

Boletim informativo

Abril/07

LEI MUNICIPAL Nº 14.223/06 — LEI KASSAB



Gisele Bueno¹

A Lei Municipal n.º 14.223/2006, também conhecida como Lei da Cidade Limpa ou Lei Kassab, vem gerando divergências de interpretação e entendimentos em todos os setores.

Além da análise da legislação pertinente, realizamos consultas junto à Prefeitura de São Paulo, a todas as Subprefeituras e ao CADAN – Cadastro de Anúncios – para dirimir qualquer dúvida quanto à interpretação e a aplicação da nova legislação.

O intuito da Lei Cidade Limpa é, basicamente, vetar a publicidade/anúncio de marcas, estabelecimentos, serviços etc., de forma aleatória e irrestrita nas áreas públicas que afetem a paisagem urbana.

Englobam o conceito de área pública para os efeitos desta lei, os itens abaixo listados:

- imóvel de propriedade particular, edificado ou não;
- imóvel de domínio público, edificado ou não;
- bens de uso comum do povo;
- obras de construção civil em lotes públicos ou privados;
- faixas de domínio, pertencentes a redes de infra-estrutura, e faixas de servidão de redes de transporte, de redes de transmissão de energia elétrica, de oleodutos, gasodutos e similares;
- veículos automotores e motocicletas;
- bicicletas e similares;
- "trailers" ou carretas engatados ou desengatados de veículos automotores;
- mobiliário urbano;
- aeronaves em geral e sistemas aéreos de qualquer tipo.

A veiculação de informação e/ou imagem, seja através de *banner*, totem, logo, faixa, placa ou qualquer espécie anúncio, será considerada propaganda, ainda que tenha caráter **indicativo** (identificar o local, a atividade ou os profissionais), **publicitário** (veiculação de publicidade fora do local onde se exerce a atividade) ou **especial** (finalidades específicas, sejam elas culturais, eleitorais educativas ou imobiliária).

No que tange às empresas atuantes no ramo de Construção Civil e de Incorporação, seja no caso de obra pública ou privada, a lei se aplica de maneira incisiva em diversos elementos da obra, inclusive no material de proteção (tábuas, telas etc.).

Cada obra poderá conter apenas um único anúncio, o qual deverá estar licenciado e autorizado pelo CADAN. O Alvará expedido pela Prefeitura autorizando o início das atividades não supre a necessidade de se obter a licença junto ao CADAN. O número da licença deverá, obrigatoriamente, constar no anúncio.

ANÚNCIO – ESPECIFICAÇÕES DE QUANTIDADE, TAMANHO E FORMA

O anúncio deverá seguir as normas e os padrões descritos no artigo 13 da Lei, *in verbis*:

“Art. 13. Ressalvado o disposto no art. 16 desta lei, será **PERMITIDO SOMENTE UM ÚNICO 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 10,00M (DEZ METROS) LINEARES, a área total do ANÚNCIO NÃO DEVERÁ ULTRAPASSAR 1,50M² (um metro e cinqüenta decímetros quadrados);

II - quando a TESTADA DO IMÓVEL FOR IGUAL OU SUPERIOR A 10,00M (DEZ METROS) LINEARES E INFERIOR A 100,00M (CEM METROS LINEARES), a área total DO ANÚNCIO NÃO DEVERÁ ULTRAPASSAR 4,00M² (quatro metros quadrados);

III - quando o anúncio indicativo 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;

IV - quando o anúncio indicativo estiver instalado em SUPORTES EM FORMA DE TOTENS OU ESTRUTURAS TUBULARES, deverão eles estar contidos dentro do lote e NÃO ULTRAPASSAR A ALTURA MÁXIMA DE 5,00M (CINCO METROS), incluídas a estrutura e a área total do anúncio.”

Vale ressaltar que, no caso de funcionamento de mais de uma atividade ou empresa no imóvel, o anúncio deverá obedecer ao mesmo padrão, sendo certo que as empresas deverão dividir o espaço do anúncio entre elas – artigo 13, § 10.

Consigne-se, ainda, que, no caso de imóveis de esquina ou que possuam mais de uma frente para logradouro, será permitida a inserção de um anúncio para cada testada, os quais deverão respeitar as especificações anteriormente descritas - artigo 13, § 11.

