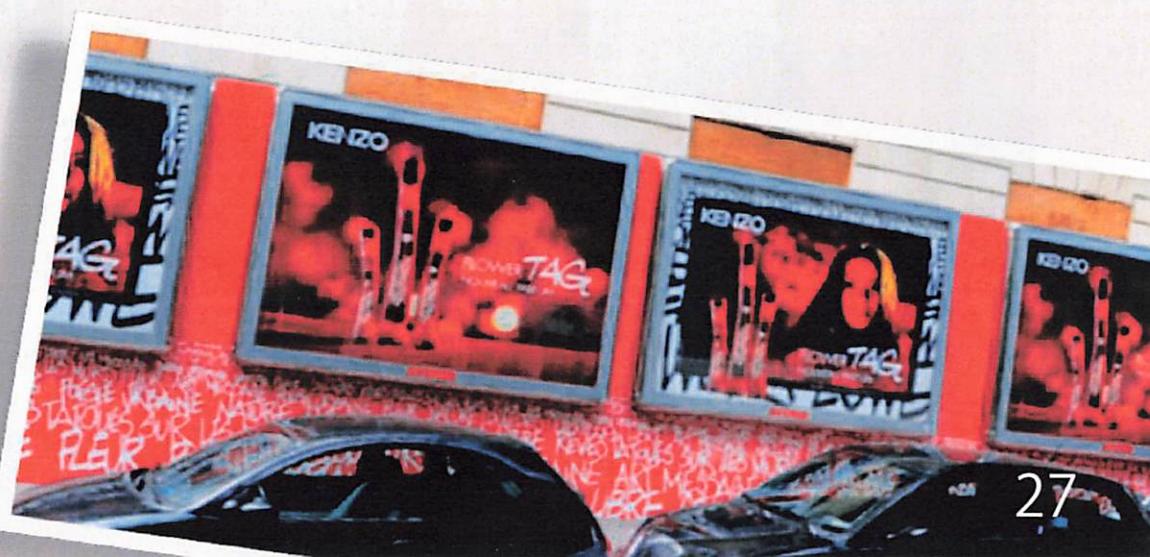
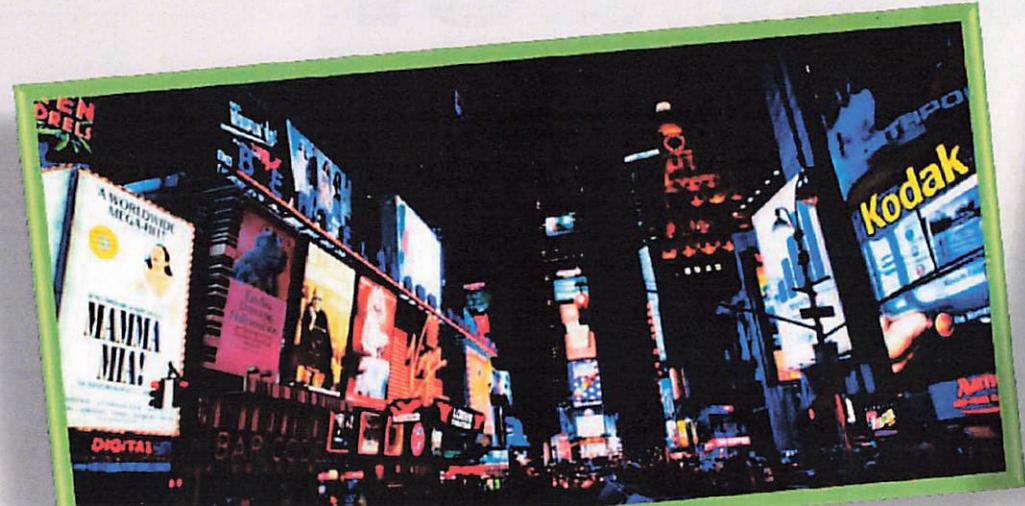
**Fazer com que a  
atividade “Mídia  
Exterior” ofereça  
benefícios diretos  
para a coletividade a  
partir de sua  
regulação**

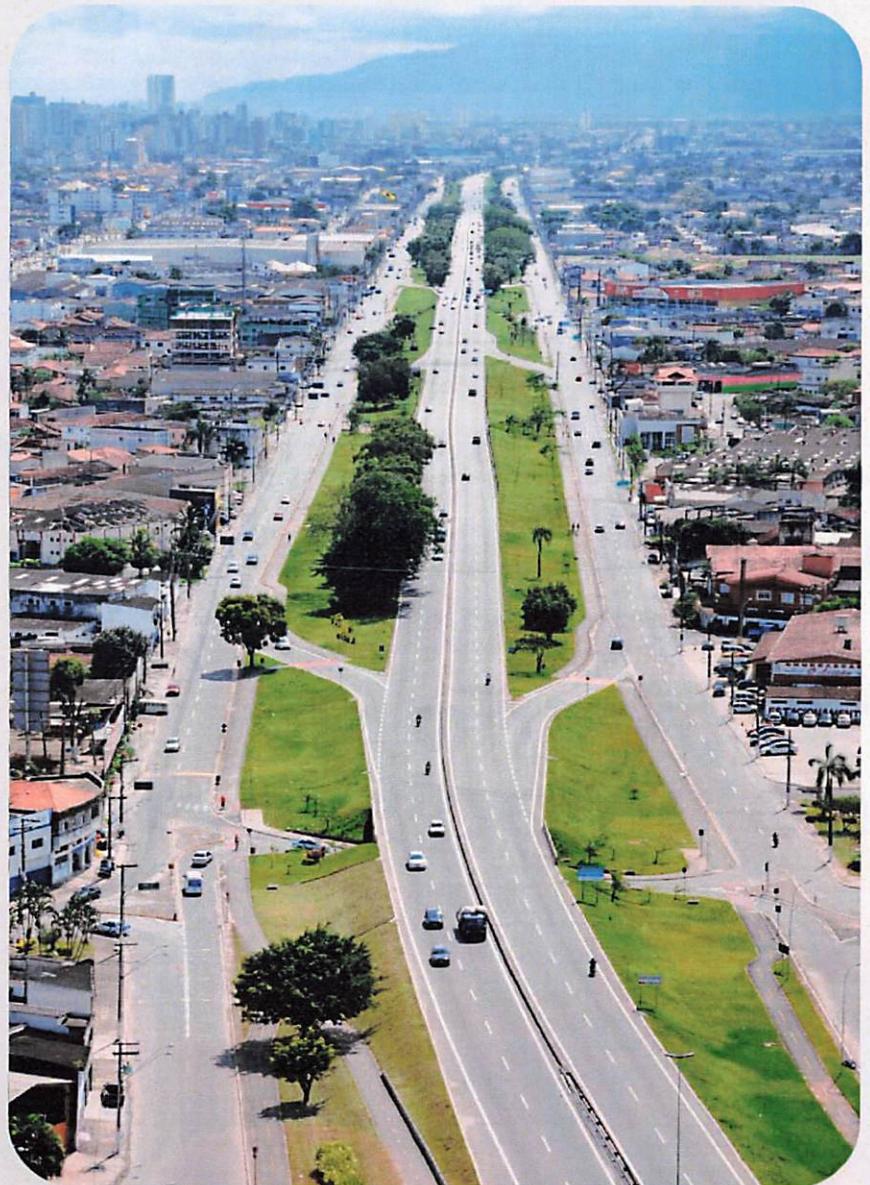
# Publicidade Exterior

- **Segmento específico que se aproxima dos meios de informação tais como jornal, rádio, tv, internet e revistas;**
- **Faturou em 2014 aprox. 1 bilhão de reais no Brasil;**
- **O Brasil responde por cerca de 50% do Faturamento na América Latina.**

