



Manual Ilustrado de Aplicação da Lei Cidade Limpa e normas complementares

Lei nº 14.223, de 26 de setembro de 2006
Decreto nº 47.950, de 5 de dezembro de 2006



**PREFEITURA DE
SÃO PAULO**

APRESENTAÇÃO

Em 2006, a Lei Cidade Limpa (Lei nº 14.223, de 26 de setembro de 2006) foi aprovada, desencadeando mudanças significativas na paisagem da Cidade de São Paulo. A publicidade foi retirada dos espaços públicos com a proibição dos outdoors e pinturas em fachadas que faziam propaganda de empresas e produtos. Além disso, a Lei regrou de forma rígida a permanência na paisagem dos chamados anúncios indicativos, que visam identificar as atividades exercidas nas edificações. Naquele momento, quando todos os anúncios foram retirados, a cidade se descobriu, com suas fachadas maltratadas, as mais modernas muitas vezes sem nenhum cuidado de acabamento e, as mais antigas, com seus adornos sujos e abandonados.

Com o passar dos anos, essas fachadas foram recuperadas e os anúncios indicativos se adequaram às novas regras. Durante esse período, a Comissão de Proteção à Paisagem Urbana – CPPU (órgão colegiado municipal responsável pelo acompanhamento das políticas públicas referentes à paisagem urbana) produziu uma série de resoluções normativas com o intuito de esclarecer dúvidas e casos omissos de aplicação da lei, além de tornar os processos de aprovação mais eficientes.

Em 2014, foi sancionado o novo Plano Diretor Estratégico do Município de São Paulo - PDE (Lei nº 16.050, de 31 de julho de 2014), que apresenta a paisagem da cidade como um bem ambiental e elemento indispensável ao bem-estar e à sensação de conforto individual e social, o que é necessário para a qualidade de vida da população. A partir disso, o PDE estabelece que a Prefeitura deverá elaborar um Plano Municipal de Ordenamento e Proteção da Paisagem que garanta o atendimento ao interesse público das ações públicas e privadas que interferem na paisagem urbana, assegurando, entre outros, o direito das pessoas à fruição da paisagem, à identificação, leitura e apreensão dos elementos que a constituem e à preservação das características específicas de logradouros, fachadas de edifícios e elementos naturais. Determina ainda algumas diretrizes como, por exemplo, o combate à poluição visual e à degradação ambiental, a proteção, recuperação e valorização do patrimônio cultural, paisagístico e do meio ambiente natural ou construído da cidade, e a ordenação da inserção de anúncios nos espaços públicos, com restrição à publicidade.

Nesse sentido, a Prefeitura de São Paulo desenvolveu este **Manual Ilustrado de Aplicação da Lei Cidade Limpa e normas complementares**, que reúne as regras até então definidas, para facilitar o acesso às informações, sua compreensão, aplicação e monitoramento por toda a sociedade. A consolidação da experiência acumulada é o passo seguinte no processo de evolução no ordenamento da paisagem de São Paulo, conforme proposto pelo PDE.

COMO LER
O MANUAL
ILUSTRADO?

Com o intuito de facilitar a localização e a compreensão dos conteúdos da Lei Cidade Limpa e de suas normas complementares, estão presentes, ao longo deste Manual, itens ilustrados dos principais casos de inserção de elemento na paisagem urbana por elas regrados.

Os itens ilustrados são apresentados no índice, com a indicação dos artigos de leis, decretos e resoluções relacionados a cada caso. O índice também é composto por uma parte textual, na qual são listados os temas que estruturam a Lei Cidade Limpa, permitindo ao leitor realizar a busca por conceitos e regras gerais.

Na sequência de exposição do conteúdo, os itens ilustrados são retomados conforme cada um dos elementos é detalhado. Dependendo da necessidade de especificação das regras, tais itens são desdobrados em outras imagens ou ampliados em diagramas explicativos.

Também estão presentes ao longo deste Manual a indicação das normativas relacionadas a cada conteúdo exposto, indicando ao leitor quais artigos de leis, decretos e resoluções dispõem sobre o assunto.

Na parte final, estão reunidas informações sobre os procedimentos que devem ser seguidos para licenciamento, aprovação e consulta à Comissão de Proteção à Paisagem Urbana - CPPU.

Plataforma Gestão Urbana

Este **Manual Ilustrado de Aplicação da Lei Cidade Limpa e normas complementares** também está disponível, em formato digital, na Plataforma Gestão Urbana, com acesso pelo site **gestaourbana.prefeitura.sp.gov.br**.

A íntegra da Lei Cidade Limpa e de Decretos, Portarias e Resoluções correlatas, assim como possíveis atualizações das regras vigentes, também podem ser consultadas na plataforma Gestão Urbana.

INDICAÇÃO DO TEMA

CONTEÚDO

ANÚNCIO DE
FINALIDADE
IMOBILIÁRIA

Também são classificados como anúncios especiais aqueles que possuem finalidade imobiliária, ou seja, que se destinem a informar sobre o aluguel ou venda de imóveis ao público. Os anúncios de finalidade imobiliária podem ser de dois tipos:

a) anúncio de VENDE-SE ou ALUGA-SE em imóveis existentes¹

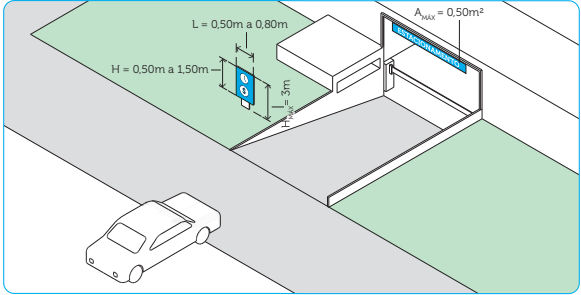
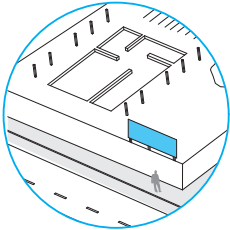
Destinado a informar ao público sobre o aluguel ou venda de terrenos ou imóveis já construídos, a partir de transações imobiliárias entre particulares, ainda que por intermediação de corretor de imóveis, devendo:

- i. respeitar a área máxima de 1,00m²;
- ii. estar contido nos limites do lote.

b) anúncio em lançamentos imobiliários²

Destinado a informar ao público sobre a incorporação, construção, reforma e comercialização de lançamentos imobiliários com entrega futura. O anúncio deverá conter mensagens relacionadas ao empreendimento e observar as seguintes condições:

Tabelas de preços de serviços de estacionamento de veículos, localizadas junto à entrada dos estabelecimentos e visíveis da via pública.



- NORMATIVAS RELACIONADAS
- 1. Lei nº 14.223/2006, arts. 19, IV,
 - 2. Res. SMDU/CPPU/004/2008.
 - 3. Res. SMDU/CPPU/004/2008, item 5.
 - 4. Res. SMDU/CPPU/10/2012.

NORMATIVAS
RELACIONADAS
citadas ao longo do texto

ITENS
ILUSTRADOS

DIAGRAMAS
EXPLICATIVOS

ÍNDICE

P.08 1. ORDENAÇÃO DOS ELEMENTOS QUE COMPÕEM A PAISAGEM URBANA

P.10 2. ANÚNCIOS

- O QUE É CONSIDERADO ANÚNCIO
- O QUE NÃO É CONSIDERADO ANÚNCIO
- LOCAIS E DISPOSITIVOS DE EXIBIÇÃO

P.16 2.1. ANÚNCIO INDICATIVO

- ÁREA MÁXIMA DE EXIBIÇÃO
- LOCAL DE INSTALAÇÃO

P.20 2.2. ANÚNCIO PUBLICITÁRIO

P.22 2.3. ANÚNCIO ESPECIAL

- COMUNICAÇÃO VISUAL DE EVENTOS CULTURAIS
- COMUNICAÇÃO VISUAL DE PROVAS DE RUA E EVENTOS ESPORTIVOS
- PROJEÇÃO EM FACHADAS
- ANÚNCIO DE FINALIDADE IMOBILIÁRIA

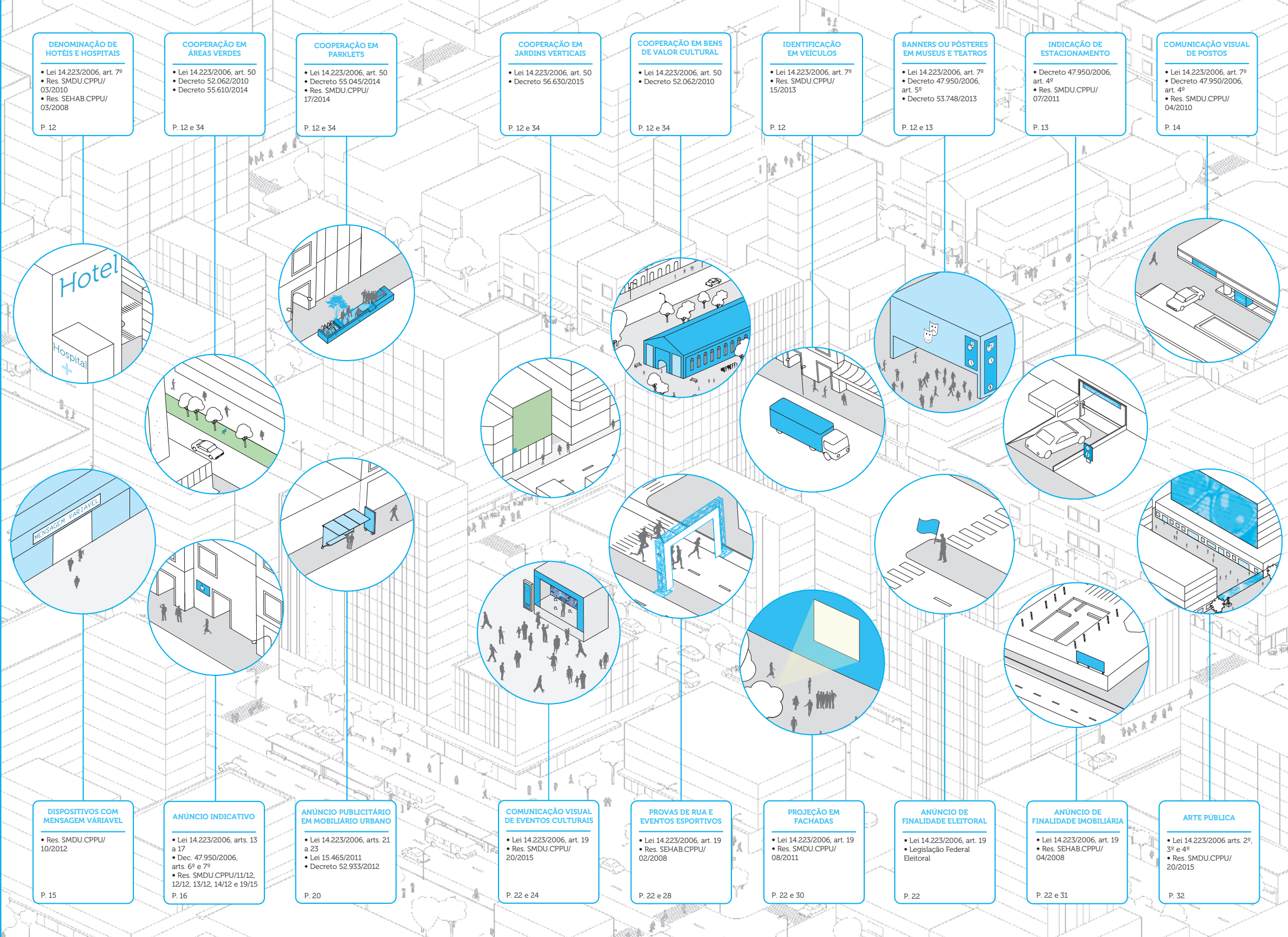
P.32 3. ARTE PÚBLICA

P.34 4. TERMOS DE COOPERAÇÃO

P.36 5. APLICAÇÃO DA LEI CIDADE LIMPA

- COMPETÊNCIAS
- PROCEDIMENTOS PARA LICENCIAMENTO E APROVAÇÃO
- CONSULTA À CPPU
- INFRAÇÕES E PENALIDADES

P.48 6. COMISSÃO DE PROTEÇÃO À PAISAGEM URBANA - CPPU



1. ORDENAÇÃO DOS ELEMENTOS QUE COMPÕEM A PAISAGEM URBANA

LEI CIDADE LIMPA

Lei nº 14.223, de 26 de Setembro de 2006

Decreto nº 47.950, de 5 de Dezembro de 2006

NORMATIVAS RELACIONADAS

1. Lei nº 14.223/2006, art. 3º;
Lei nº 16.050/2014, art. 87.
2. Lei nº 14.223/2006, arts 4º e 5º;
Lei nº 16.050/2014, art. 88.

A Lei Cidade Limpa trata da ordenação dos elementos que compõem a paisagem urbana, visíveis a partir de logradouro público (ruas, avenidas, praças, etc.) do Município de São Paulo.

