



# DIÁRIO OFICIAL

## DO MUNICÍPIO DE SÃO PAULO

Prefeita: MARTA SUPLICY



CORREIOS  
MALA DIRETA POSTAL  
5727/01 DR/SPM  
Imprensa Oficial

ANO 48

SÃO PAULO – SÁBADO, 1º DE MARÇO DE 2003

NÚMERO 42

### GABINETE DA PREFEITA

#### Prefeita: MARTA SUPLICY

Polácio das Indústrias - PABX:3315-9077 - Pq. D. Pedro II  
E-MAIL:

#### LEI Nº 13.524, DE 28 DE FEVEREIRO DE 2003

(Projeto de Lei nº 378/02, do Vereador Toninho Paiva - PL)

*Denomina Adoniran Barbosa a Passarela do Samba do Pólo Cultural e Esportivo Grande Otelo, situado no Anhembi.*

MARTA SUPLICY, Prefeita do Município de São Paulo, no uso das atribuições que lhe são conferidas por lei, faz saber que a Câmara Municipal, nos termos do disposto no inciso I do artigo 84 do seu Regimento Interno, decretou e eu promulgo a seguinte lei:

Art. 1º - Fica denominada Passarela do Samba Adoniran Barbosa a passarela do Pólo Cultural e Esportivo Grande Otelo, situado no Anhembi, à Avenida Olavo Fontoura nº 1209 - Parque Anhembi, onde desfilam as escolas de samba da capital.

Art. 2º - As despesas decorrentes com a execução da presente lei correrão por conta de dotações orçamentárias próprias, suplementadas se necessário.

Art. 3º - Esta lei entrará em vigor na data de sua publicação, revogadas as disposições em contrário.

PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE SÃO PAULO, aos 28 de fevereiro de 2003, 450ª da fundação de São Paulo.

MARTA SUPLICY, PREFEITA

LUIZ TARCISIO TEIXEIRA FERREIRA, Secretário dos Negócios Jurídicos

JOÃO SAYAD, Secretário de Finanças e Desenvolvimento Econômico

LUIZ PAULO TEIXEIRA FERREIRA, Secretário da Habitação e Desenvolvimento Urbano

CELSO FRATESCHI, Secretário Municipal de Cultura

Publicada na Secretaria do Governo Municipal, em 28 de fevereiro de 2003.

RUI GOETHE DA COSTA FALCÃO, Secretário do Governo Municipal

LEI Nº 13.525, DE 28 DE FEVEREIRO DE 2003

(Projeto de Lei nº 406/02, da Vereadora Myryam Athie - PPS)

*Dispõe sobre a ordenação de anúncios na paisagem do Município de São Paulo e dá outras providências.*

MARTA SUPLICY, Prefeita do Município de São Paulo, no uso das atribuições que lhe são conferidas por lei, faz saber que a Câmara Municipal, em sessão de 30 de janeiro de 2003, decretou e eu promulgo a seguinte lei:

TÍTULO I  
DISPOSIÇÕES GERAIS  
CAPÍTULO I  
DOS OBJETIVOS, DIRETRIZES E DEFINIÇÕES

Art. 1º - Esta lei dispõe sobre a ordenação da paisagem para a veiculação de anúncios desde que visíveis a partir de logradouro público no território do Município de São Paulo.

Art. 2º - A colocação de anúncios publicitários observará as disposições do Plano Diretor Estratégico relativas à ordenação da paisagem, da Rede Viária Estrutural, em harmonia com o sistema de uso e ocupação do solo, a topografia, especialmente os cursos d'água, as linhas de drenagem e os talwegues, considerados eixos básicos estruturadores da paisagem.

Art. 3º - Sem prejuízo das demais normas relativas ao uso da paisagem, a ordenação de anúncios far-se-á nos termos desta lei e compreenderá a fixação de diretrizes para a veiculação, preservando concomitantemente a paisagem e, quanto à sua gestão, estabelecerá um padrão de visibilidade que garanta a segurança dos pedestres e de veículos e também a preservação dos padrões estéticos, paisagísticos, culturais, históricos e geográficos da cidade.

Art. 4º - Todos têm direito à boa qualidade estética e referencial da paisagem municipal, sendo dever do Poder Público Municipal e da coletividade protegê-la e promovê-la para as atuais e futuras gerações.