# Publicidade Exterior

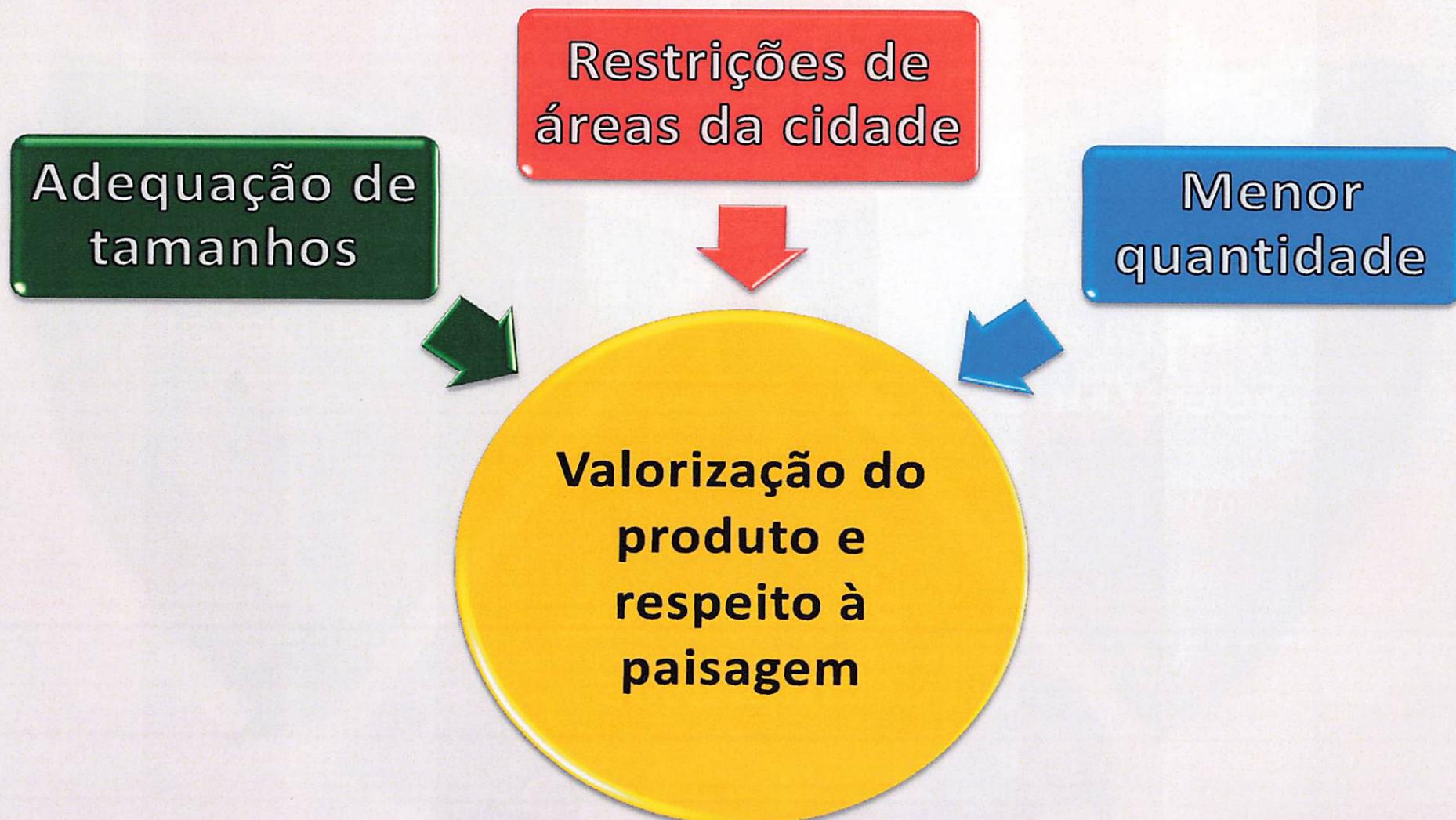
**Grandes metrópoles mundiais como Paris, Londres e Nova York reconhecem a atividade da publicidade exterior e suas administrações exercem forte controle sobre ela, mostrando ser possível a sua inserção na paisagem.**





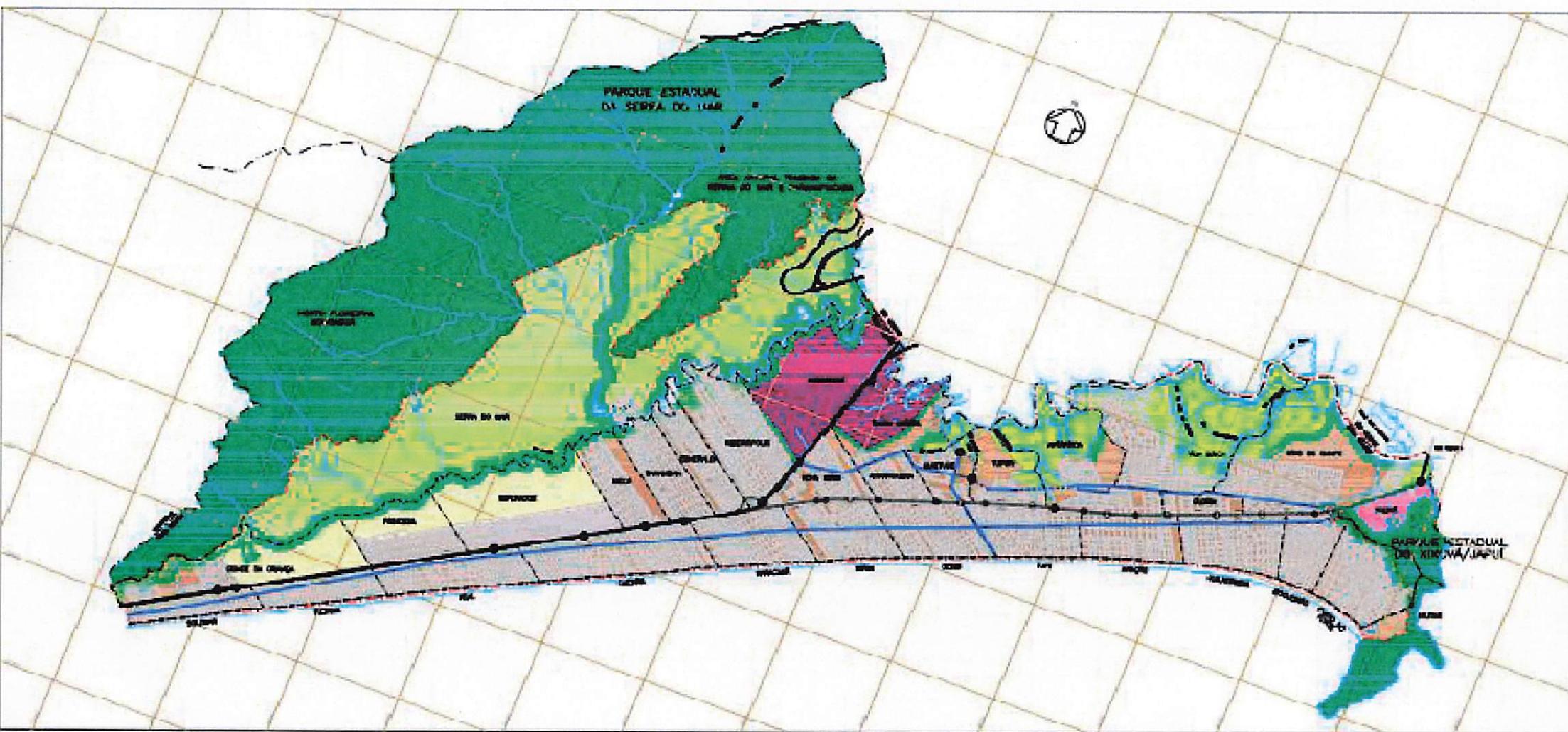
**Como pode  
dar certo  
em Praia  
Grande?**