Objetivos¹

São objetivos da ordenação da paisagem urbana do Município de São Paulo garantir o direito das pessoas à fruição da paisagem e valorizar o ambiente natural e construído, de modo a permitir a melhor percepção dos seus elementos referenciais e a tornar o conjunto mais harmônico e seguro. Isso contribui para a preservação da memória cultural da cidade, por meio de características peculiares de seus logradouros e fachadas, facilita o deslocamento de pessoas e veículos e o acesso aos serviços de interesse coletivo.

A ordenação da paisagem urbana visa também equilibrar os interesses dos diversos agentes que atuam na cidade, atendendo sempre ao interesse público.

Diretrizes e estratégias²

Para alcançar esses objetivos, foram criadas regras que disciplinam os elementos presentes ou visíveis de áreas públicas, com a definição de modalidades de anúncios e de locais e condições em que podem ser expostos.

As mensagens institucionais, informativas e indicativas passaram a seguir padrões mais simples e restritivos. Já a veiculação de publicidade foi proibida nos imóveis públicos e privados, e também em praças, parques, ruas, pontes e viadutos, sendo permitida apenas como contrapartida pela realização de um serviço de interesse público, por meio de concessão ou cooperação com o Poder Público.

Busca-se, com isso, combater a poluição visual e a degradação ambiental, que prejudicam a qualidade de vida dos paulistanos, e promover uma gestão mais eficiente e equilibrada dos espaços públicos da cidade.

Além das diretrizes e estratégias total ou parcialmente implementadas, ainda existem algumas que precisam ser regulamentadas, dentre as quais a elaboração de normas e programas que levem em conta as peculiaridades dos distintos setores que compõem a cidade; a identificação dos elementos significativos e referenciais da paisagem urbana; a participação popular nos processos de identificação, valorização, preservação e conservação dos territórios culturais e elementos significativos da paisagem; e a adoção de parâmetros (dimensões, posicionamento, quantidade, interferência, etc.) que permitam compatibilizar a inserção dos diferentes elementos na paisagem urbana. Esse conteúdo poderá, inclusive, compor o futuro Plano Municipal de Ordenamento e Proteção da Paisagem, previsto no PDE.

O QUE É CONSIDERADO ANÚNCIO

NORMATIVAS RELACIONADAS

- 1. Lei nº 14.223/2006, art. 6º, I;
Res. SMDU.CPPU/14/2012, item 1.

A Lei Cidade Limpa propõe reduzir e padronizar a exposição de anúncios na paisagem urbana, tendo como objetivo combater a poluição visual e a degradação ambiental.

Conceitos e definições:

Anúncio¹: qualquer veículo de comunicação visual presente na paisagem visível do logradouro público (ruas, avenidas, praças, etc.), composto de área de exposição e estrutura, podendo ser classificado em:

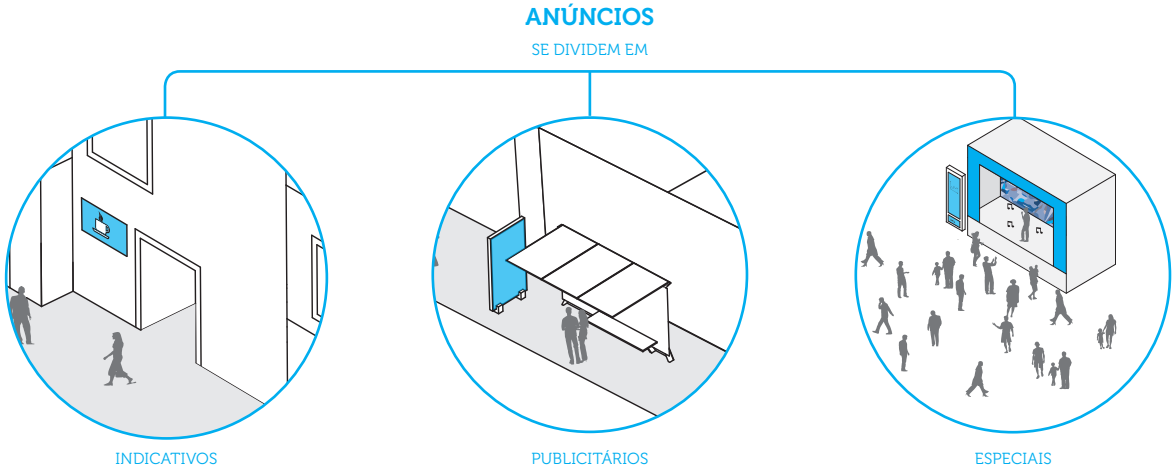
2.1. Anúncio Indicativo: aquele que identifica, no próprio local da atividade, o estabelecimento e/ou profissionais que dele fazem uso, podendo conter o nome do estabelecimento ou do profissional e seus respectivos logos, indicação dos serviços e atividades realizados, telefones, endereços e sites.
Exemplos: placas de loja, de clínicas médicas ou letreiros de bar.

2.2. Anúncio Publicitário: aquele destinado à veiculação de publicidade, instalado fora do local onde se exerce a atividade.
Exemplos: propaganda em outdoors ou em mobiliário urbano, como abrigos de parada de ônibus e relógios eletrônicos.

2.3. Anúncio Especial: aquele com finalidade cultural, educativa, informativa, eleitoral ou imobiliária.
Exemplos: placa com campanha educativa, cartaz de venda ou aluguel de imóveis, indicação e informações de evento cultural, etc.

2. ANÚNCIOS

Elementos de comunicação visual inseridos na paisagem urbana e, por isso, regrados pela Lei Cidade Limpa



O QUE NÃO É CONSIDERADO ANÚNCIO

Por outro lado, não são considerados anúncios¹ os seguintes tipos de comunicação visual:

a) Nomes, símbolos, entalhes, relevos ou logotipos incorporados à fachada dos imóveis por meio de aberturas ou gravados nas paredes, sem aplicação ou afixação, desde que **integrantes de projetos aprovados**.
Exemplo: nome inscrito em painel de concreto da fachada do Edifício Gazeta.

b) Denominações de **prédios e condomínios, hotéis² e hospitais³**.
Observação: no caso de hotel, o projeto de comunicação visual deverá ser aprovado pela CPPU, seguindo procedimento descrito na página 42.

c) Referências que indiquem **lotação, capacidade das instalações, horário de atendimento e avisos de cautela ou perigo**, desde que sem qualquer legenda ou desenho de valor publicitário.

d) Elementos que contenham **mensagens obrigatórias** por legislação federal, estadual ou municipal.

e) Mensagens indicativas de **doação⁴ ou cooperação⁵** com o Poder Público, observada a regulamentação específica para:

- i. Melhorias urbanas e conservação de áreas verdes municipais^{5,6} (como a manutenção de parques, praças, canteiros de vias, etc.);
- ii. Instalação de parklets⁷ (extensão temporária de passeio público);
- iii. Execução e manutenção de jardins verticais⁸;
- iv. Restauro e conservação de bens de valor cultural⁹.

f) Mensagens indicativas de **órgãos da Administração Direta**.
Exemplos: indicativos de Secretarias Municipais, Subprefeituras, etc.

g) Mensagens institucionais com patrocínio instaladas **em áreas de proteção ambiental**.

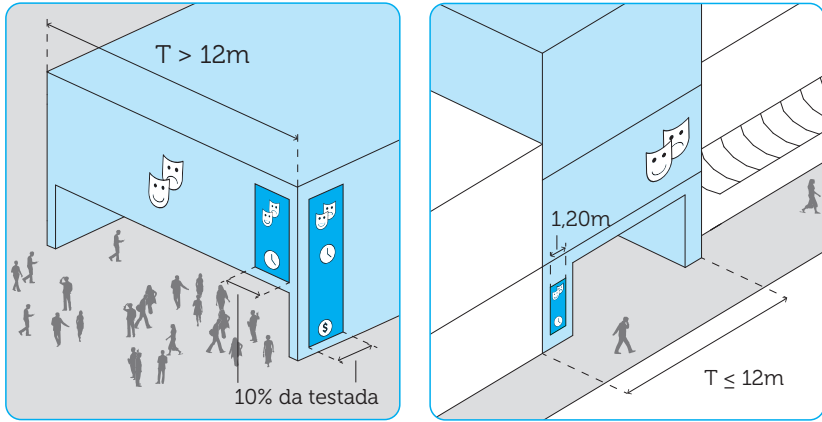
h) Identificação das empresas nos **veículos automotores** utilizados para a realização dos seus serviços¹⁰.

i) **Banners ou pôsteres** indicativos dos **eventos culturais** de museus e teatros¹¹, instalados no próprio local das atividades, desde que:

- i. não ultrapassem 10% da área total de todas as fachadas;
- ii. não ocupem mais do que 10% da extensão da fachada onde está instalado ou, nos casos de testada (T) igual ou menor do que 12m, não ultrapassem a largura máxima de 1,20m.

NORMATIVAS RELACIONADAS

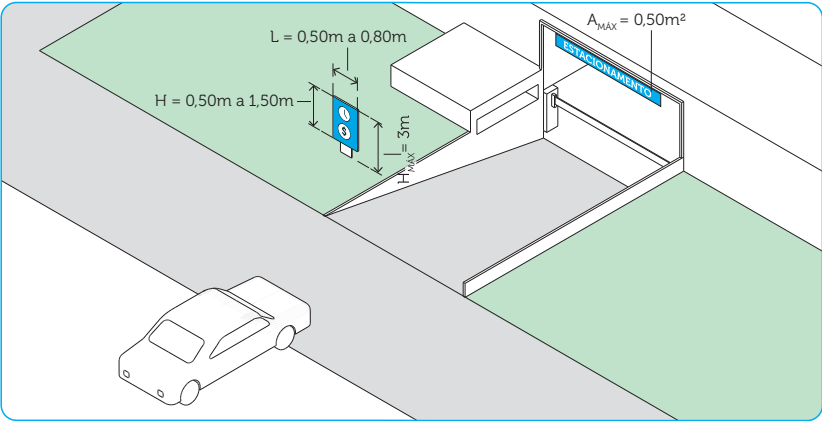
1. Lei nº 14.223/2006, art. 7º,
Decreto nº 47.950/2006, art. 4º.
2. Res. SMDU.CPPU/03/2010.
3. Res. SEHAB.CPPU/03/2008.
4. Decreto nº 40.384/2001, art. 2º,
§2º e §3º,
Decreto nº 52.062/2010, art. 4º.
5. Lei nº 14.223/2006, art. 50, §1º,
Decreto nº 52.062/2010, art. 14 e 15.
6. Decreto nº 55.610/2014, art. 12 e 13.
7. Decreto nº 55.045/2014, art. 10,
Res. SMDU.CPPU/17/2014, item 2.
8. Decreto nº 56.630/2015, art. 12 e 13.
9. Decreto nº 52.062/2010, art. 11.
10. Res. SMDU.CPPU/15/2013.
11. Decreto nº 47.950/2006, art. 5º,
Decreto nº 53.748/2013.
12. Res. SMDU.CPPU/07/2011.



j) Indicações de **estacionamento**, desde que não corresponda a uma atividade própria e que não ultrapasse 0,50m².

k) Tabelas de **preços de serviços de estacionamento** de veículos¹², localizadas junto à entrada dos estabelecimentos e visíveis da via pública, desde que:

- i. atendam ao limite de uma tabela de preços por acesso de veículos existente;
- ii. observem às dimensões de largura entre 0,50m e 0,80m e altura entre 0,50m e 1,50m;
- iii. não avancem sobre o passeio público ou calçada, nem sejam afixadas em altura superior a 3,00m;
- iv. contenham apenas a indicação dos valores de serviços de estacionamento, também sendo admitidas informações sobre a existência de cobertura de seguro e de convênios (sem colocação de logos ou símbolos), as bandeiras dos cartões de crédito aceitos (limitadas a área total de 0,09m²) e o horário de funcionamento do estacionamento.



NORMATIVAS RELACIONADAS

13. Res. SMDU.CPPU/04/2010, item 2.

l) Indicações de monitoramento de **empresas de segurança** com área máxima de $0,04\text{m}^2$ e de bandeiras dos cartões de crédito aceitos nos estabelecimentos comerciais com área máxima de $0,09\text{m}^2$.

m) Indicações dos **serviços 24 horas**, desde que não ultrapassem a altura máxima de $5,00\text{m}$ e a área de exposição de $1,00\text{m}^2$.

n) Os seguintes elementos que integram a comunicação visual de postos de abastecimento e serviços¹³:

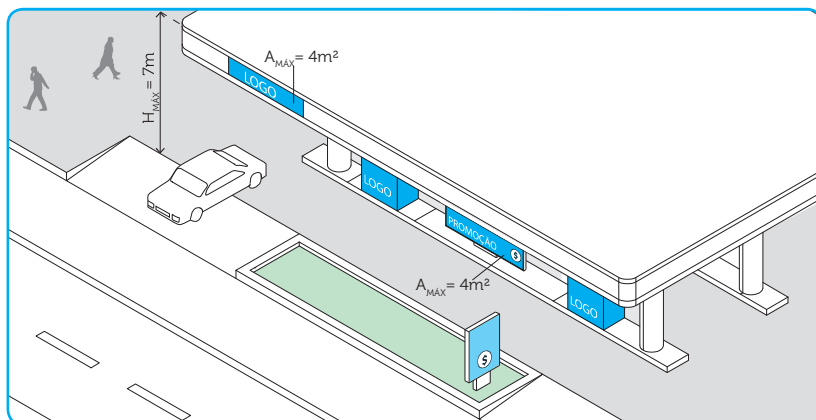
i. painel de preços dos combustíveis e quadro de aviso de postos de abastecimento e serviços, desde que não contenham logotipo ou marca do estabelecimento, sejam exibidos junto à sua entrada e/ou em local de fácil visibilidade e atendam às disposições das Portarias ANP 116/2000 e ANP 32/2001;

ii. logotipo ou marca dos estabelecimentos quando instalado nas testeiiras, observada a área máxima de inserção de 4m^2 por testeira e a altura máxima de 7m , medida do piso até o seu ponto mais alto;

iii. identificação do combustível comercializado e logotipo ou marca do estabelecimento, quando veiculados nos equipamentos próprios do mobiliário obrigatório, como bombas, densímetros e similares;

iv. painéis e outros elementos com promoções instalados na pista de abastecimento, sob a projeção da cobertura, desde que a soma de todas as áreas de exposição não ultrapasse 4m^2 ;

v. mensagens referentes a serviços complementares dos postos de abastecimento e serviços, desde que não correspondam a atividades próprias. Exemplos: serviços de lava-rápido, troca de óleo, etc.