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

Art. 5º - Considera-se paisagem, para fins de aplicação desta

### SUMÁRIO

[www.prefeitura.sp.gov.br/dom.htm](http://www.prefeitura.sp.gov.br/dom.htm)

Indicadores Econômicos Municipais	3
Secretarias	5
Hosp. do Serv. Público Municipal	19
Instituto de Previdência Municipal	19
Serviço Funerário do Município	25
Servidores	27
Concursos	59
Editais	60
Licitações	72
Câmara Municipal	74
Tribunal de Contas	80

Esta edição é composta de 80 páginas.

lei, o espaço aéreo e a superfície externa de qualquer elemento natural ou construído, tais como água, fauna, flora, construções, edifícios, anteparos, superfícies aparentes de equipamentos de infra-estrutura, de segurança e de veículos automotores, anúncios de qualquer natureza, os elementos de sinalização urbana, equipamentos de informação e comodidade pública, logradouros públicos, visíveis por qualquer observador situado em áreas de uso comum do povo.

Art. 6º - Constituem objetivos da ordenação da paisagem do Município de São Paulo a realização do interesse público em compatibilidade com os direitos fundamentais da pessoa humana e as necessidades de conforto ambiental, com melhoria da qualidade de vida urbana, e assegurando, dentre outros, os seguintes:

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

II - a segurança das edificações e da população;

III - a valorização do ambiente natural e construído;

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

V - a percepção e a compreensão dos elementos referenciais da paisagem;

VI - a preservação da memória cultural;

VII - a preservação e visualização das características peculiares dos logradouros e das fachadas;

VIII - a preservação e a visualização dos elementos naturais tomados em seu conjunto e em suas peculiaridades ambientais nativas;

IX - fácil acesso e utilização das funções e serviços de interesse coletivo nas vias e logradouros;

X - fácil e rápido acesso aos serviços de emergência, tais como, bombeiros, ambulâncias e polícia;

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

Art. 7º - Constituem diretrizes a serem observadas na colocação de anúncios na paisagem municipal:

I - livre acesso de pessoas e bens à infra-estrutura urbana;

II - priorização da sinalização de interesse público com vistas a não confundir motoristas na condução de veículos e garantir a livre e segura locomoção de pedestres;

III - combate à poluição visual bem como à degradação ambiental;

IV - proteção, preservação e recuperação do patrimônio cultural, histórico, artístico, paisagístico, de consagração popular, bem como do meio-ambiente natural ou construído da cidade;

V - compatibilização entre as modalidades de anúncios com os locais onde possam ser veiculados, nos termos desta lei;

VI - agilidade nos procedimentos de autorização da veiculação de anúncios, bem como de fiscalização e de licenciamento, observados os princípios da prevalência do interesse público, imparcialidade, legalidade, publicidade e moralidade;

VII - responsabilidade solidária do proprietário do anúncio, do proprietário do imóvel ou seu possuidor e do anunciante, pelas infrações e ações lesivas que praticarem;

VIII - implantação de sistema de fiscalização efetiva, ágil, moderna, planejada e permanente;

IX - proposição pelo Executivo da criação do Fundo de Recuperação e Manutenção da Paisagem Urbana.

Art. 8º - Para os efeitos de aplicação desta lei, ficam estabelecidas as seguintes definições:

I - altura do anúncio (h) - é o resultado obtido pela diferença entre a altura máxima (hmax) e a altura mínima (hmin), (h = hmax - hmin), devendo ser considerada a estrutura de sustentação, no caso de anúncio localizado na cobertura da edificação, observado o seguinte:

a) altura mínima (hmin) - é a distância vertical entre o ponto mais baixo do anúncio e o ponto mais alto do solo imediatamente abaixo do anúncio ou do passeio, quando o solo estiver em plano inferior ao mesmo;

b) altura máxima (hmax) - é a distância vertical entre o ponto mais alto do anúncio e o ponto mais alto do solo imediatamente abaixo do anúncio ou do passeio, quando o solo estiver em plano inferior ao mesmo;

II - altura da edificação (hed) - é a distância vertical entre a cobertura da edificação e o ponto mais alto do solo imediatamente abaixo do anúncio;

III - andar - é o volume compreendido entre dois pavimentos consecutivos, ou entre o pavimento e o nível superior de sua cobertura;

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

a) anúncio indicativo - aquele que visa apenas identificar no próprio local da atividade os estabelecimentos e/ou os profissionais que dele fazem uso, podendo também ser composto de logomarca e referência a outras empresas fornecedoras, colaboradoras ou patrocinadoras das atividades desenvolvidas no local, desde que esta última não ultrapasse 1/3 (um terço) da área total do anúncio;

b) anúncio publicitário - é aquele destinado à veiculação de publicidade instalado fora do local onde se exerce a atividade, podendo ser instalado de acordo com os parâmetros estabelecidos na presente lei, e quando em área livre, conforme quadro anexo, observar as seguintes características:

1) estar instalado em altura mínima de 3,00 m (três metros) e altura máxima de até 6,00 m (seis metros);