# A publicidade deve buscar se adequar às normas urbanísticas





# 1. Restrição de Locais



# Vias largas e de grande fluxo



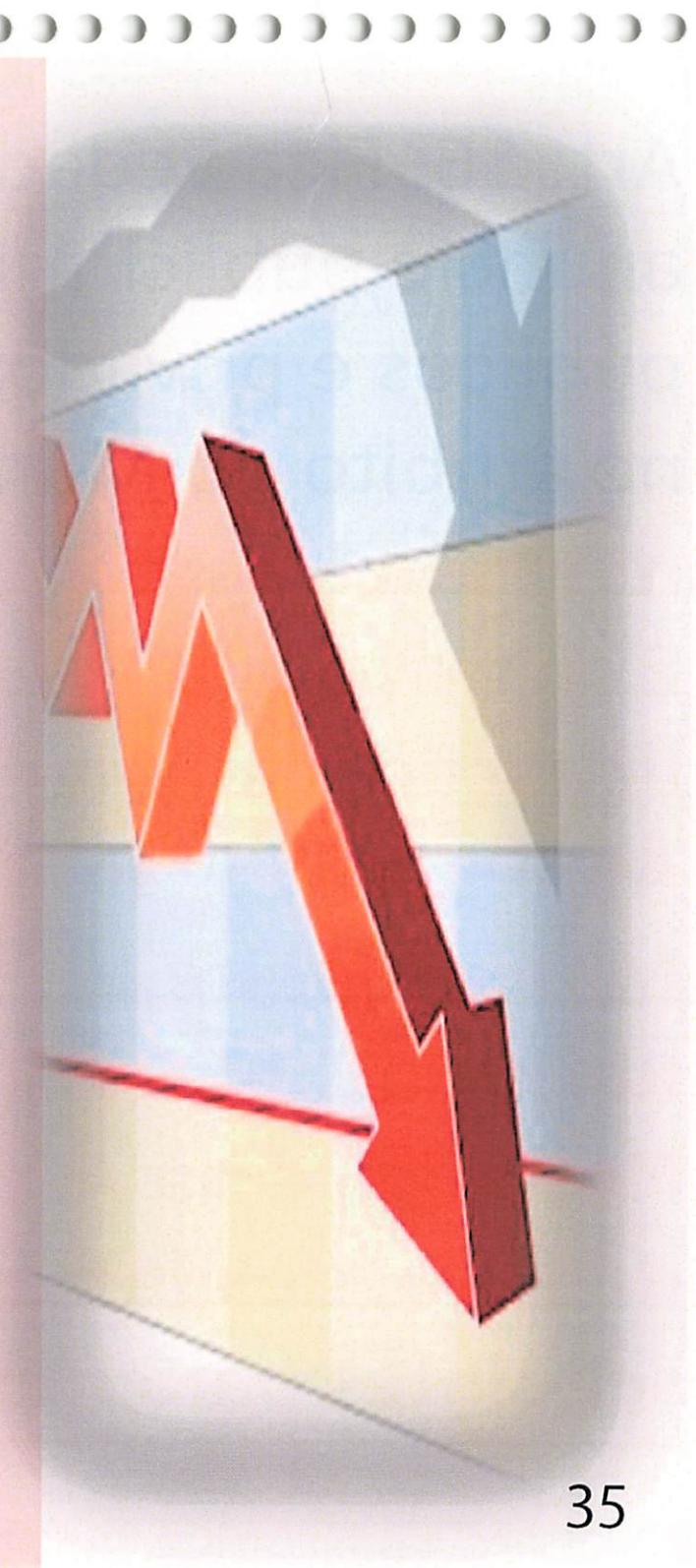
# **Restrição de locais para instalação de engenhos de publicidade exterior. Painéis apenas nas vias:**

- **Av. Roberto de Almeida Vinhas;**
- **Av. Ministro Marcos Freire;**
- **Marginais da Rod. Pe. Manoel da Nóbrega e Via Expressa Sul;**
- **Av. Ayrton Senna da Silva;**
- **Av. Mal. Mallet;**
- **Av. Pres. Costa e Silva (trecho de 4 pistas).**

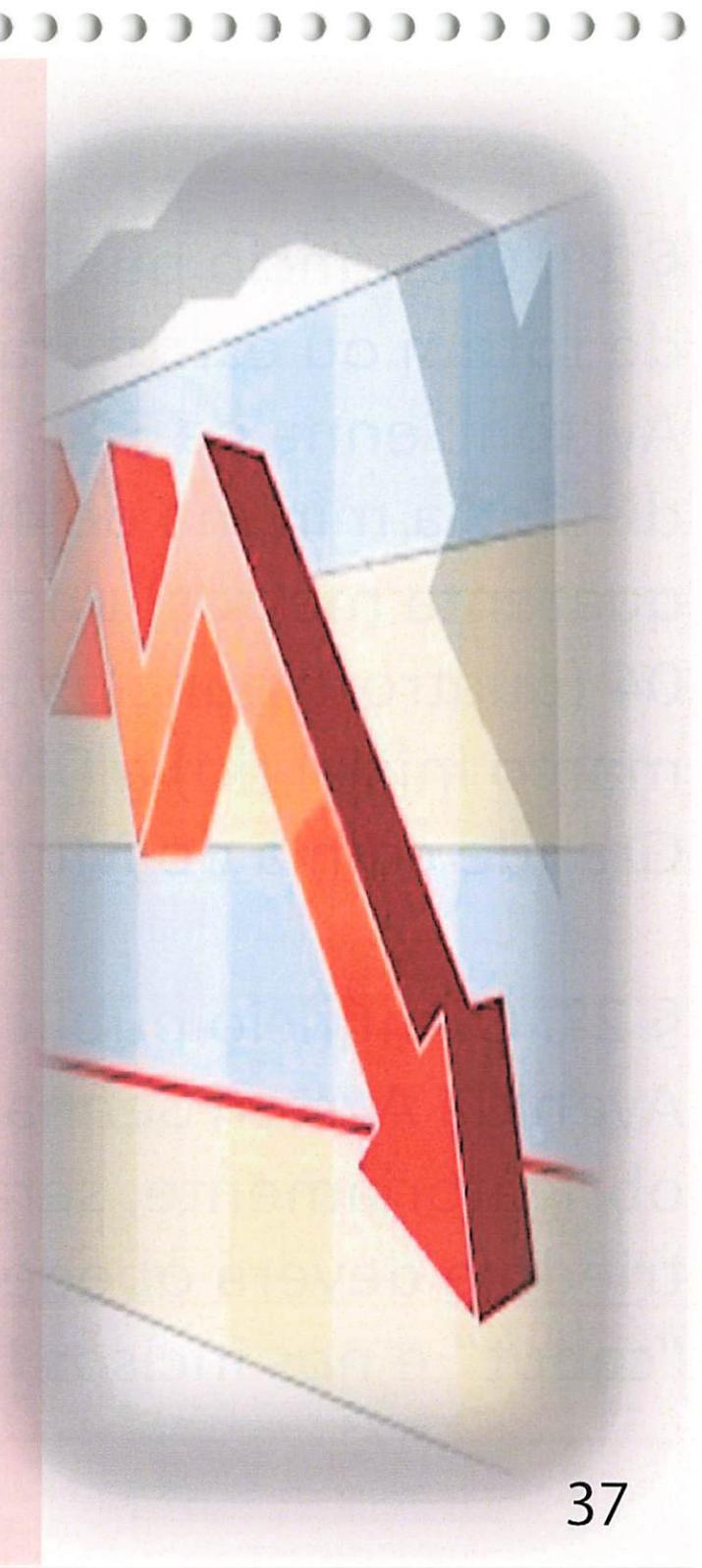
## Art. 9º. É proibida a instalação de anúncios, em: (NR)