LOCAIS E DISPOSITIVOS DE EXIBIÇÃO

NORMATIVAS RELACIONADAS

1. Lei nº 14.223/2006, arts. 8º e 10.
2. Lei nº 14.223/2006, arts. 9º.
3. Lei nº 14.223/2006, art. 7º, XIII.
Res. SMDU.CPPU/15/2013.
4. Res. SMDU.CPPU/10/2012.

Todo anúncio deve oferecer condições de segurança ao público, ser mantido em bom estado de conservação, atender às normas técnicas pertinentes à segurança e estabilidade de seus elementos, não interferir na visualização da sinalização de trânsito, de bens de valor cultural e de demais anúncios, nem prejudicar a insolação ou a aeração da edificação em que estiver instalado e dos imóveis vizinhos¹.

A instalação de anúncios é proibida em²:

a) leitos de rios, reservatórios, lagos e represas;

b) vias, parques, praças e demais logradouros públicos, exceto os anúncios de cooperação entre o Poder Público e a iniciativa privada e as placas de identificação de vias e logradouros públicos;

c) torres de transmissão de energia elétrica, postes de iluminação pública ou de rede de telefonia;

d) faixas ou placas acopladas à sinalização de trânsito;

e) obras públicas de arte, tais como pontes, passarelas, viadutos e túneis;

f) muros, paredes e empenas cegas;

g) árvores de qualquer porte;

h) veículos automotores (carros, ônibus, vans), motocicletas, bicicletas e similares, e também em carretas e trailers (engatados ou desengatados).

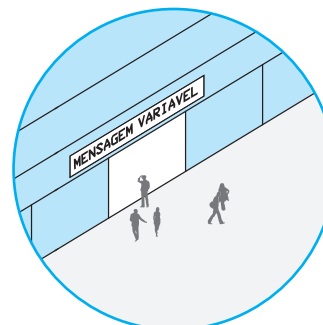
Nesses veículos, será permitida apenas a identificação das empresas para as quais prestam serviços³.

Utilização de dispositivos com mensagens variáveis⁴

A utilização de dispositivos com mensagens variáveis é permitida apenas para anúncios especiais de finalidade cultural, educativa ou informativa, devendo ser aprovada, caso a caso, pelo plenário da Comissão de Proteção à Paisagem Urbana - CPPU, mediante demonstração da utilidade pública das mensagens ou informações a serem veiculadas.

São exemplos desse uso no Município de São Paulo os painéis com informações de trânsito (indicação de acidentes, obras, rotas alternativas) e o Impostômetro.

Os anúncios indicativos e especiais de finalidade imobiliária **não** poderão utilizar dispositivos com mensagens variáveis.



2.1. ANÚNCIO INDICATIVO

Anúncio que identifica o estabelecimento e/ou profissionais que dele fazem uso, no próprio local da atividade

NORMATIVAS RELACIONADAS

1. Lei nº 14.223/2006, art. 13.
2. Res. SMDU/CPPU/14/2012, item 1.
3. Res. SMDU/CPPU/19/2015.
4. Lei nº 14.223/2006, arts. 24 a 31;
Decreto nº 47950/2006, arts. 11 a 19.
5. Lei nº 14.223/2006, arts. 15 e 17,
parágrafo único.
6. Lei nº 14.223/2006, arts. 13, § 9º;
Res. SMDU/CPPU/12/2012.
7. Lei nº 14.223/2006, arts. 13 e 16;
Decreto nº 47950/2006, art. 7º;
Res. SMDU/CPPU/013/2012.
8. Lei nº 14.223/2006, art. 6º, inciso II,
art. 13, § 1º, inciso III;
Decreto nº 47950/2006, art. 2º;
Res. SMDU/CPPU/11/2012.
9. Lei nº 14.223/2006, art. 7º,
inciso XII;
Res. SMDU/CPPU/03/2010.
10. Res. SMDU/CPPU/10/2012.



É permitida a instalação de apenas um anúncio indicativo¹ por imóvel, contendo todas as informações necessárias ao público e com área máxima definida de acordo com a dimensão de cada testada (linha divisória entre o imóvel e o logradouro ou via pública).

Conteúdo do anúncio indicativo²

As informações que podem constar nos anúncios indicativos são o nome e logo do estabelecimento ou do profissional que dele faz uso, a indicação dos serviços e atividades realizados, os telefones, endereços e sites. No caso de contrato ou acordo de direito de nomeação (“naming rights”) para equipamentos esportivos ou culturais³, a utilização de nomes e logos será considerada o próprio anúncio indicativo do imóvel.

Regras gerais para instalação

Os anúncios indicativos só poderão ser instalados após o devido licenciamento⁴, que deverá seguir o procedimento descrito nas páginas 38 e 39.

Serão permitidos somente para identificar a atividade exercida no imóvel quando esta estiver em conformidade com as disposições da lei de uso e ocupação do solo em vigor e possuir as devidas licenças de funcionamento⁵.

Independentemente do local de instalação do anúncio, sua altura máxima⁶ não poderá ultrapassar 5m.

Os anúncios indicativos deverão, ainda, atender às condições⁷ detalhadas a seguir, conforme a dimensão da testada e o local de instalação escolhido.

Critérios para cálculo de área⁸

Quando o anúncio estiver contido em uma placa, sua área total de exposição será definida pelo polígono formado pelo anteparo onde estão inseridos os nomes dos estabelecimentos e as suas logomarcas, ou seja, a área da face da própria placa.

Quando o anúncio for composto apenas por letras, logomarcas ou símbolos pintados ou fixados diretamente na parede, sua área total de exposição será resultante do somatório dos polígonos formados pelas linhas imediatamente externas que contornam cada elemento (conjuntos de letras, logomarcas ou símbolos) inserido na fachada.

Caso o anúncio indicativo tenha mais de uma face de exposição (totem), sua área total será equivalente à soma das áreas das faces.

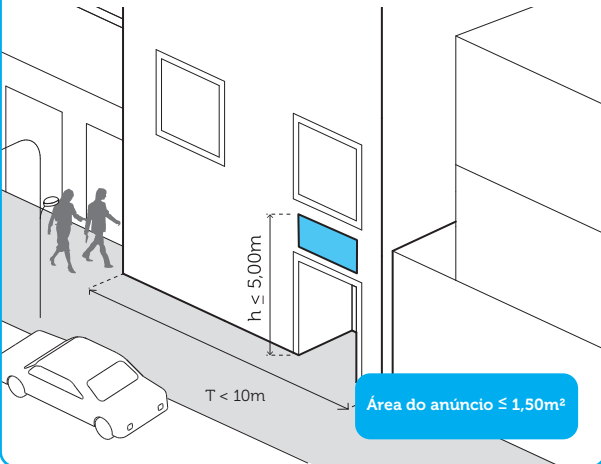
Exceção: No caso de hotel⁹, além das condições estabelecidas para anúncio indicativo, poderá ser instalada a sua denominação ou logotipo na fachada da edificação. Para isso, o projeto deverá ser aprovado pela CPPU (página 42).

Observação: Os anúncios indicativos não poderão utilizar dispositivos com mensagens variáveis¹⁰ (página 15).

ÁREA MÁXIMA DE EXPOSIÇÃO DE ANÚNCIOS INDICATIVOS CONFORME A DIMENSÃO DA FACHADA

TESTADAS < 10m

Para imóveis com testada inferior a 10m, a área total do anúncio não poderá ultrapassar 1,50m².



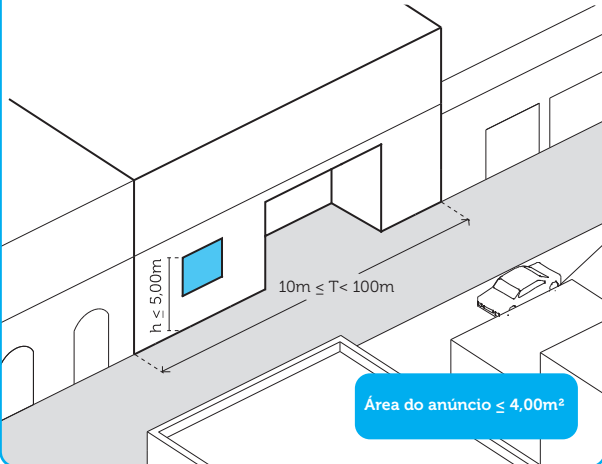
$T < 10m$

$h \leq 5,00m$

Área do anúncio $\leq 1,50m^2$

$10m \leq \text{TESTADAS} < 100m$

Para imóveis com testada entre 10m e 100m, a área total do anúncio não poderá ultrapassar 4,00m².



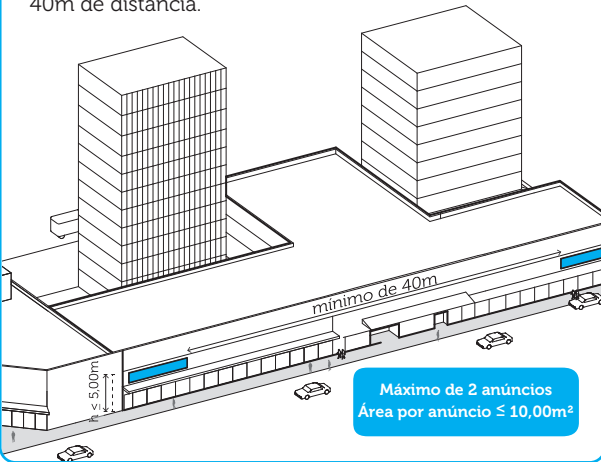
$10m \leq T < 100m$

$h \leq 5,00m$

Área do anúncio $\leq 4,00m^2$

TESTADAS $\geq 100m$

Para imóveis com testada igual ou superior a 100m, será permitida a instalação de 2 anúncios, com área total de até 10,00m² cada e separados por, no mínimo, 40m de distância.



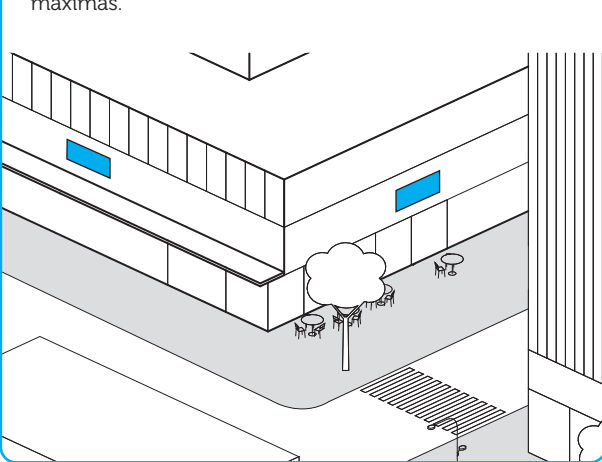
mínimo de 40m

$h \leq 5,00m$

Máximo de 2 anúncios
Área por anúncio $\leq 10,00m^2$

IMÓVEIS DE ESQUINA OU COM MAIS DE UMA FRENTE PARA LOGRADOUROS PÚBLICOS

Em imóveis de esquina ou com mais de uma frente para logradouro público, será permitida a instalação de um anúncio por testada, atendidas as respectivas áreas máximas.



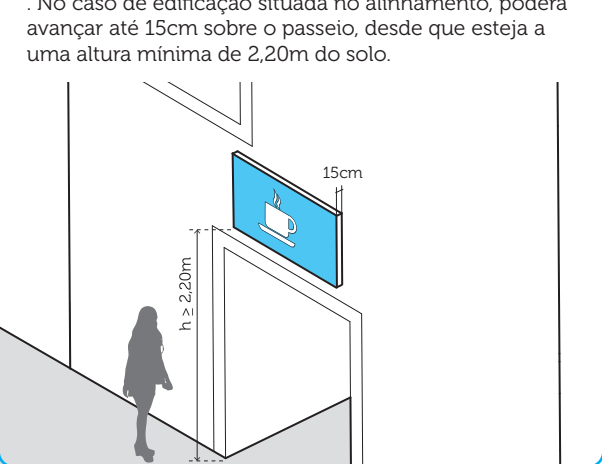
Área do anúncio $\leq 4,00m^2$

LOCAL DE INSTALAÇÃO DO ANÚNCIO INDICATIVO (poderá ser adotada apenas uma das opções por imóvel)

ANÚNCIO INSTALADO NA FACHADA

O anúncio deverá estar totalmente contido no limite da fachada onde está instalado.