Há também que se ressalvem os casos onde a obra/imóvel possui fachada maior que 100 (cem) metros lineares, hipóteses em que será permitida a instalação de 2 anúncios, com área total não superior a 10 (dez) metros quadrados cada um, com uma distância mínima de 40 (quarenta) metros entre eles.

Nesse passo, é importante salientar que todo e qualquer item que contenha o nome, a logomarca, informação ou foto ilustrativa será considerado anúncio. No caso das Construtoras/Incorporadoras, os tapumes, cercas e telas de proteção não poderão conter o nome e/ou o logo da empresa.

Em consulta junto à Subprefeitura de Pinheiros, fomos informados que a exposição de fotos ilustrativas do futuro empreendimento, ainda que não haja qualquer informação (nome ou logo da construtora, número de dormitórios, metragem etc.), será considerada propaganda, já que tem a finalidade de promover a venda das unidades.

Permanece inalterada a necessidade da placa obrigatória, instituída pela Lei Federal n. 6.404/76, contendo o nome do engenheiro, CREA, identificação da empresa e do cliente (público ou privado), a qual não será considerada anúncio e, portanto, não necessita de licença junto ao CADAN. Todavia, o logo da empresa não poderá constar de referida placa, tampouco o nome da construtora poderá estar em destaque, o que, acontecendo, será considerado propaganda e, portanto, passível de autuação. Esta placa terá que possuir caráter meramente informativo.

Cabe esclarecer que, para efeitos desta lei, será considerado anúncio o informativo que estiver até 1 (um) metro dentro da construção.

PENALIDADES – AUTUAÇÃO, VALOR DA MULTA E REINCIDÊNCIA

Ainda, de acordo com a lei, no caso de autuação por irregularidade, a multa aplicada será de R\$10.000,00 (dez mil reais) por anúncio irregular, acrescido de R\$1.000,00 (um mil reais) por metro quadrado que exceder o tamanho regulamentar.

Tal multa será aplicada de plano, sem qualquer notificação prévia, e na mesma oportunidade será concedido prazo de 5 (cinco) dias para a regularização do anúncio, sob pena de reaplicação da mesma multa em dobro. A penalidade será reaplicada sucessivamente,

a cada 15 (quinze) dias, a partir da lavratura do auto de infração até que o anúncio seja regularizado.

Quando o anúncio apresentar risco iminente, o prazo para regularização será de 24 (vinte e quatro) horas, sendo que a reaplicação da multa também será a cada 24 (vinte e quatro) horas até a remoção do anúncio.

Dependendo do caso, na hipótese de permanência do anúncio irregular destarte às multas e notificações, a Prefeitura poderá removê-lo a força, sendo a empresa infratora obrigada a restituir os custos da remoção.

A responsabilidade pelo pagamento da multa é solidária entre o proprietário do imóvel, a empresa anunciante e a empresa instaladora.

SINALIZAÇÃO VIÁRIA

Permanece inalterado o procedimento para instalação de placas viárias indicativas da obras.

Desta forma, a empresa deverá apresentar o projeto e o alvará à CET para que esta proceda à instalação da sinalização viária pertinente.

DISPOSIÇÕES FINAIS

A lei delega às Subprefeituras o poder de supervisionar, expedir atos normativos, gerenciar o cadastro dos anúncios junto ao CADAN e fiscalizar o cumprimento da lei.

O cadastro do anúncio para obtenção de licença junto ao CADAN deverá ser feito via internet. Referida licença é permanente, por prazo indeterminado, não havendo necessidade de renovação, exceto nos casos em que haja alteração em suas características. Repita-se, o número de licença do CADAN deverá constar, obrigatoriamente, no anúncio.

Os entendimentos das Subprefeituras têm variado no que se refere à configuração ou não de propaganda. Desta forma, é prudente evitar qualquer anúncio dúbio ou que possa ser interpretado de diversas maneiras. Caso seja necessário, deve-se submeter o anúncio à análise da Subprefeitura.

As multas serão aplicadas a partir de 31 de março de 2007 – próximo sábado.

Pelos esclarecimentos obtidos via telefone e/ou pessoalmente, os fiscais autuarão de acordo com seus próprios entendimentos do que se enquadra ou não como propaganda, cabendo às empresas oporem-se à autuação e à multa através da apresentação de defesa em processo administrativo.

1. Advogada da NEDER SOCIEDADE DE ADVOGADOS, pós graduanda em processo civil pela PUC-Pontifícia Universidade Católica de São Paulo.