I – orla marítima, leitos dos rios e cursos d’água, reservatórios, conforme legislação específica, **salvo no primeiro caso, mediante autorização outorgada pelo Executivo Municipal, através de licitação;**

II - vias, parques, praças e outros logradouros públicos, **salvo os anúncios de cooperação entre o Poder Público e a iniciativa privada, a serem definidos por legislação específica, bem como as placas e unidades identificadoras definidas no § 6º do art. 19 desta Lei Complementar;**



- a) os anúncios publicitários instalados em forma de totens ou estruturas tubulares, deverão eles estar contidos dentro do lote e não ultrapassar a altura máxima de 10 metros;
- b) os anúncios publicitários deverão, obrigatoriamente, ser eletrônicos, front light ou triedo e deverão respeitar uma distância mínima de um raio de 700 m uns dos outros, tendo como marco inicial (lo) a Divisa do Município de Praia Grande com a do Município de São Vicente, salvo, nas Avenidas Roberto de Almeida Vinhas e Ministro Marcos Freire em que o marco inicial (lo) será o Viaduto Joaquim Mourão.
- c) os anúncios publicitários instalados em “imóvel não construído” é obrigatório o isolamento através da construção de muro de fecho em suas divisas.



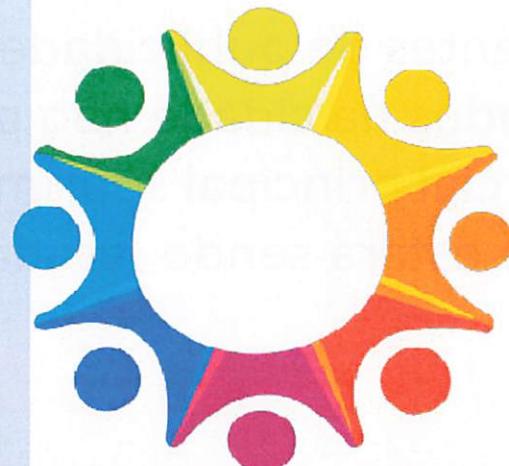
## Artigo 4 da lei 659 e artigo 9 da lei 636:

... Vamos fazer uma reflexão:

O que polui a cidade?

Placas pequenas em frente uma loja ou painéis gigantes em praças públicas, orla da praia e avenidas da cidade?

***“O poder público não teria que dar o exemplo”***



**PRAIA GRANDE**  
A CIDADE DE TODOS

## Explicação:

Se o princípio desta lei é manter a cidade limpa então entendemos que o poder público tem que dar o exemplo.

Se a iniciativa privada vai ter que se sacrificar para dar sua contribuição, diminuindo a publicidade nas portas de seus estabelecimentos para manter a cidade limpa, então entendemos que o poder público também não pode colocar anúncios nas paisagens naturais de nossa cidade.

Afinal de contas, a prioridade é limpar a cidade para torná-la mais bela.

# 2

## PADRONIZAÇÃO

- EQUIPAMENTOS METÁLICOS, ILUMINADOS, COM MANUTENÇÃO PERIÓDICA COMPROVADA E CAMPANHAS EM LONA IMPRESSA;
- TIPOS DE ENGENHO: FRONT-LIGHT, TRIEDRO, PAINEL ELETRÔNICO e OUTDOOR METÁLICO

# **PADRONIZAÇÃO:**

- **Painéis (FRONT-LIGHT, TRIEDRO, PAINEL ELETRÔNICO) só podem ser instalados em ÁREA LIVRE DO IMÓVEL e o local deve ser murado. O muro deve ser mantido em ótimas condições de pintura;**
- **Rarefação mínima de 500,00m painel/outdoor/agrupamento de outdoor;**



os muros de imóveis com engenhos de mídia

# 3. Registro das Empresas

- **Certidão negativa de débitos de tributos municipais;**
- Prova de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas (CNPJ);
- Cópia do contrato social autenticada, acompanhada da última alteração, se houver, que comprove sua atividade no ramo;
- Prova de inscrição no Cadastro Municipal de Contribuintes Mobiliários (CCM);
- Prova de inscrição no Conselho Regional de Engenharia, Arquitetura e Agronomia – CREA , no caso de empresas de confecção e instalação (CREA-SP);
- Indicação de responsável técnico regularmente inscrito no Conselho Regional de Engenharia, Arquitetura e Agronomia – CREA ou Conselho de Arquitetura e Urbanismo – CAU;
- Cópia autenticada da carteira do CREA ou CAU do responsável Técnico da empresa;
- Cópia da apólice de seguros contra terceiros dos engenhos publicitários



# Retorno para a Sociedade

Cases **SEPEX-SP**

# Cases

# Aleitamento Materno Prefeitura de **São Bernardo do Campo** 2012

**SEJA O ANJO-DA-GUARDA  
DE MUITOS ANJINHOS.  
DOE LEITE MATERNO.**

Faz bem pra você. Faz bem pra muitos bebês.



LIGUE PARA  
4365-1480, RAMAL 1196  
ATENDIMENTO 24 HORAS.