No caso de edificação situada no alinhamento, poderá avançar até 15cm sobre o passeio, desde que esteja a uma altura mínima de 2,20m do solo.



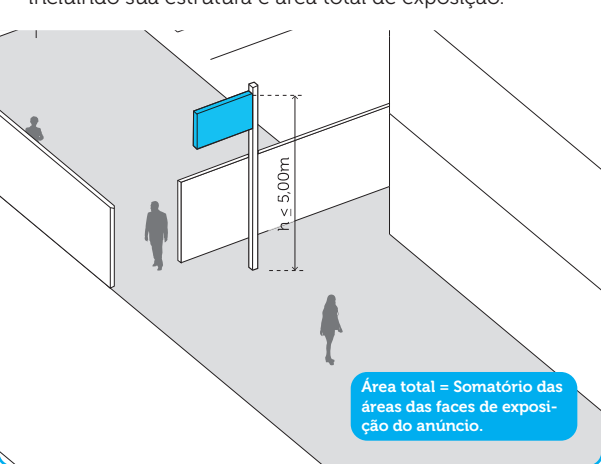
15cm

$h \geq 2,20m$

Área do anúncio $\leq 4,00m^2$

ANÚNCIO EM TOTE

O anúncio instalado em totem ou estrutura tubular deverá estar totalmente contido nos limites do lote, incluindo sua estrutura e área total de exposição.



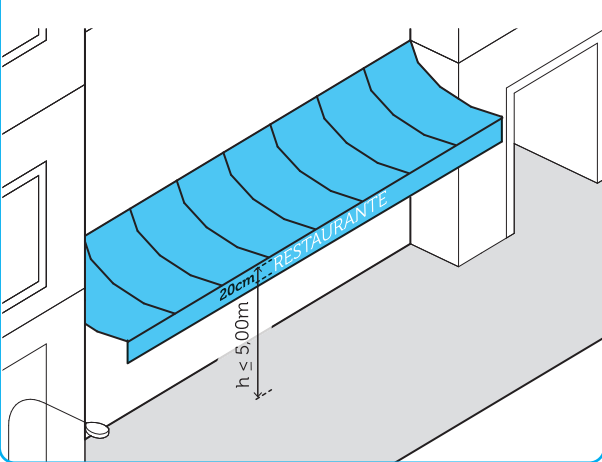
15cm

$h \leq 5,00m$

Área total = Somatório das áreas das faces de exposição do anúncio.

ANÚNCIO EM TOLDO RETRÁTIL

O anúncio indicativo poderá ocupar o frontão de toldo retrátil, desde que a altura das letras que o compõem não ultrapasse 20cm.



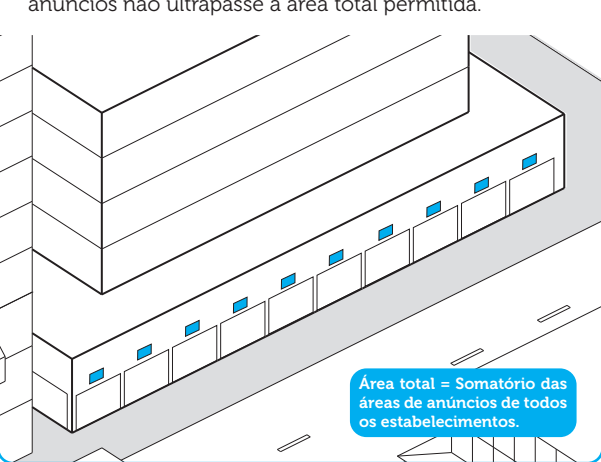
20cm

$h \leq 5,00m$

Área do anúncio $\leq 4,00m^2$

SUBDIVISÃO DE ANÚNCIO (VÁRIOS ESTABELECIMENTOS)

Se o imóvel abrigar mais de uma atividade, o anúncio indicativo poderá ser subdividido para os diferentes estabelecimentos, desde que a soma das áreas dos anúncios não ultrapasse a área total permitida.



Área total = Somatório das áreas de anúncios de todos os estabelecimentos.

2.2. ANÚNCIO PUBLICITÁRIO

Anúncio destinado à veiculação de publicidade, instalado fora do local onde se exerce a atividade

NORMATIVAS RELACIONADAS

1. Lei nº 14.223/2006, art. 18.
2. Lei nº 14.223/2006, art. 9º.
3. Lei nº 14.223/2006, art. 13, §8º, e art. 15, parágrafo único;
Res. SMDU.CPPU/14/2012, itens 1 e 4.
4. Lei nº 14.223/2006, art. 12, § 2º.
5. Lei nº 14.223/2006, arts. 21 a 23.
6. Lei nº 14.223/2006, art. 6º, VIII e art. 22.
7. Lei nº 15.465/2011;
Decreto nº 52.933/2012

A instalação de anúncios publicitários é proibida nos imóveis públicos e privados¹ do Município de São Paulo e também nos espaços públicos² (ruas, praças, parques, pontes, viadutos, túneis, faixas ou placas acopladas a postes ou sinalização de trânsito), contribuindo para o combate à poluição visual e degradação ambiental na cidade.

Elementos com fins promocionais ou publicitários³

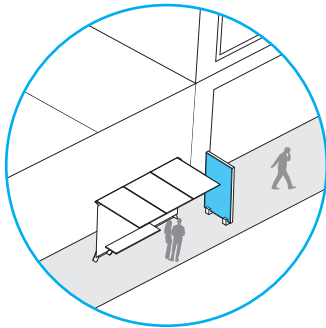
Da mesma maneira, é proibida a utilização de elementos (imagens, fotos, pinturas, textos, banners, faixas, dentre outros) com fins promocionais ou publicitários, dentro ou fora do lote, que tenham como objetivo chamar a atenção da população para ofertas, produtos, marcas comerciais, promoções, liquidações ou informações diferentes das estabelecidas na Lei Cidade Limpa.



Propaganda no interior de imóveis

Ficam isentas da proibição descrita acima, as peças de propaganda que estiverem afixadas no espaço interno dos estabelecimento, a mais de um metro de qualquer abertura ou vedo transparente voltado para o exterior⁴.

Isso significa que é permitida a inserção de cartazes de vitrine e banners indicando produtos, preços ou liquidações no espaço interno das edificações, desde que estejam recuados mais do que um metro em relação a qualquer porta, janela ou vitrine do estabelecimento.



Anúncio publicitário em mobiliário urbano⁵

A veiculação de anúncio publicitário na paisagem urbana do Município de São Paulo é permitida apenas quando associada a mobiliário urbano, como contrapartida de um serviço de interesse público, nos termos estabelecidos em lei específica.

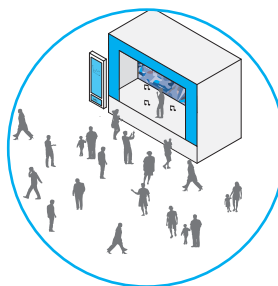
É considerado mobiliário urbano⁶ o conjunto de elementos que podem ocupar o espaço público e que são implantados, direta ou indiretamente, pela Administração Municipal, com as funções urbanísticas de circulação e transporte, ornamentação da paisagem e ambientação urbana, descanso e lazer, serviços de utilidade pública, comunicação e publicidade, atividade comercial e acessórios à infraestrutura.

Exemplos: abrigos de parada de ônibus e táxi, relógios de rua, lixeiras, bancas de jornais e revistas, protetores de árvores, placas e totens de identificação de vias e logradouros públicos, etc.

Atualmente, a exploração publicitária de mobiliário urbano, no Município de São Paulo, é permitida apenas em relógios eletrônicos e abrigos de parada de ônibus⁷, como resultado de concessões públicas que abrangem a instalação e manutenção de tais mobiliários.

2.3. ANÚNCIO ESPECIAL

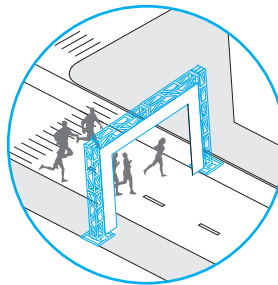
Anúncio que possui características específicas, sendo classificado por sua finalidade cultural, eleitoral, educativa ou imobiliária



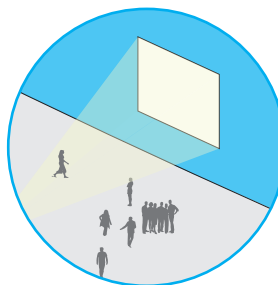
Os anúncios especiais são classificados de acordo com a sua finalidade, no artigo 19 da Lei nº 14.223/2006, e regulamentados por temas em Resoluções da CPPU, como detalhado a seguir:

a) Anúncio de finalidade cultural

Comunicação visual de eventos culturais - Resolução SMDU.CPPU/020/2015
Regulamenta os elementos de comunicação visual dos eventos realizados em espaços públicos ou privados visíveis de logradouro público do Município de São Paulo, especialmente no que diz respeito à inserção de nomes e logos de organizadores, patrocinadores e apoiadores.

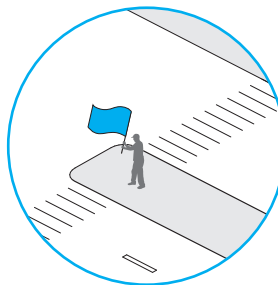


Comunicação visual de provas de rua e eventos esportivos - Resolução SEHAB.CPPU/002/2008
Regulamenta os elementos de comunicação visual das provas de rua e eventos esportivos assemelhados, especialmente no que diz respeito à inserção de nomes e logos de organizadores, patrocinadores e apoiadores.



Projeção em fachadas - Resolução SMDU.CPPU/008/2011
Regra a projeção temporária de filmes, desenhos, fotos e imagens em fachadas de edifícios, monumentos, viadutos e demais construções permanentes ou temporárias, públicas ou privadas, quando visíveis do logradouro público.

b) Anúncio de finalidade educativa, informativa ou de orientação social, religiosa, de programas políticos ou ideológicos

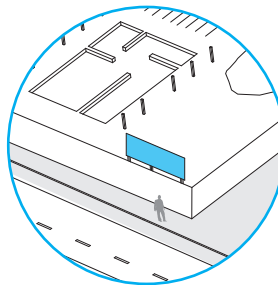


c) Anúncio de finalidade eleitoral

Legislação federal eleitoral, em especial Lei nº 9.504/1997 e alterações, arts. 36 a 41 - Da Propaganda Eleitoral em Geral.

d) Anúncio de finalidade imobiliária

Lei nº 14.223/2006, art. 19, IV - Dispõe sobre a informação ao público para aluguel ou venda de terrenos ou imóveis já construídos, a partir de transações imobiliárias entre particulares, ainda que por intermediação de corretor de imóveis (imóveis existentes).



Resolução SEHAB.CPPU/004/2008 - Dispõe sobre a informação ao público a respeito da incorporação, construção, reforma e comercialização dos lançamentos imobiliários (entrega futura).

Observação: A utilização de dispositivos com mensagens variáveis é permitida apenas para anúncios especiais de finalidade cultural, educativa ou informativa, como destacado na página 15.

COMUNICAÇÃO VISUAL DE EVENTOS CULTURAIS

ITENS RELACIONADOS

- 1. Res. SMDU.CPPU/20/2015, item 2.
- 2. Res. SMDU.CPPU/20/2015, item 3.
- 3. Res. SMDU.CPPU/20/2015, item 13.
- 4. Res. SMDU.CPPU/20/2015, item 10.
- 5. Res. SMDU.CPPU/20/2015, item 10.2.
- 6. Res. SMDU.CPPU/20/2015, item 11.
- 7. Res. SMDU.CPPU/20/2015, itens 10.1 e 10.2.

A Resolução SMDU.CPPU/20/2015 regulamenta os elementos de comunicação visual dos eventos realizados em espaços públicos ou privados visíveis de logradouro público do Município de São Paulo, especialmente no que diz respeito à inserção de nomes e logos de organizadores, patrocinadores e apoiadores.

Conceitos e definições para aplicação da Resolução 20/2015

Eventos¹: acontecimentos temporários, com duração de até 30 dias, que tenham caráter cultural, assim entendidos os eventos artísticos, religiosos, esportivos, educativos, recreativos, gastronômicos ou beneficentes.

Comunicação Visual²: conjunto de elementos visuais utilizados no local do evento para indicar ou informar algo, sendo composto por texto, imagens, desenhos, fotos, logos, dentre outros.

Logos: forma reduzida da expressão “nomes e logos de organizadores, patrocinadores e apoiadores do evento”, utilizada com o mesmo significado desta.

Procedimento: Vou realizar um evento em espaço público ou visível de logradouro público. É necessária a aprovação da Comissão de Proteção à Paisagem Urbana - CPPU?