2) estar instalado em altura mínima de 10,00 m (dez metros) e altura máxima de até 15,00 m (quinze metros);

V - aplique - elemento acessório ao anúncio publicitário de inserção temporária;

VI - área livre de imóvel edificado - é a área descoberta existente entre a edificação e qualquer divisa do imóvel que a contém;

VII - área total do anúncio - é a soma das áreas de todas as superfícies de exposição do anúncio, expressa em metros quadrados;

VIII - ático - é a parte do volume superior de uma edificação, destinada a abrigar casa de máquinas, piso técnico de eleva-

dores, caixas d'água e equipamentos e máquinas de circulação vertical;

IX - bem de valor cultural - é aquele de interesse paisagístico, cultural, turístico, arquitetônico, ambiental, ou de consagração popular, público ou privado, composto pelas áreas, edificações, monumentos, parques e bens tombados pela União, Estado e Município;

X - complementar - é o elemento da edificação, constante do projeto aprovado, independente da edificação principal, compreendendo torres, caixas d'água e chaminés;

XI - coroamento - elemento de vedação que envolve o ático;

XII - edificação - é a obra coberta destinada a abrigar atividade humana ou qualquer instalação, equipamento e material;

XIII - edificação permanente - é aquela fixada no solo em caráter duradouro;

XIV - edificação transitória - é aquela construída sobre o solo de modo não-fixo ou de pequenas dimensões em caráter não-permanente, pois facilmente removível;

XV - empena cega - é a face lateral externa da edificação que não apresenta aberturas destinadas à iluminação, ventilação e insolação;

XVI - (VETADO)

XVII - espessura do anúncio - é a distância entre a face anterior e a posterior;

XVIII - face de quadra - são todos os lotes que apresentem o mesmo código de logradouro (codlog), o mesmo Setor e a mesma Quadra Fiscal;

XIX - fachada - é qualquer face externa da edificação que apresente aberturas destinadas à iluminação, ventilação e/ou insolação;

XX - gleba - é a área de terra que ainda não foi objeto de loteamento ou desmembramento;

XXI - imóvel edificado - é aquele ocupado total ou parcialmente com edificação permanente;

XXII - imóvel não-edificado - é aquele não-ocupado ou ocupado com edificação transitória;

XXIII - lote - é a parcela de terreno contida em uma quadra, resultante de loteamento, desmembramento ou desdobro e com pelo menos uma divisa lideira a logradouro público;

XXIV - (VETADO)

XXV - marquise - é o elemento da edificação construído em balanço em relação à fachada, integrante de projeto aprovado e regularizado, destinado à cobertura e à proteção de transeuntes;

XXVI - obra - é o processo e o que resulta de trabalho ou ação humana realizado em imóvel, que implique em alteração de seu estado físico anterior;

XXVII - quota - é o coeficiente que, multiplicado pela testada do imóvel onde se situa o anúncio, possibilita obter a área máxima de anúncio permitida no imóvel;

XXVIII - rarefação - é a diminuição e espaçamento de mensagens publicitárias no mesmo fluxo e sentido da via em que estiverem instaladas;

XXIX - rede viária estrutural - é aquela constante das definições do Plano Diretor Estratégico - Lei Municipal nº 13.430, de 13/09/2002;

XXX - saliência - é o elemento arquitetônico proeminente, engastado ou apostado em edificação ou muro;

XXXI - área de exposição do anúncio - é a área que compõe cada face da mensagem do anúncio, devendo, caso haja dificuldade de determinação da superfície de exposição, ser considerada a área do menor quadrilátero regular que contenha o anúncio;

XXXII - testada ou alinhamento - é a linha divisória entre o imóvel de propriedade particular ou pública e o logradouro ou via pública;

XXXIII - vedo transparente - é qualquer vedação do imóvel constituída por material transparente;

XXXIV - face de visibilidade - é a visibilidade aplicada aos lotes que apresentam testada de fundo ou lateral voltada diretamente ao sistema viário classificado como N1, N2, N3.

Art. 9º - Para efeitos desta lei não são considerados anúncios:

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

II - logotipos ou logomarcas de postos de abastecimento e serviços, quando veiculados nos equipamentos próprios do mobiliário obrigatório, como bombas, densímetros e similares;

III - denominações de prédios e condomínios;

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

V - os que contenham mensagens obrigatórias por legislação federal, estadual ou municipal;

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

VII - os que contenham mensagens indicativas de órgãos da administração direta;

VIII - os que contenham indicação de monitoramento de empresas de segurança com área máxima de 0,20 m² (vinte decímetros quadrados);

IX - os que apresentem área de exposição igual ou inferior a 1,50 m² (um metro e cinquenta decímetros quadrados) e ainda observem as seguintes condições:

1) não disponham de dispositivos mecânicos ou de sistema elétrico/eletônico;

2) apresentem altura máxima (hmax) igual ou inferior a 3,00 m (três metros);

3) sejam únicos no estabelecimento e encontrem-se instalados no pavimento térreo;

4) sejam pintados ou instalados exclusivamente paralelos à fachada, ou quando em área livre do imóvel, paralelos ao alinhamento;

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

XI - logotipo de construtora responsável por obra quando em tela de proteção;

XII - adesivos em vedos transparentes com até 0,30 m (trinta centímetros) de altura, desde que respeitada a quantidade de, no máximo, 03 (três) por estabelecimento.