ELABORADO POR



ASSOCIAÇÃO  
DE VOLUNTÁRIOS  
DO HOSPITAL  
MUNICIPAL  
DR. HENRIQUE  
NAZARENO

São Bernardo  
do Campo



**Painel sem campanha deve obrigatoriamente exibir campanha de utilidade pública**

Cases

# Fundação PróSangue, 2012 – Santos





# Retorno para a Sociedade



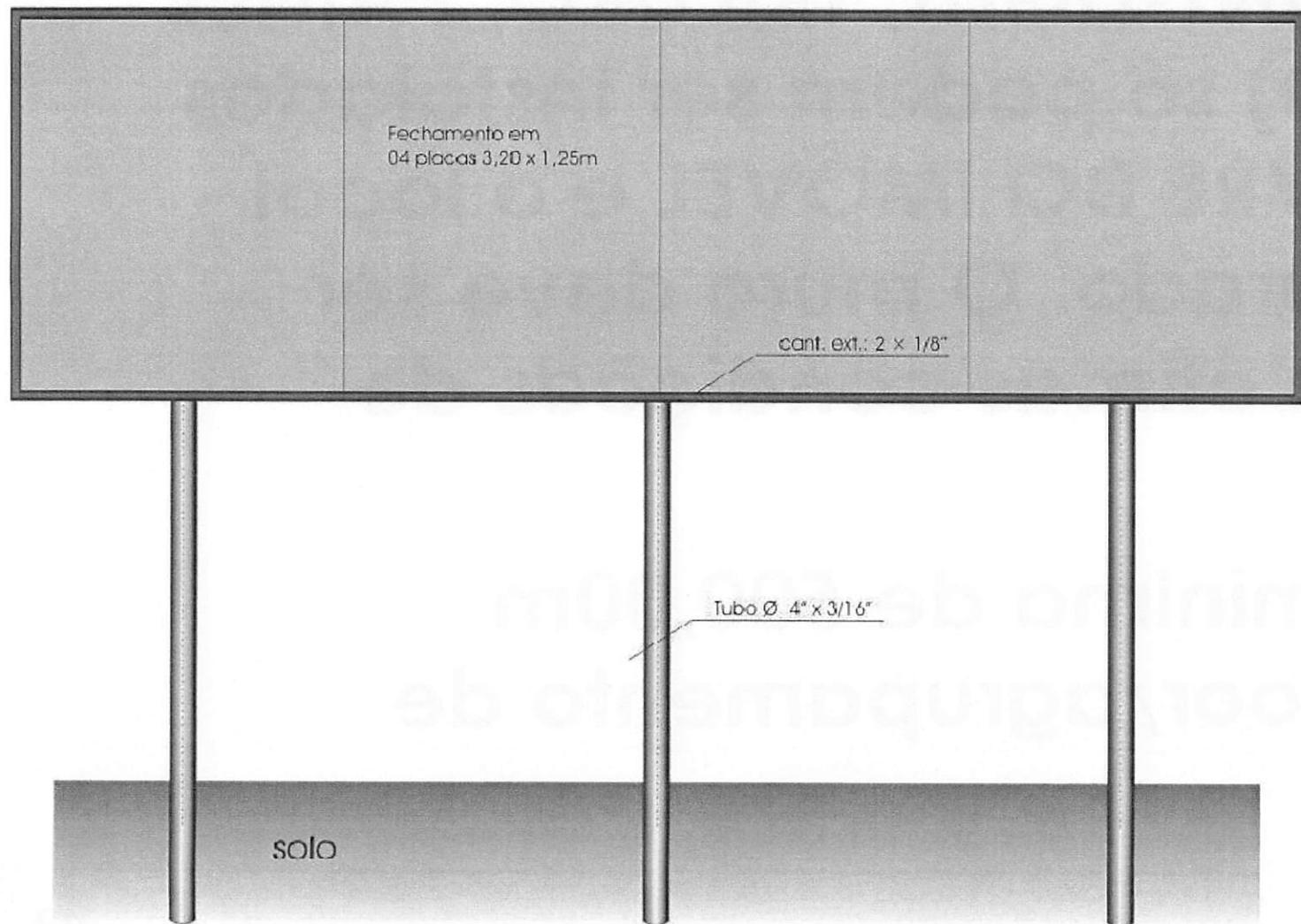
**Veiculação de campanhas de utilidade pública quando não houver veiculação de campanha**

# 3. Registro das Empresas

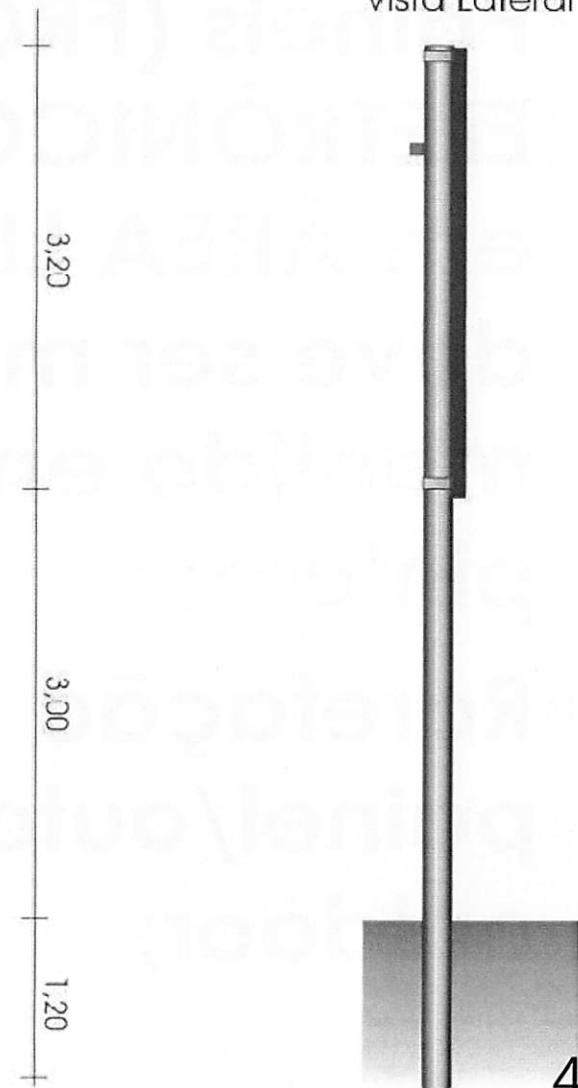
- **SOMENTE ESTAS EMPRESAS REGULARES, cadastradas na prefeitura poderão atuar na cidade;**
- **A empresa deverá apresentar os seguintes documentos para obter o registro:**

# PADRÃO OUTDOOR METÁLICO

Vista Frontal



Vista Lateral



# **PADRONIZAÇÃO:**

- **Medidas para painéis:** Área máxima de 32,00m<sup>2</sup>; Altura máxima de 14m;
- **Medidas para outdoor:** Área padrão de 27m<sup>2</sup> com altura mínima de 3,00m e máxima de 6,00m.
- **Permitido agrupamento** máximo de 3 outdoors no mesmo imóvel mantendo distanciamento de 1,00m entre painéis;
- **Distancia mínima** de 1,50m entre limites do imóvel para outdoor e painel.

## A iniciativa privada precisa ser preservada.

Os agentes de publicidade que já dispõe de painéis instalados na cidade não podem ter a sua atividade comercial principal suprimida por uma lei posterior porque se não estará sendo lesada o artigo 5º da constituição:

*““ O direito não pode prejudicar o direito adquirido, o ato jurídico perfeito e a coisa julgada. ““*



**PRAIA GRANDE**  
A CIDADE DE TODOS

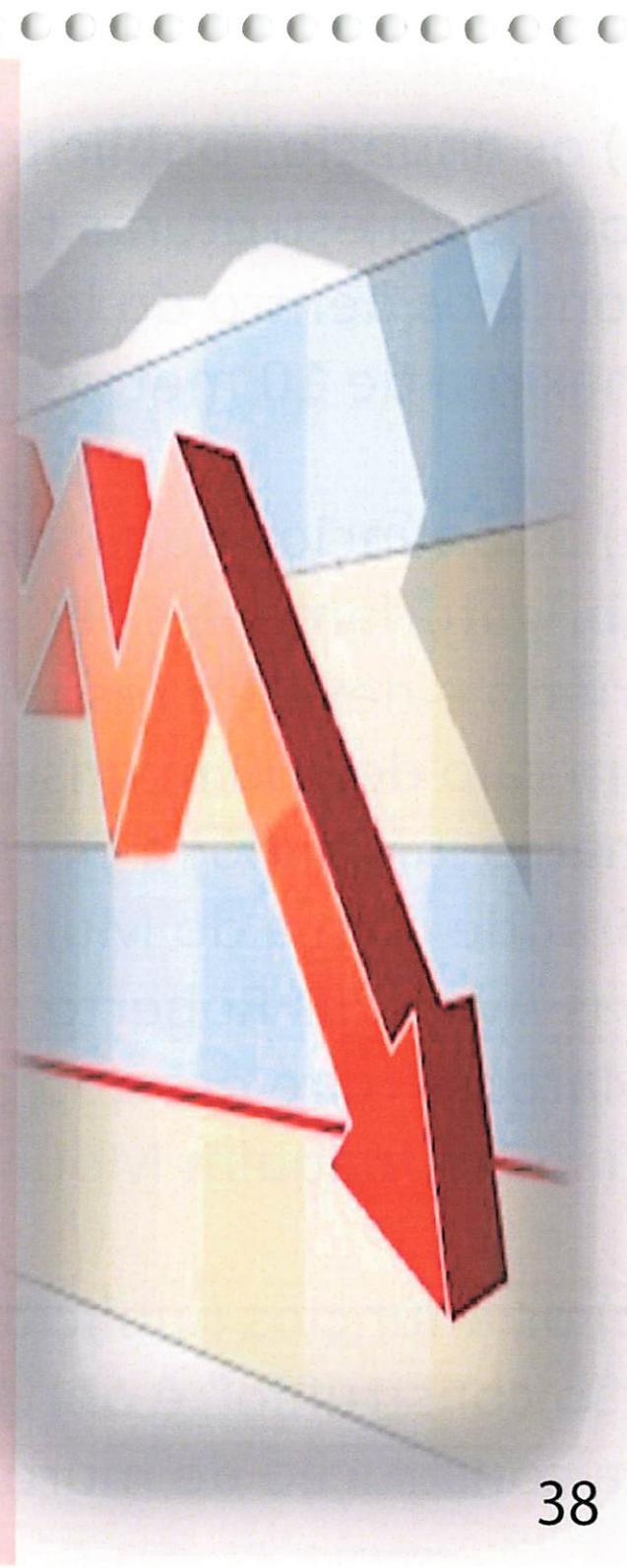
### Explicação:

Não seria prudente, por parte do governo, prejudicar toda cadeia produtiva de um setor da cidade e estar sujeita a uma demanda judicial individual ou coletiva, correndo o risco de perder.

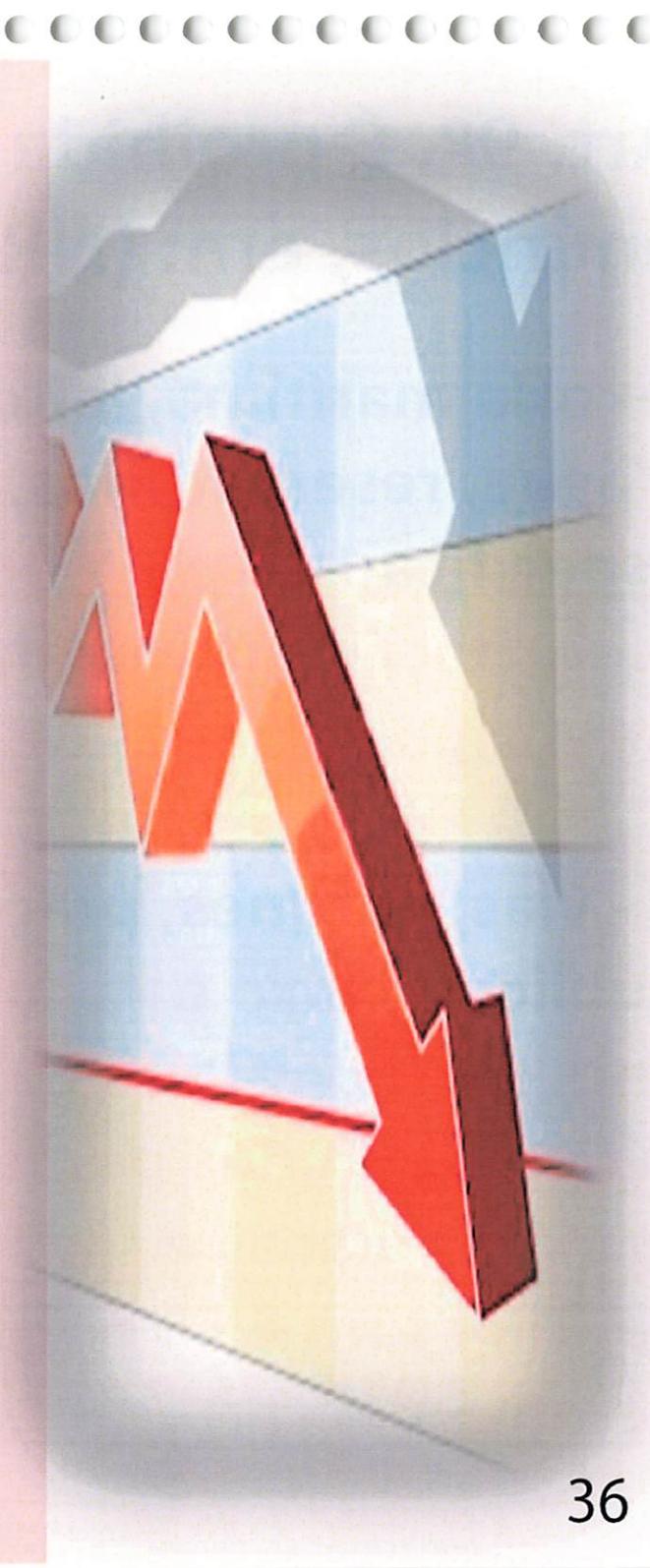
Em caso de derrota, o prejuízo cairá no colo da população que verá o dinheiro de seus tributos sendo utilizados para indenizar terceiros ao invés de contribuir para melhorar a cidade.

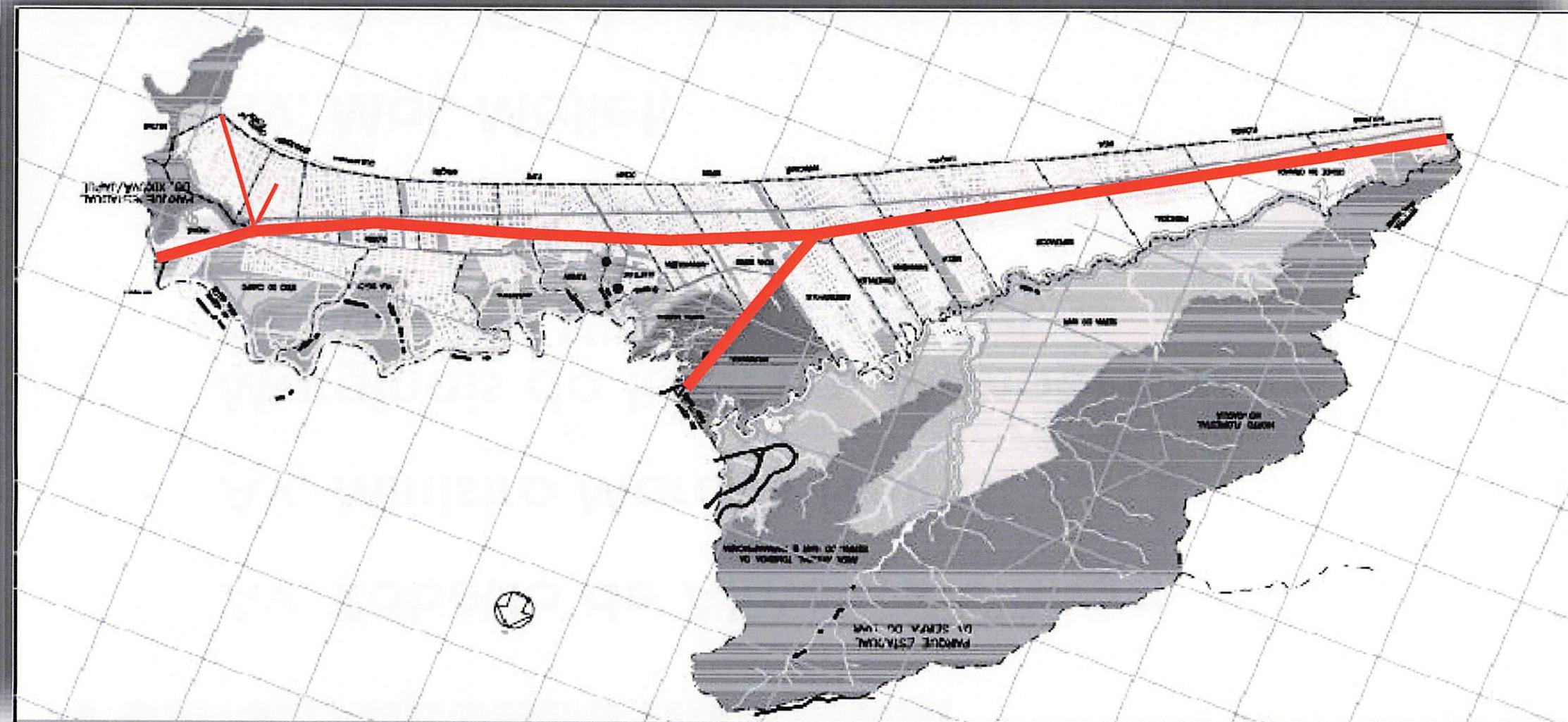
§ 1º. O anúncio publicitário instalado em forma de totem ou estrutura tubular na Avenida Ayrton Senna da Silva deverá respeitar uma distância mínima de 440,00 m (quatrocentos e quarenta metros) uns dos outros, limitando-se a 04 (quatro) anúncios no total, tendo como marco inicial (Iº) a Divisa do Município de Praia Grande com a do Município de São Vicente.