Há duas alternativas possíveis, dependendo dos elementos de comunicação visual propostos:

Sim. Necessitam ser submetidos à deliberação da CPPU os casos de comunicação visual omissos ou diferentes daqueles previstos na Resolução SMDU.CPPU/20/2015³.

Nesses casos, a solicitação de aprovação deve seguir o procedimento descrito na página 42.

Não. Não necessitam de aprovação da CPPU os elementos de comunicação visual de eventos que se enquadrem em uma das seguintes situações:

- i. atendam integralmente ao disposto na Resolução SMDU.CPPU/20/2015⁴;
- ii. sejam periódicos e utilizem nomes e/ou logos de organizadores, patrocinadores ou apoiadores em condições idênticas às já anteriormente aprovadas pela Comissão⁵;
- iii. não utilizem nomes e/ou logos de organizadores, patrocinadores ou apoiadores na comunicação visual, e não apresentem impacto negativo à paisagem, a critério da Subprefeitura local⁶.

Nos casos em que é dispensada a aprovação expressa da CPPU, os promotores responsáveis pela realização dos eventos deverão apresentar à Subprefeitura local declaração de atendimento ao disposto na Resolução 20/2015 ou de não utilização de nomes e/ou logos⁷, conforme indicado na página 40.

Critérios para a comunicação visual de eventos

Área de exposição de nomes e/ou logos de organizadores, patrocinadores e apoiadores: aquela correspondente ao menor retângulo que circunscreve o conjunto de nomes e logos, independente de suas dimensões individuais.

Nome do evento contendo nome, logo ou nome de produto relacionado ao organizador, patrocinador ou apoiador: nesses casos, a área correspondente à marca ou ao produto também irá compor a área total de exposição de nomes e/ou logos.

Os nomes e/ou logos de organizadores, patrocinadores e apoiadores presentes nos elementos da comunicação visual de eventos somente poderão ser exibidos nos dias, horários e locais aprovados para a sua realização.

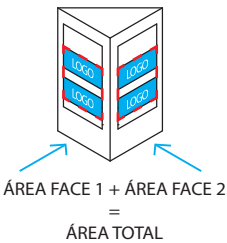
A seguir, serão apresentados os critérios específicos para a comunicação visual dos elementos recorrentes em eventos realizados em espaços públicos ou privados visíveis de logradouro público:

CÁLCULO DE ÁREA DE LOGOS

Área de exposição de nomes e logos de organizadores, patrocinadores e apoiadores: correspondente ao menor retângulo que circunscreve o conjunto de nomes e logos, independente de suas dimensões individuais.

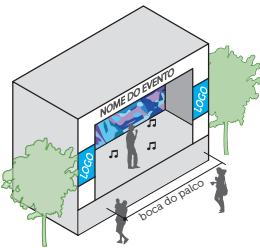
Área máxima por face (A_{face})
Somatório das áreas de exposição de logos em uma face do elemento.

Área máxima total (A_{total})
Somatório de todas as áreas de exposição de logos do elemento.



1. PALCOS E CONGÊNERES

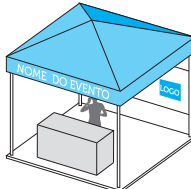
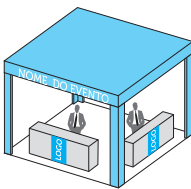
- . Na testeira do palco, será admitida apenas a inserção do nome do evento;
- . Os logos poderão ser inseridos somente na saia, laterais frontais e/ou no fundo do palco;
- . A área total máxima de exposição de logos será definida pela largura da "boca" do palco (L), a saber:



Largura da "boca" do palco	Área de exposição de logos
$L \leq 6\text{ m}$	$A = 1\text{ m}^2$
$6\text{ m} < L \leq 15\text{ m}$	$A = 2\text{ m}^2$
$15\text{ m} < L$	$A = 4\text{ m}^2$

2. BARRACAS, ESTANDES, QUIOSQUES, BANCAS E TENDAS

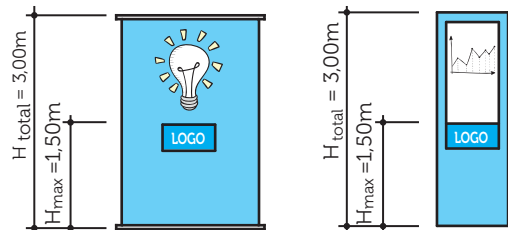
- . Na testeira de cada equipamento, será admitida apenas a inserção do nome da atividade ou serviço correspondente;
- . Os logos poderão ser inseridos somente na parte interna do equipamento;
- . A área total máxima de exposição de logos não poderá ultrapassar 1,00m².



A total = 1,00m²

3. TOTENS E BANNERS

- . Os totens e banners contendo informações relativas ao evento deverão ser instalados respeitando a distância mínima de 100m entre si;
- . Os elementos não poderão ter altura superior a 3m;
- . A inserção de logos será admitida em área de exposição de até 0,25m², limitada a duas faces do elemento e situada a altura máxima de 1,50m do solo.

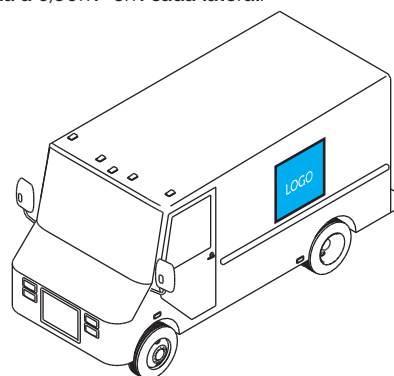


$A_{\text{face}} = 0,25\text{m}^2$

$A_{\text{total}} = 0,50\text{m}^2$

4. VEÍCULOS UTILIZADOS EXCLUSIVAMENTE NOS EVENTOS

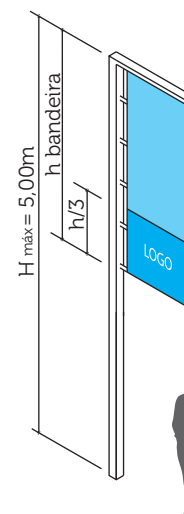
- . A inserção de logos será admitida apenas nas laterais dos veículos, com área total máxima de exposição limitada a 0,50m² em cada lateral.



$A_{\text{face}} = 0,50\text{m}^2$

$A_{\text{total}} = 1,00\text{m}^2$

7. FLÂMULAS, BANDEIRAS, GALHARDETES E SIMILARES



- . As flâmulas, bandeiras, galhardetes e similares não poderão ser instalados em postes de iluminação ou sinalização viária, devendo ser instalados em suporte próprio, não ultrapassando a altura de 5m do solo;
- . Os logos poderão ser inseridos apenas no terço inferior do elemento, com área total máxima de exposição de até 0,20m² por face, limitada a 10% da área total da face considerada;
- . A inserção de logos deverá observar a distância mínima de 25m entre elementos.

$A_{\text{face}} = 0,20\text{m}^2$

8. GUARDA-SÓIS

- . A inserção de logos será admitida somente em gomos alternados do guarda-sol, em número máximo de 4, e em área de exposição de até 0,09m² por gomo, limitada a 10% da área total da peça;
- . Os guarda-sóis com a inserção de logos deverão respeitar a distância mínima de 50m entre si.

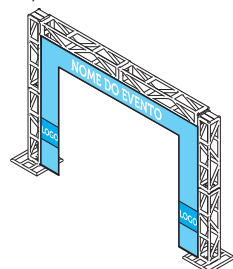


$A_{\text{face}} = 0,09\text{m}^2$

$A_{\text{total}} = 0,36\text{m}^2$

5. PÓRTICOS

- . Os pórticos deverão ser instalados respeitando a distância mínima de 100m entre si;
- . Na parte superior, será admitida apenas a inserção do nome do evento;
- . Os logos poderão ser inseridos somente nas áreas laterais;
- . O somatório das áreas de exposição de logos será limitado a 0,25m² por lateral, por face.

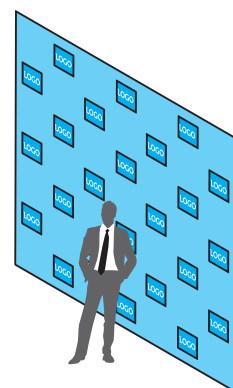


$A_{\text{face}} = 0,25\text{m}^2$

$A_{\text{total}} = 1,00\text{m}^2$

6. BACKDROP

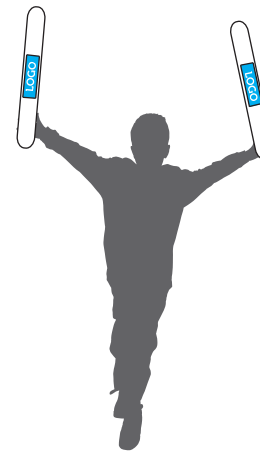
- . A área total máxima de exposição de logos não poderá ultrapassar 1,00m².



$A_{\text{total}} = 1,00\text{m}^2$

9. BATECOS

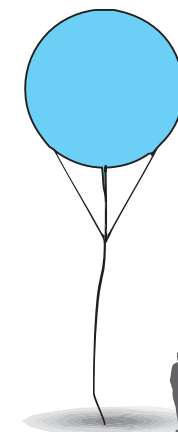
- . Nos batecos, os logos poderão ser inseridos com as dimensões máximas de 8cm x 5cm (0,004m²).



$A_{\text{total}} = 0,004\text{m}^2$

10. BALÕES INFLÁVEIS (BLIMPS)

- . Em balões infláveis, será admitida apenas a aplicação de cores, sendo proibida a inserção de nomes e logos tanto do evento, quanto de organizadores, patrocinadores e apoiadores.



$A_{\text{total}} = 0\text{m}^2$

COMUNICAÇÃO VISUAL DE PROVAS DE RUA E EVENTOS ESPORTIVOS

ITENS RELACIONADOS

- 1. Res. SMDU.CPPU/02/2008, item 1.
- 2. Res. SMDU.CPPU/02/2008, item 3.
- 3. Res. SMDU.CPPU/02/2008, item 5.
- 4. Res. SMDU.CPPU/02/2008, item 2.

A Resolução SEHAB.CPPU/02/2008 regulamenta os elementos de comunicação visual das provas de rua e eventos esportivos assemelhados, especialmente no que diz respeito à inserção de nomes e logos de organizadores, patrocinadores e apoiadores.

Conceitos e definições para aplicação da Resolução 02/2008:

Provas de rua¹: corridas de rua, caminhadas, provas de ciclismo, triatlo e assemelhados, cujo período para montagem e desmontagem de todos os elementos de comunicação visual não ultrapasse 48 horas.

Logos: forma reduzida da expressão “nomes e logos de organizadores, patrocinadores e apoiadores do evento”, utilizada com o mesmo significado desta.

Procedimento: Vou realizar uma prova de rua com a inserção de logos na comunicação visual. É necessária a aprovação da Comissão de Proteção à Paisagem Urbana - CPPU?

Há duas alternativas possíveis, dependendo dos elementos de comunicação visual propostos:

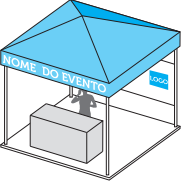
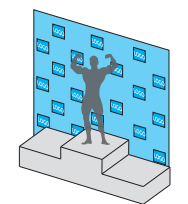
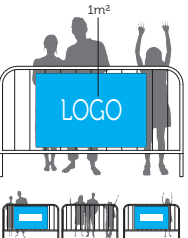
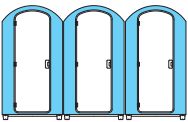
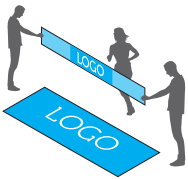
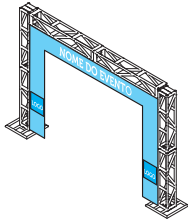
Sim. Necessitam ser previamente aprovados pela CPPU os projetos de comunicação visual que contenham elementos diferentes daqueles previstos na Resolução 02/2008² (a seguir detalhados). Também necessitam de aprovação da CPPU os projetos de comunicação visual cujos elementos permaneçam expostos no local da prova por período superior a 48 horas, incluindo o tempo de montagem e desmontagem³.

Nesses casos, a solicitação de aprovação do projeto de comunicação visual à CPPU deverá ser feita seguindo o procedimento descrito na página 42.

Não. Não necessitam de aprovação da CPPU os elementos de comunicação visual que atendam aos critérios estabelecidos na Resolução 02/2008⁴, conforme apresentados a seguir.

Critérios para a comunicação visual de provas de rua e eventos esportivos:

A seguir, serão apresentados os critérios específicos para a comunicação visual dos elementos recorrentes em provas de rua e eventos esportivos assemelhados.



1. PÓRTICOS DE LARGADA/CHEGADA E DE VAPORIZAÇÃO

- . Na parte superior do pórtico, será permitida apenas a inserção do nome do evento;
- . Os logos poderão ser inseridos somente nas áreas laterais do pórtico, desde que não ultrapassem 50% da área de cada face, limitada a 2m²;
- . Não poderá haver repetição de logos nas faces do pórtico situadas em um mesmo plano (voltadas para um mesmo lado).