#### CAPÍTULO II DAS NORMAS GERAIS

Art. 10 - Todo anúncio deverá observar, entre outras, as seguintes normas:

I - oferecer condições de segurança ao público;

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

III - receber tratamento final adequado em todas as suas superfícies, inclusive na sua estrutura, ainda que não utilizada para anunciar;

IV - ter a área destinada à mensagem recoberta por material equivalente ao utilizado para veiculação, na cor branca na ausência de anunciante;

V - não possuir estrutura de madeira para anúncios publicitários situados nas vias constantes do Anexo I, e nas vias coloridas situadas no perímetro do centro expandido;

VI - atender às normas técnicas pertinentes à segurança e estabilidade de seus elementos;

VII - atender às normas técnicas emitidas pela Associação Brasileira de Normas Técnicas - ABNT, pertinentes às distâncias das redes de distribuição de energia elétrica ou a parecer técnico emitido pelo órgão público estadual ou empresa responsável pela distribuição de energia elétrica;

VIII - respeitar a vegetação arbórea significativa definida por legislação específica constante do Plano Diretor Estratégico;

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

X - não provocar reflexo, brilho ou intensidade de luz que possa ocasionar ofuscamento, prejudicar a visão dos motoristas, interferir na operação ou sinalização de trânsito, ou ainda causar insegurança ao trânsito de veículos e pedestres, quando com dispositivo elétrico ou com película de alta reflexividade;

XI - (VETADO)

Art. 11 - É vedada a instalação de anúncios em:

I - leitos dos rios e cursos d'água, e em reservatórios, lagos e represas, conforme legislação específica;

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 parágrafo 6º do artigo 30;

III - imóveis situados nas zonas de uso estritamente residenciais definidas no Plano Diretor Estratégico, salvo os anúncios indicativos;

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

V - torres ou postes de transmissão de energia elétrica;

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

VII - placas acopladas à sinalização de trânsito;

VIII - obras públicas de arte, tais como pontes, passarelas, viadutos, túneis, ainda que de domínio estadual e federal;

a) é vedada a instalação de anúncios a uma distância inferior a 30,00 m (trinta metros) de pontes ou viadutos, bem como de seus respectivos acessos;

b) ao longo de vias elevadas serão permitidos anúncios em empenas cegas e coberturas em faixa de até 50,00 m (cinquenta metros) do alinhamento do elevado;

IX - nas vias e passeios públicos, inclusive na pavimentação asfáltica do leito carroçável, exceto as previsões quanto ao mobiliário urbano e os denominados anúncios temporários, devidamente licenciados;

X - de propaganda eleitoral, com exceção nos períodos permitidos por lei, independente do material utilizado, em veículos de transporte coletivo;

XI - nas partes internas e externas de cemitérios;

XII - nas partes internas e externas de hospitais e prontos-socorros e postos de atendimento médico, exceto os que digam respeito à denominação e eventos relacionados com a área da saúde;

XIII - em bens públicos municipais dominiais e de uso especial, salvo nos autódromos, estádios, escolas, centros desportivos e locais de prática do desporto em geral, e nas situações previstas em lei;

XIV - quando colado ou pintado nas colunas, paredes, muros e demais partes externas de edificação, salvo quando pintado em chaminés de indústria nos termos da Lei nº 10.897, de 05 de dezembro de 1990;

a) somente serão permitidos anúncios pintados nas empenas cegas se forem de finalidade cultural;

XV - em vias coletoras e locais, assim definidas pela Lei Municipal nº 13.430/02, exceto:

a) quando de natureza indicativa;

b) (VETADO)

Art. 12 - É proibido colocar anúncio na paisagem que:

I - oblitere, mesmo que parcialmente, a visibilidade de bens tombados;

II - prejudique a edificação em que estiver instalado ou as edificações vizinhas;

III - prejudique, por qualquer forma, a insolação ou a aeração da edificação em que estiver instalado ou a dos imóveis edificados vizinhos;

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

V - apresente conjunto de formas e cores que se confundam com as consagradas para a prevenção e o combate a incêndio, pelas normas de segurança.