§ 2º. O anúncio publicitário instalado na Avenida Ayrton Senna da Silva, obrigatoriamente, será eletrônico, front ligh ou triodo e deverá obedecer ao estipulado no “caput” e nos incisos I e III, deste artigo.



Art. 16. Fica vedada a colocação de anúncio publicitário, nos imóveis públicos e privados, edificados ou não no âmbito do Município, **salvo, mediante autorização outorgada pelo Executivo Municipal, através de licitação, na Avenida Roberto de Almeida Vinhas, Avenida Ministro Marcos Freire, nas Marginais da Rodovia SP-55 (Padre Manoel da Nobrega) e na Avenida Ayrton Senna da Silva, desde que obedeçam aos seguintes parâmetros: (NR)**





# edewi

## 5. Fiscalização/Arrecadação

**Só é possível a  
realização de tudo o que  
se propõe se houver  
fiscalização efetiva por  
parte da municipalidade**

## 5. Fiscalização/Arrecadação

**Esta atividade fomenta o comércio local e cria x empregos diretos e xx indiretos em Praia Grande**

**Esta lei:**

- 1 – Está restringindo os meios publicitários convencionais utilizados pela pequena empresa da cidade;**
- 2 – Está suprimindo a publicitários da cidade de exercer a sua atividade econômica;**
- 3 – Está entregando ao poder público o monopólio da comunicação;**
- 4 – Em breve, teremos uma rádio e uma emissora de TV na Praia Grande, que também é concessão.**

## Sugestão:

- 1 – Limitar o número de painéis por empresas;
- 2 – 50% dos painéis precisam ser licitados obrigatoriamente para empresas publicitárias que estejam registrados na cidade por determinado período;
- 3 – Regulamentar e não proibir os anúncios publicitários em propriedade privada com isonomia;

## **Senhores Membros da Comissão.**

**O SEPEX-SP entende como adequado a existência de uma legislação específica para tratar de "PAINEL" e "OUTDOOR". Nesse sentido, o texto a seguir atende os princípios éticos, técnicos, humanísticos e legais que são bandeiras de nossa entidade.**

**Caso haja a possibilidade de se criar uma lei específica entendemos que este texto pode servir de base, caso contrário este conteúdo pode substituir o Artigo 16 da Lei Complementar Nº 659. Contudo, em ambos os casos é necessário verificar se o nosso conteúdo não fere outras leis e decretos específicos de Praia Grande e isso nós não temos como prever pois demanda conhecimento jurídico específico sobre as leis da cidade.**

**Dos tipos e padronização de engenhos publicitários:** São contemplados neste artigo os engenhos tipo “Painel” e “Outdoor” para instalação exclusivamente em “área livre do imóvel”. O “Painel” é um equipamento que deverá possuir área de exposição do anúncio de no máximo 32,00m<sup>2</sup> (Trinta e dois metros quadrados) e altura máxima medida do piso até o ponto mais alto de 14,00m (Catorze metros) enquanto a área de exposição do “Outdoor” deverá medir especificamente 27,00m<sup>2</sup> (Vinte e sete metros quadrados) exclusivamente no formato 9,00m (Nove metros) de comprimento por 3,00m (Três metros) de altura e altura máxima medida do piso até o ponto mais alto de 6,00m (Seis metros). Para os efeitos de aplicação deste artigo, ficam estabelecidas as seguintes definições:

- c) **Painel tipo Eletrônico** – Equipamento similar ao painel tipo Front-Light exceto pelo painel ser composto por placas de led ou similar;
- d) **Outdoor** – Equipamento constituído de poste metálico devidamente chumbado no solo e estrutura de painel para fixação de lona vinílica impressa com medida específica supracitada de 27,00m<sup>2</sup> (Vinte e sete metros quadrados) exclusivamente no formato 9,00m (Nove metros) de comprimento por 3,00m (Três metros) de altura e altura máxima medida do piso até o ponto mais alto de 6,00m (Seis metros).

III- Características construtivas: Todo engenho publicitário deverá ser iluminado e respeitar os preceitos da ABNT-Associação Brasileira de Normas Técnicas, especialmente a NBR 6123 (Forças devidas ao vento em edificações) e NBR 5410 (Instalações Elétricas de Baixa Tensão). Além disso, os engenhos devem prever pontos de ancoragem para segurança dos trabalhadores.

IV- Dos distanciamentos e rarefação: No imóvel todo e qualquer engenho publicitário deverá manter a distância mínima de 1,00m (Um metro) dos limites do painel aos limites internos do imóvel. Rarefação Mínima de 200m (Duzentos metros) entre qualquer tipo de engenho publicitário por sentido da via.

V - Zeladoria do imóvel: Os engenhos publicitários instalados em “imóvel sem edificação” deverão ser isolados da área pública através de “muro de fecho” nos limites do imóvel e deverá respeitar o alinhamento, ter altura de 3,30m (três metros e trinta centímetros), medidos a partir do lado do nível mais alto, excetuados os de arrimo que terão altura compatível com o desnível de terra, e, na parte externa, deverá ser revestido com acabamento de litocerâmica, de cor branca, anti-pichação. Da mesma forma corre por conta da empresa exibidora a responsabilidade pela zeladoria do muro mantendo-o em ótimas condições de pintura e removendo propagandas coladas.

VII- Da Responsabilidade Técnica: Todo engenho publicitário deverá ser projetado e instalado sob supervisão de profissionais habilitados e inscritos no CREA ou CAU conforme necessidade técnica.