2. FAIXAS E TAPETES DE LARGADA E CHEGADA

- . A inserção de logos poderá ocupar até 50% da área da faixa de largada/chegada;
- . Nos tapetes de largada, também poderão ser inseridos logos.

3. PLACAS DE PERCURSO E BANHEIROS QUÍMICOS

- . Não será permitida a inserção de logos nas placas de percurso com indicação de quilometragem nem na parte externa dos banheiros químicos.

4. BANNERS EM GRADES DE PROTEÇÃO

- . A inserção de logos será admitida em área de exposição de até 1m² em cada grade;
- . Os logos poderão ser inseridos apenas em gradis alternados, em extensão de até 100m lineares de cada lado.

5. PÓDIO E BACKDROP

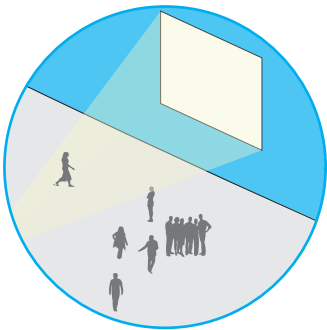
- . Não será permitida a inserção de logos na estrutura do pé do pódio;
- . A inserção de logos será permitida apenas no painel de fundo do pódio (backdrop).

6. TENDAS DE APOIO

- . Não será permitida a inserção de logos nas testeiras, coberturas e superfícies externas das tendas;
- . A inserção de logos será permitida apenas no painel de fundo da tenda, com área máxima de 1m².

PROJEÇÃO EM FACHADAS

A Resolução SMDU.CPPU/08/2011 estabelece que a projeção temporária de filmes, desenhos, fotos e imagens em fachadas de edifícios, monumentos, pontes, viadutos e demais construções permanentes ou temporárias, quando visíveis de logradouro público (ruas, avenidas, praças, etc.), deverá ser previamente aprovada pela presidência da Comissão de Proteção à Paisagem Urbana - CPPU.



A realização de projeções em fachadas deverá observar os seguintes parâmetros:

Horário recomendado: entre as 19h00 e as 23h00, podendo ser alterado em função das especificidades locais e do evento.

Local: devem manter-se inteiramente contidas no perímetro da fachada do imóvel escolhido, não sendo permitida a incidência de imagens ou luminosidade nas edificações ou espaços vizinhos.

Velocidade recomendada para a projeção: as imagens devem reproduzir movimentos lentos, com ausência de sequências de cenas curtas seguidas de cortes imediatos.

Exibição de nomes e logos de realizadores e patrocinadores: será permitida apenas nos eventos de caráter cultural, desde que:

- i. ocupe no máximo 10% da área total da projeção, limitada a 15m²;
- ii. esteja localizada na porção inferior da área de projeção, não ultrapassando 1/3 da altura total;
- iii. cada inserção tenha duração máxima de 15 segundos, respeitado o limite de 4 inserções por hora.

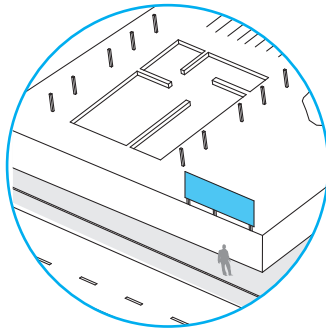
Procedimento: Vou realizar uma projeção em fachada de edifício ou em construção que seja visível de logradouro público. É necessária a aprovação da Comissão de Proteção à Paisagem Urbana - CPPU?

Sim. Todas as projeções realizadas em fachadas de construções que sejam visíveis de logradouro público precisam ser previamente aprovadas pela CPPU, a partir da autuação de processo administrativo, conforme procedimento especificado na página 42.

ANÚNCIO DE FINALIDADE IMOBILIÁRIA

NORMATIVAS RELACIONADAS

1. Lei nº 14.223/2006, arts. 19, IV.
2. Res. SMDU.CPPU/004/2008.
3. Res. SMDU.CPPU/004/2008, item 5.
4. Res. SMDU.CPPU/10/2012.



Também são classificados como anúncios especiais aqueles que possuem finalidade imobiliária, ou seja, que se destinem a informar sobre o aluguel ou venda de imóveis ao público. Os anúncios de finalidade imobiliária podem ser de dois tipos:

a) anúncio de VENDE-SE ou ALUGA-SE em imóveis existentes¹

Destinado a informar ao público sobre o aluguel ou venda de terrenos ou imóveis já construídos, a partir de transações imobiliárias entre particulares, ainda que por intermediação de corretor de imóveis, devendo:

- i. respeitar a área máxima de 1,00m²;
- ii. estar contido nos limites do lote.

b) anúncio em lançamentos imobiliários²

Destinado a informar ao público sobre a incorporação, construção, reforma e comercialização de lançamentos imobiliários com entrega futura. O anúncio deverá conter mensagens relacionadas ao empreendimento e observar as seguintes condições:

- i. para imóveis com testada inferior a 100m, será permitida a instalação de 01 anúncio por testada com área máxima de 10,00m²;
- ii. para imóveis com testada igual ou superior a 100m, será permitida a instalação de 02 anúncios por testada, com área máxima de 10,00m² cada e separados por, no mínimo, 40m de distância;
- iii. as mensagens obrigatórias por legislação federal, estadual e municipal não serão consideradas anúncio, podendo ser expostas em uma ou mais placas, com área total de exposição de até 10,00m² por imóvel, independentemente da quantidade ou tamanho das testadas;
- iv. a instalação tanto dos anúncios especiais de finalidade imobiliária quanto das mensagens legais obrigatórias deverá respeitar altura máxima de 5m
- v. é proibida a inserção de qualquer tipo de anúncio em tapumes.

Procedimento: Vou instalar um anúncio especial de finalidade imobiliária em meu imóvel. É necessário solicitar algum tipo de licença ou autorização?

Não. Os anúncios especiais de finalidade imobiliária não necessitam de nenhum tipo de licença ou autorização para serem instalados, com exceção dos casos que envolvam imóveis tombados ou em processo de tombamento³. Porém, a instalação em lançamentos imobiliários só poderá ocorrer com o projeto do empreendimento devidamente aprovado.

Observação: Os anúncios especiais de finalidade imobiliária não poderão utilizar dispositivos com mensagens variáveis⁴, como destacado na página 15.

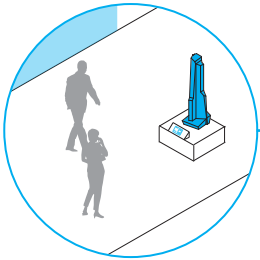
3. ARTE PÚBLICA

Forma de inserção de elemento na paisagem urbana, que, por isso, deve ser apreciada pela Comissão de Proteção à Paisagem Urbana - CPPU, nos termos do art. 35 da Lei Municipal nº 14.223/2006

NORMATIVAS RELACIONADAS

- 1. Lei nº 14.223/2006, arts. 3º, 4º e 5º.
- 2. Res. SMDU.CPPU/20/2015, item 4.10.

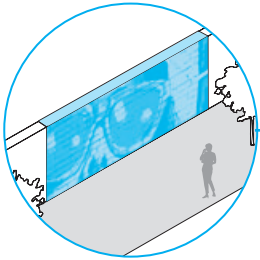
As regras para a realização de arte pública, como a definição de quando é necessária ou não a sua aprovação pela CPPU e dos critérios para inserção de nomes e logos em sua comunicação visual, são definidos conforme os objetivos, diretrizes e estratégias da ordenação dos elementos que compõem a paisagem urbana presentes na Lei Cidade Limpa¹ e na Resolução SMDU.CPPU/20/2015², como indicado a seguir:



Instalações temporárias de escultura e arte pública (inseridas em espaço público de forma isolada, com suporte próprio)

Necessitam de aprovação prévia da CPPU.

Comunicação visual: poderá utilizar placa com dimensões equivalentes à folha A4 (29,7cm x 21 cm), contendo o nome da obra, do seu autor e nomes e logos de organizadores, patrocinadores e apoiadores.



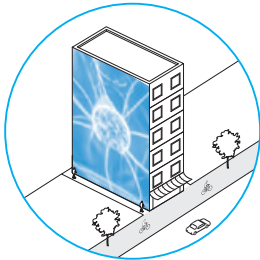
Inserção de arte pública em muros ou tapumes

Necessitam de aprovação prévia da CPPU apenas as intervenções artísticas em muros ou tapumes:

- i. com mais de 30m contínuos de extensão; ou
- ii. cujo somatório de trechos numa extensão de 100m totalize mais do que 30m de intervenção.

As demais intervenções em muros ou tapumes, com dimensões inferiores às descritas acima, não necessitam de aprovação da CPPU.

Comunicação visual: poderá utilizar placa contendo nomes e logos de organizadores, patrocinadores e apoiadores, com dimensões máximas de 60cm x 40cm e tempo de permanência não superior a 30 dias.



Inserção de arte pública em empenas cegas

Necessitam de aprovação prévia da CPPU apenas as intervenções artísticas em empenas cegas com mais de 5m de altura. As intervenções em empenas com altura inferior não necessitam de aprovação da CPPU.

Comunicação visual: poderá utilizar placa contendo nomes e logos de organizadores, patrocinadores e apoiadores, com dimensões máximas de 60cm x 40cm e tempo de permanência não superior a 30 dias.

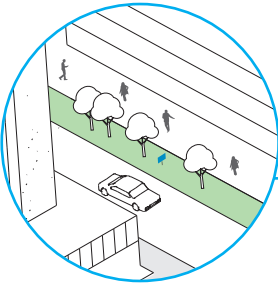
Observações:

- * Em caso de dúvida quanto ao caráter artístico da intervenção, a CPPU poderá ser consultada.
- * A inserção de arte pública deverá ser previamente autorizada pelo proprietário, síndico ou responsável legal pelo imóvel, independentemente da autorização da CPPU.
- * A arte pública não poderá fazer referência a marcas ou produtos comerciais, nem conter referências ou mensagens de cunho pornográfico, racista, preconceituoso, ilegal ou ofensivo a grupos religiosos, étnicos ou culturais.

4. TERMOS DE COOPERAÇÃO

Parceria entre o poder público e a iniciativa privada para a execução e manutenção de melhorias urbanas, paisagísticas e ambientais

O artigo 50 da Lei nº 14.223/2006 prevê que podem ser celebrados termos de cooperação para que a iniciativa privada promova a execução e manutenção de melhorias urbanas, ambientais e paisagísticas, bem como a conservação de áreas municipais, que resultem no atendimento do interesse público.

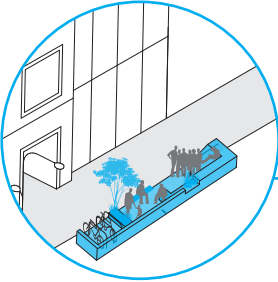


Regras gerais

Os termos de cooperação firmados poderão ter prazo de vigência máximo de 3 anos e deverão ser publicados na íntegra no Diário Oficial da Cidade.

Por envolver a realização de projetos, obras, serviços, ações ou intervenções que visam ao interesse público, é permitido, como contrapartida, que o cooperante privado exiba placa com mensagem indicativa da cooperação, conforme citado na página 12, com dimensões estabelecidas em função do valor a ser investido.

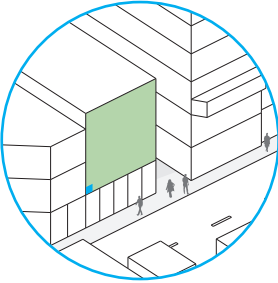
Os procedimentos para celebração dos termos e os critérios para inserção das placas são definidos por decretos regulamentadores para os seguintes objetos:



Áreas verdes municipais

Decreto nº 55.610/2014 - Manutenção e zeladoria de praças e áreas verdes municipais com área de até 5.000m² geridas pelas Subprefeituras, no âmbito do Programa Praças Mais Cuidadas.

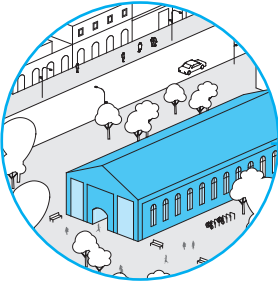
Decreto nº 52.062/2010 - Melhorias urbanas e conservação de áreas municipais acima de 5.000m² (canteiros de vias públicas, praças, áreas verdes, etc.).



Parklets

Decreto nº 55.045/2014 - Instalação e uso de extensão temporária de passeio público, denominada “parklet”.

Resolução SMDU.CPPU/17/2014 - Comunicação visual de parklets e sua inserção na paisagem.



Jardins Verticais

Decreto nº 56.630/2015 - Execução e manutenção de jardins verticais.

Bens de valor cultural

Decreto nº 52.062/2010 - Restauro e conservação de bens de valor cultural.

Demais objetos de cooperação

Decreto nº 52.062/2010 - Propostas que contemplem bens não especificados acima, desde que atendidos os pressupostos gerais de promover a execução e manutenção de melhorias urbanas, paisagísticas e ambientais.

COMPETÊNCIAS

Para que os objetivos e diretrizes relacionados à ordenação da paisagem urbana se efetivem na cidade em que vivemos, é fundamental que o conjunto de regras da Lei Cidade Limpa seja conhecido por todos os paulistanos. Para garantir o cumprimento de tais regras, diferentes órgãos municipais¹ estão envolvidos na sua divulgação, aplicação e fiscalização. Tais órgãos estão disponíveis também para esclarecer as principais dúvidas da população.

NORMATIVAS RELACIONADAS

- 1. Lei nº 14.223/2006, arts. 33 a 38.
- 2. Lei nº 14.223/2006, art. 35;
Lei nº 16.050/2014, art. 331;
Decreto nº 56.268/2015, art. 8º.
- 3. Lei nº 14.223/2006, art. 34;
Decreto nº 47.950/2006, art. 23.
- 4. Lei nº 14.223/2006, art. 36;
Decreto nº 47.950/2006, arts. 20 e 22.
- 5. Lei nº 14.223/2006, art. 37.

5. APLICAÇÃO DA LEI CIDADE LIMPA

- Competências
- Procedimentos para licenciamento e aprovação
- Consulta à CPPU
- Infrações e Penalidades

A Comissão de Proteção à Paisagem Urbana - CPPU² é o órgão colegiado municipal responsável pelo acompanhamento das políticas públicas referentes a anúncios, mobiliário urbano, infraestrutura, inserção e remoção de elementos na paisagem urbana. Cabe a ela apreciar, emitir parecer e deliberar sobre os casos de aplicação da legislação específica sobre a matéria, esclarecendo dúvidas na sua interpretação ou diante de casos omissos - aqueles fatos que não estão claramente regrados em lei. É também competência da CPPU elaborar e apreciar projetos de normas que tragam modificações ou inovações à legislação vigente, propor diretrizes e regramentos relativos à proteção e promoção da qualidade da paisagem urbana e deliberar sobre o Plano Municipal de Ordenamento da Paisagem.

Assim, os casos de intervenção na paisagem urbana que sejam omissos, diferentes dos estabelecidos nas normativas vigentes e/ou que exijam aprovação individual, como identificados ao longo deste Manual, deverão ser submetidos à análise da CPPU, seguindo o procedimento descrito nas páginas 42 a 46.

Já a Secretaria Municipal de Coordenação das Subprefeituras - SMSP³ tem como competências a articulação da atuação das Subprefeituras locais no que diz respeito à paisagem urbana, o gerenciamento do Cadastro de Anúncios - CADAN, formado a partir do licenciamento dos anúncios indicativos, e sua veiculação no site da Prefeitura.

Às Subprefeituras locais⁴ são atribuídos o licenciamento e cadastramento dos anúncios indicativos, a fiscalização do cumprimento da Lei Cidade Limpa e a aplicação das penalidades cabíveis aos infratores e responsáveis, conforme detalhado na página 47.

À Secretaria Municipal de Cultura - SMC⁵ compete classificar os anúncios de finalidade cultural, autorizar e definir parâmetros para a instalação de anúncios em bens de valor cultural e, ainda, emitir parecer quanto ao enquadramento das situações não previstas, esclarecendo dúvidas no âmbito das suas atribuições.

Informações adicionais:

^{*}Para saber mais sobre a CPPU, sua história e composição, ver página 48.
^{*}Informações adicionais, bem como a íntegra da Lei Cidade Limpa, de Decretos, Portarias e Resoluções correlatas e possíveis atualizações das regras vigentes, podem ser consultadas no site da CPPU: prefeitura.sp.gov.br/cppu.

PROCEDIMENTO PARA LICENCIAMENTO

ANÚNCIO INDICATIVO

Para saber mais sobre anúncios indicativos, ver página 16.



PODE SER LICENCIADO PELA INTERNET?

DOCUMENTAÇÃO NECESSÁRIA

- 1 Nº do Cadastro de contribuintes mobiliários (CCM);
- Nº do Imposto Predial e Territorial Urbano (IPTU);
- Nº da Licença, alvará ou autorização de funcionamento;
- Local de instalação, dimensões e posicionamento do anúncio no imóvel (conforme opções dadas);
- Nº do CREA/CAU e da ART/RRT do responsável técnico, nos casos de anúncio com área maior ou igual a 4,00m² ou testada maior ou igual a 100m.

- 2 Requerimento para licença de anúncio preenchido e assinado pelo interessado;
- Local de instalação, dimensões e posicionamento do anúncio no imóvel (conforme modelo);
- Cópia do Cadastro de Contribuintes Mobiliários (CCM);
- Cópia da última notificação (carnê) do IPTU ou do CCR/INCRA;
- Identificação e autorização do proprietário ou do possuidor do imóvel onde será instalado o anúncio;
- Cópia da Licença, Alvará ou Autorização de Funcionamento;
- Cópia do Nº do CREA/CAU e da ART/RRT dos responsáveis, nos casos de anúncio com área maior ou igual a 4,00m² ou testada maior ou igual a 100m;
- No caso de estabelecimentos situados em bairros tombados ou em áreas envoltórias de bens tombados, o licenciamento de anúncio indicativo deverá atender ao disposto nas Resoluções CONPRESP/SMC 01/2007 e 02/2007.

T < 10M
Anúncios em imóveis com testada inferior a 10m

10M < T < 100M
Anúncios em imóveis com testada entre 10 e 100m

T > 100M
Anúncios em imóveis com testada igual ou superior a 100m

Requerimento eletrônico
cadan.prefeitura.sp.gov.br

24 HORAS

Emissão da licença³ e registro no Cadastro de Anúncios - CADAN

INSTALAÇÃO DO ANÚNCIO⁴

³Não será necessária a renovação da licença do anúncio indicativo, desde que não haja alterações nas suas características. Caso ocorra qualquer alteração na característica, dimensão ou estrutura de sustentação do anúncio, deverá ser solicitada nova licença.

⁴Os responsáveis pelo anúncio deverão manter, no imóvel onde está instalado, à disposição da fiscalização, toda a documentação comprobatória da regularidade junto ao CADAN, da inscrição no CCM e dos pagamentos da Taxa de Fiscalização do Anúncio - T.F.A.

Notificação de indeferimento

ANÚNCIO NÃO PODERÁ SER INSTALADO

Anúncios em imóveis tombados

Anúncios em bairros tombados ou em área envoltória de bem tombado

Anúncios em imóveis sem o nº do IPTU

Anúncios que dependam de parecer da CPPU

Anúncios em imóveis de esquina ou com mais de uma testada

Anúncios em imóveis em obras

Anúncios subdivididos (imóvel com vários estabelecimentos)

Requerimento por meio de processo protocolado junto à subprefeitura local

Emissão da licença³ e registro no cadastro de anúncios - CADAN

INSTALAÇÃO DO ANÚNCIO⁴

³Não será necessária a renovação da licença do anúncio indicativo, desde que não haja alterações nas suas características. Caso ocorra qualquer alteração na característica, dimensão ou estrutura de sustentação do anúncio, deverá ser solicitada nova licença.

⁴Os responsáveis pelo anúncio deverão manter, no imóvel onde está instalado, à disposição da fiscalização, toda a documentação comprobatória da regularidade junto ao CADAN, da inscrição no CCM e dos pagamentos da Taxa de Fiscalização do Anúncio - T.F.A.

Notificação de indeferimento

ANÚNCIO NÃO PODERÁ SER INSTALADO

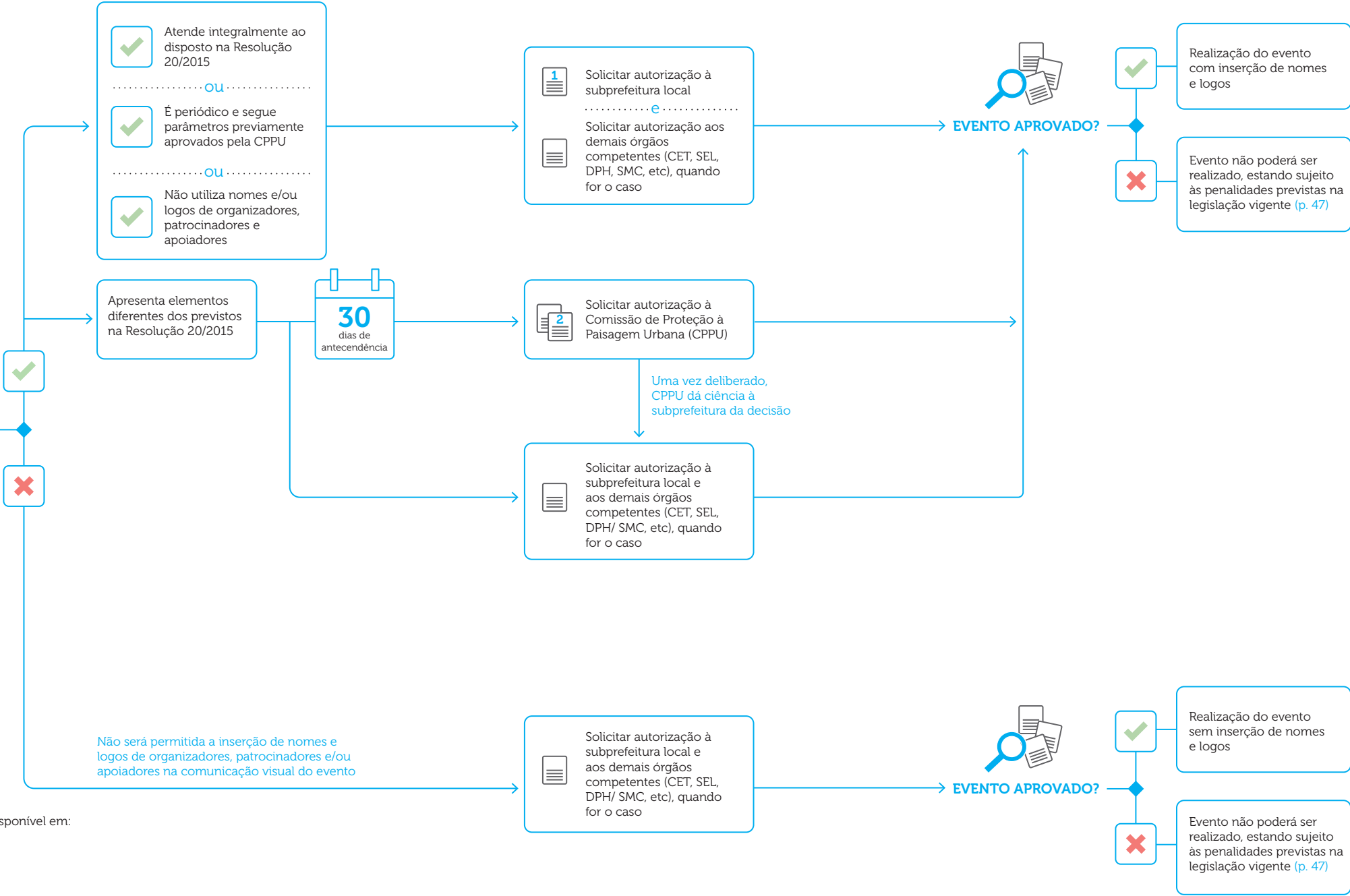
PROCEDIMENTO PARA APROVAÇÃO

COMUNICAÇÃO VISUAL DE EVENTOS CULTURAIS

Para saber mais sobre a comunicação visual de eventos culturais, ver página 24.



TEM CARÁTER CULTURAL?
Eventos artísticos, religiosos, esportivos, educativos, recreativos



DOCUMENTAÇÃO NECESSÁRIA:

- 1 Declaração de atendimento ao disposto na Resolução 20/2015. Modelo disponível em: prefeitura.sp.gov.br/cppu/formulario
- 2 Para consulta à CPPU, ver páginas 42 a 46.

CONSULTA À CPPU

Os casos de intervenção na paisagem urbana que sejam omissos, diferentes dos estabelecidos nas normativas vigentes ou que exijam aprovação expressa da Comissão de Proteção à Paisagem Urbana - CPPU, como apresentados ao longo deste Manual, deverão ser submetidos à deliberação da CPPU, por meio de autuação de processo administrativo próprio.

Para isso, o interessado deverá dirigir-se ao **Protocolo da Secretaria Municipal de Desenvolvimento Urbano – SMDU**, seguindo o procedimento descrito abaixo:

Endereço: Rua São Bento, 405, 17ª andar – Sala 171-B. CEP: 01008-906 - São Paulo - SP
Horário: das 9h00 às 18h00.
Taxas (em jan/2016): 1 a 3 folhas = R\$ 17,50 + R\$ 1,70 para cada folha adicional.

A solicitação de aprovação deverá ser feita com antecedência mínima de **30 dias** do início do evento ou da realização da intervenção artística.

1- Carta com solicitação de aprovação do projeto de comunicação visual do evento, anúncio ou intervenção artística pretendida, dirigida à presidência da CPPU, constando nome, dados completos e assinatura do solicitante responsável.