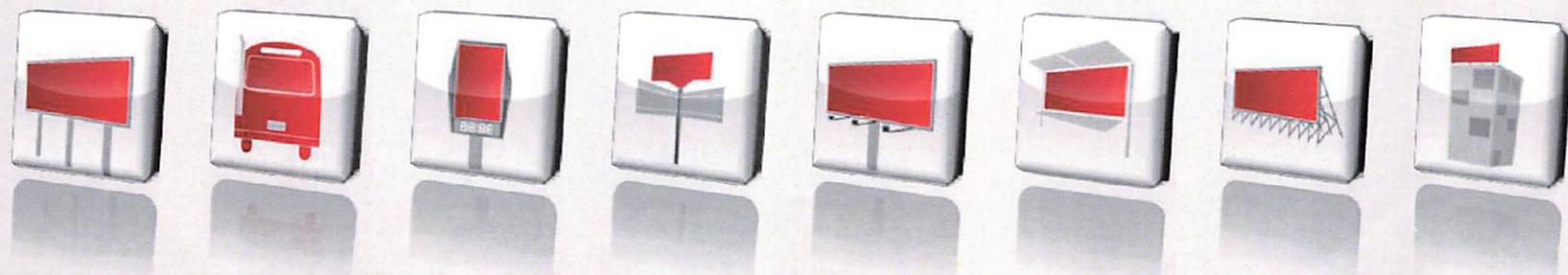
VII - Da Responsabilidade Técnica: Todo engenho publicitário deverá ser projetado e instalado sob supervisão de profissionais habilitados e inscritos no CREA ou CAU conforme necessidade técnica.

VIII- Veiculação de Utilidade Pública: É obrigatória a veiculação de campanha de tema de utilidade pública no engenho publicitário quando o mesmo estiver sem veiculação de campanha de terceiros.

PARÁGRAFO ÚNICO: A documentação deverá ser atualizada anualmente sob pena de cassação da licença para veicular, instalar ou realizar manutenção de engenhos publicitários. No mesmo sentido, qualquer atualização cadastral ou documental deverá ser atualizada na Prefeitura a qualquer momento.

# Obrigado!

**www.sepexsp.com.br**  
**diretoria@sepexsp.com.br**



**SEPEX-SP**

X - Do Trabalho em Altura: As empresas devidamente cadastradas na Prefeitura deverão adquirir de Seguro de Vida para cada funcionário que execute manutenção ou instalação de engenhos publicitários, da mesma forma deverão atender todas as normas previstas na CLT - Consolidação das Leis do Trabalho e, oferecer o curso de segurança nos trabalhos em altura segundo a NR35 (MTE), emitido por escola reconhecida pelo sistema de ensino oficial a todos os funcionários que desempenhem função com risco conforme NR35.

- a) Certidão negativa de débitos de tributos municipais;
- b) Prova de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas (CNPJ) em CNAE compatível com a atividade de veiculação, instalação e manutenção de outdoors e similares;
- c) Cópia do contrato social autenticada, acompanhada da última alteração, se houver, que comprove sua atividade no ramo;
- d) Prova de inscrição no Cadastro Municipal de Contribuintes Mobiliários (CCM);
- e) Prova de inscrição no Conselho Regional de Engenharia, Arquitetura e Agronomia – CREA , no caso de empresas de confecção e instalação (CREA-SP);
- f) Indicação de responsável técnico regularmente inscrito no Conselho Regional de Engenharia, Arquitetura e Agronomia – CREA ou Conselho de Arquitetura e Urbanismo – CAU;
- g) Cópia autenticada da carteira do CREA ou CAU do responsável Técnico da empresa;
- h) Cópia da apólice de seguros contra terceiros dos engenhos publicitários;
- i) Certidão Negativa INSS e FGTS;
- j) Comprovante atualizado do curso de segurança nos trabalhos em altura segundo a NR35 (MTE), emitido por escola reconhecida pelo sistema de ensino oficial a todos os funcionários que desempenhem função com risco conforme NR35.

**IX - Empresas habilitadas:** Somente empresas regulares, cadastradas na prefeitura poderão veicular, instalar ou realizar manutenção de engenhos publicitários. A empresa deverá apresentar os seguintes documentos para obter o registro:



VI - Seguro de Responsabilidade Civil: Todo engenho publicitário deverá possuir Seguro de Responsabilidade Civil visando garantir o reembolso de indenizações que o segurado venha a ser obrigado a pagar em virtude de lesões corporais ou danos materiais, por ele provocados involuntariamente (por omissão, negligência ou imprudência) a terceiros ou a pessoas pelos quais possa responder civilmente.



**PARÁGRAFO ÚNICO:** É admitido o agrupamento de até 03 (Três) outdoors por face de imóvel desde que respeitem a distância mínima de 1,00 (Um metro) dos limites do imóvel e a distância mínima de 0,50cm (cinquenta centímetros) entre outdoors. Para medida da rarefação do agrupamento em relação a outro engenho publicitário deve-se considerar do lado esquerdo a extremidade da esquerda do painel situado mais a esquerda enquanto do lado direito a extremidade mais a direita do painel situado mais a direita do imóvel tomando por base a visualização frontal do imóvel na face de via em que se permite engenhos publicitários.

**PARÁGRAFO ÚNICO:** Novas tecnologias e meios de veiculação de anúncios, bem como projetos diferenciados não previstos nesta lei, poderão enquadrados e terão seus parâmetros estabelecidos pela Prefeitura de Praia Grande através da **Secretaria Competente.**

**a) Painel tipo Front-light** – Equipamento constituído de poste metálico devidamente chumbado no solo e estrutura de painel para fixação de lona vinílica impressa;

**b) Painel tipo Triedro** – Equipamento similar ao painel tipo Front-Light que se diferencia do mesmo em função do painel ser composto de lâminas giratórias às quais são fixados os anúncios;

## **Art. 16. (Ou princípio para nova lei) Sobre a Colocação de Engenhos Publicitários:**

**I. Da localização:** Fica vedada a colocação de anúncios publicitários, nos imóveis públicos e privados, edificados ou não no âmbito do Município, salvo nos imóveis privados dos seguintes logradouros: Av. Roberto de Almeida Vinhas; Av. Ministro Marcos Freire; Marginais da Rod. Pe. Manoel da Nóbrega e Via Expressa Sul; Av. Ayrton Senna da Silva; Av. Mal. Malet; Av. Pres. Costa e Silva (trecho de 4 pistas).

Autores deste trabalho:

Comissão fachada limpa criada em  
23 de fevereiro de 2015 para  
estudar e propor mudanças para a  
comissão de vereadores da cidade.

**Corremos o risco de entregar para uma pessoa ou grupo de pessoas o monopólio de um mercado publicitário milionário.**

**Será que isso é bom para a cidade?**

## 5. Fiscalização/Arrecadação

- **Precificação do espaço aéreo para a publicidade – Mesmo raciocínio do IPTU**
- **Chamamento Público? Maior valoração dos pontos**

## 5. Fiscalização/Arrecadação

**Mídia Exterior deve ser tributada, fiscalizada e trazer retorno para a sociedade através de campanhas de utilidade pública, iluminação, pagamento de impostos, geração de empregos e zeladoria do espaço urbano.**



*Câmara Municipal da Estância Balneária de Praia Grande  
Estado de São Paulo*

Praia Grande, 23 de março de 2.015.

**OFÍCIO GPC-L N° 036/15**

Ref: Encaminha Relatório Final de CEV – Lei Ordenamento da Paisagem Urbana

Senhor Prefeito:

Com nossos cordiais cumprimentos, sirvo-me do presente para encaminhar o Relatório Final da Comissão Especial de Vereadores apresentando propostas para melhoria da legislação que trata do ordenamento da paisagem urbana neste Município de Praia Grande.

Valho-me do ensejo para reiterar à Vossa Senhoria, meus protestos de considerada estima e distinto apreço.

Atenciosamente,

  
**ROBERTO ANDRADE E SILVA**

Presidente

**CÓPIA**

RECEBIDO
26/03/15
Juri de Souza Santos
Gabinete da Prefeito
Reg. 37447
Funcionário

*PROT N° 1519*

Exmo. Senhor  
**Dr. ALBERTO PEREIRA MOURAO**  
Prefeito Municipal do Município de  
**PRAIA GRANDE/SP**