2- Dados do interessado ou do responsável:

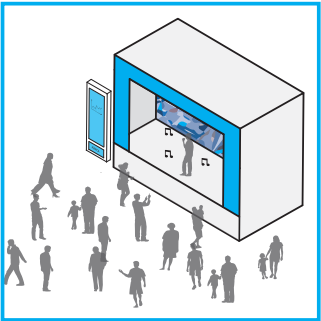
PESSOA FÍSICA	PESSOA JURÍDICA
. Nome completo e assinatura do interessado ou de seu procurador devidamente constituído;	. Nome da empresa e assinatura do responsável ou de seu procurador devidamente constituído;
. Instrumento de procuração ou mandato com poderes suficientes, se for o caso;	. Instrumento de procuração ou mandato com poderes suficientes, se for o caso;
. Cópia do CPF e RG dos responsáveis;	. CCM e/ou CNPJ;
. E-mail para contato;	. Cópia dos estatutos ou atos constitutivos e, se o caso, da ata de eleição da diretoria;
. Telefone;	. E-mail para contato;
. Endereço completo com CEP.	. Telefone;
	. Endereço completo com CEP.

Observações:

* Além dos procedimentos aqui estabelecidos, os interessados deverão obter as demais licenças e autorizações previstas na legislação vigente, em especial junto às Subprefeituras locais, à Companhia de Engenharia de Tráfego - CET, à Secretaria Municipal de Licenciamento - SEL e ao Departamento do Patrimônio Histórico, da Secretaria Municipal de Cultura - DPH/SMC, conforme for o caso.

* As autorizações da CPPU serão sempre em caráter excepcional e precário, podendo a Municipalidade, a seu critério, alterá-la em virtude do interesse público superveniente.

3- Dados do evento, anúncio ou intervenção, dependendo do caso:



3.1- COMUNICAÇÃO VISUAL DE EVENTOS E PROVAS DE RUA

CARACTERIZAÇÃO E LOCALIZAÇÃO

- . Descrição completa do evento, contemplando os objetivos e justificativas para a sua realização;
- . Indicação dos responsáveis, organizadores, apoiadores, patrocinadores, etc.;
- . Indicação do local, endereço, dia e horário de sua realização.

DETALHAMENTO

- . Descrição da infraestrutura e do número de componentes a serem utilizados, tais como palcos, tendas, barracas, equipamentos de apoio;
- . Layout de implantação no local e datas de montagem e desmontagem;
- . Desenhos indicando as dimensões de cada componente.

INSERÇÃO DE NOMES E LOGOS

- . Projeto de comunicação visual completo, compreendendo o conjunto de elementos visuais utilizados no local do evento com funções indicativas ou informativas;
- . Desenhos detalhando cada elemento de comunicação visual, seu local de instalação e área de inserção de nomes e logos de organizadores, patrocinadores e apoiadores.

DEMAIS AUTORIZAÇÕES

- . Protocolo ou documento de aprovação para realização do evento emitido pelos demais órgãos competentes (Subprefeitura local, CET, SEL, DPH/SMC, etc.), conforme o caso.

OUTROS

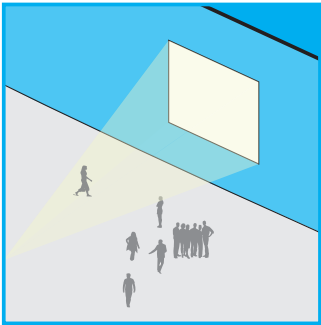
- . Demais informações que o interessado considerar relevantes para melhor caracterização do evento.

ONDE?

QUANDO?

DOCUMENTAÇÃO NECESSÁRIA

3.2- PROJEÇÃO
EM FACHADAS



CARACTERIZAÇÃO E LOCALIZAÇÃO

- . Descrição e cópia digital integral da projeção pretendida, contemplando seus objetivos e justificativas;
- . Indicação dos responsáveis, organizadores, apoiadores, patrocinadores, etc.;
- . Indicação do local, endereço, dia e horário de sua realização.
- . Fotos do local proposto para a realização da projeção, indicando na fachada do imóvel a área a ser utilizada.

DETALHAMENTO

- . Descrição da infraestrutura a ser utilizada, tais como projetores, geradores, mesas de controle, veículos, equipamentos de apoio;
- . Layout de implantação no local e datas de montagem e desmontagem.

INSERÇÃO DE NOMES E LOGOS

- . Indicação se haverá exibição de nomes e logos de patrocinadores e realizadores, apontando suas dimensões, tempo de projeção e número de inserções por hora.

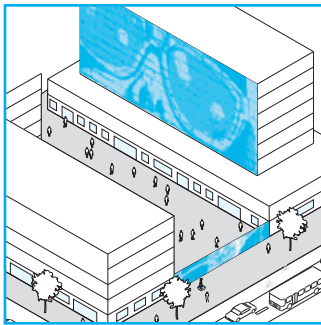
DEMAIS AUTORIZAÇÕES

- . Documento de anuência prévia do proprietário ou responsável legal pela administração do imóvel onde será feita a projeção;
- . Protocolo ou documento de aprovação da projeção emitido pela Subprefeitura Local e/ou pela Companhia de Engenharia de Tráfego – CET, conforme o caso;
- . Protocolo ou documento de aprovação da projeção emitido pela Comissão de Gestão de Obras e Monumentos Artísticos em Espaços Públicos da Secretaria Municipal de Cultura e/ou pelo órgão responsável pelo tombamento, em caso de projeção em monumento e/ou bem de valor cultural.

OUTROS

- . Demais informações que o interessado considerar relevantes para melhor caracterização da projeção.

3.3- ARTE
PÚBLICA



CARACTERIZAÇÃO E LOCALIZAÇÃO

- . Descrição da intervenção proposta, contemplando as justificativas para a sua realização;
- . Indicação do local pretendido para instalação da arte pública, com endereço completo;
- . Fotos atuais da fachada ou tapume que receberá a intervenção, com indicação da área.

DETALHAMENTO

- . Indicação do(s) artista(s) responsável(is) pela arte e breve currículo;
- . Reprodução da arte proposta e simulação sobre foto atualizada do local.
- . Descrição da técnica a ser utilizada;
- . Indicação das dimensões da obra.

INSERÇÃO DE NOMES E LOGOS

- . Projeto de comunicação visual da placa ou elemento de identificação da arte pública proposta, indicando as informações que o compõem (como o nome da obra e do seu autor), dimensões da placa e área de inserção de nomes e logos de organizadores, patrocinadores e apoiadores.

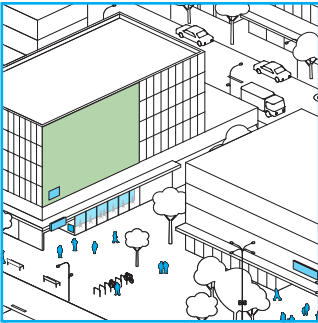
DEMAIS AUTORIZAÇÕES

- . Carta de autorização para instalação da arte pública, assinada pelo proprietário ou síndico (em caso de condomínio) ou responsável legal pelo imóvel (em caso de bem público);
- . Nome completo e cópia do RG do proprietário ou síndico ou responsável pelo imóvel, conforme o caso;
- . Cópia do documento de propriedade ou da ata da assembleia do condomínio de eleição do síndico ou de documento oficial que comprove autoridade legal constituída com poderes de administração, quando se tratar de bem público estadual ou federal;
- . Protocolo ou documento de aprovação para instalação da arte pública, emitido pelo(s) órgão(s) responsável(is) pelo tombamento, quando se tratar de bem de valor cultural.

OUTROS

- . Demais informações que o interessado considerar relevantes para caracterização da intervenção.

3.4- DEMAIS INTERVENÇÕES



CARACTERIZAÇÃO E LOCALIZAÇÃO

- . Descrição da intervenção proposta, contemplando as justificativas para a sua realização.
- . Indicação do local pretendido para sua inserção, com endereço completo;
- . Fotos atuais do local ou objeto onde a intervenção será realizada.

DETALHAMENTO

- . Descrição dos elementos que compõem a intervenção;
- . Indicação de suas dimensões;
- . Simulação de implantação no local;
- . Período pretendido para permanência.

INSERÇÃO DE NOMES E LOGOS

- . Indicação se haverá exibição de nomes e logos de patrocinadores e realizadores, apontando suas dimensões, número e local de inserção, se for o caso.

DEMAIS AUTORIZAÇÕES

- . Protocolo ou documento de aprovação da intervenção emitido pelos demais órgãos competentes (Subprefeitura local, CET, SEL, DPH/SMC, etc.), conforme o caso.
- . Protocolo ou documento de aprovação da intervenção emitido pelo(s) órgão(s) responsável(is) pelo tombamento, quando se tratar de bem de valor cultural.

OUTROS

- . Demais informações que o interessado considerar relevantes para caracterização da intervenção.

INFRAÇÕES E PENALIDADES

NORMATIVAS RELACIONADAS

1. Lei nº 14.223/2006, art. 39.
2. Lei nº 14.223/2006, arts. 32 e 39, parágrafo único.
3. Lei nº 14.223/2006, arts. 40 a 43.

A Lei Cidade Limpa prevê, ainda, penalidades para os casos de descumprimento às suas disposições.

Infrações¹

Será considerada infração qualquer violação às normas previstas na Lei Cidade Limpa ou em seu decreto regulamentador, como, por exemplo, exibir anúncio:

- i. sem licença ou autorização;
- ii. com dimensões não permitidas ou diferentes das aprovadas;
- iii. fora do prazo estabelecido na licença ou aprovação;
- iv. em mau estado de conservação.

Responsabilidades²

São solidariamente responsáveis pelo anúncio e responderão em caso de infração:

- i. o proprietário e o possuidor do imóvel onde o anúncio estiver instalado;
- ii. a empresa de instalação, o profissional responsável técnico e a empresa de manutenção, nos casos cabíveis.

Penalidades³

Em caso de infração, os responsáveis pelo anúncio estarão sujeitos às seguintes penalidades:

- i. multa (R\$ 10 mil por anúncio irregular com até 4m², e acréscimo de R\$ 1 mil para cada m² que ultrapassar essa área);
- ii. multa em caso de reincidência, com previsão de cobrança em dobro;
- iii. cancelamento imediato da licença ou autorização do anúncio;
- iv. remoção do anúncio.

6. COMISSÃO DE PROTEÇÃO À PAISAGEM URBANA - CPPU

Instância de participação popular prevista no Plano Diretor Estratégico do Município de São Paulo (PDE)

NORMATIVAS RELACIONADAS

- 1. Lei nº 16.050/2014, art. 331.
- 2. Decreto nº 15.186/1978.
- 3. Decreto nº 50.822/2009.
- 4. Decreto nº 56.268/2015.
- 5. Lei nº 14.223/2006, art. 38.

A Comissão de Proteção à Paisagem Urbana - CPPU é um órgão colegiado do Sistema de Planejamento e Gestão Democrática do Município de São Paulo¹, responsável pelo acompanhamento das políticas públicas referentes à paisagem urbana.

Histórico

A CPPU foi criada em 1978², inicialmente junto à Secretaria de Habitação e Desenvolvimento Urbano - SEHAB, e foi transferida para a Secretaria Municipal de Desenvolvimento Urbano - SMDU, em 2009³.

Atualmente, tem sua composição, competências e funcionamento definidos no Decreto Municipal nº 56.268/2015, que estabelece procedimentos comuns a todos os órgãos colegiados da SMDU, e em seu Regimento Interno.

Composição e organização⁴

Sua composição é paritária, o que significa dizer que possui o mesmo número de membros representantes do Poder Público e da sociedade civil, como especificado abaixo.

É estruturada em Presidência, Plenário e Secretaria Executiva, contando ainda com Assessoria Técnica desempenhada pela Gerência de Planejamento da Paisagem - GPP, da SP Urbanismo (antiga EMURB). Essa assessoria é responsável⁵ por analisar previamente os casos relacionados a anúncios, mobiliário urbano e inserção de elementos na paisagem urbana, esclarecendo as questões técnicas, com o objetivo de subsidiar as decisões do Plenário e do próprio Presidente.

As reuniões da CPPU são públicas e ocorrem, no mínimo, a cada dois meses, de acordo com calendário disponível no site da Comissão (**prefeitura.sp.gov.br/cppu**). O site também reúne a legislação, atas, deliberações, composição atual e demais informações sobre o órgão colegiado.

Composição da Comissão de Proteção à Paisagem Urbana - CPPU



8 MEMBROS
PODER PÚBLICO

- . Secretaria do Governo Municipal - SGM;
- . Sec. Mun. de Desenv. Urbano - SMDU;
- . Sec. Mun. de Licenciamento - SEL;
- . Sec. Mun. dos Negócios Jurídicos - SNJ;
- . Sec. Mun. de Coord. das Subs - SMSP;
- . Sec. Mun. de Cultura - SMC;
- . Sec. Mun. do Verde e do Meio Amb. - SVMA;
- . São Paulo Urbanismo - SP Urbanismo.



8 MEMBROS
SOCIEDADE CIVIL

Indicados pelo Conselho Municipal de Política Urbana - CMPU, garantida a representação dos seguintes setores:

- . Movimentos sociais e de bairro;
- . Acadêmico e técnico-profissional;
- . Conselhos de políticas públicas e setoriais.

CRÉDITOS

Prefeitura da Cidade de São Paulo

Coordenação e Projeto Gráfico

Secretaria Municipal de Desenvolvimento Urbano - SMDU
São Paulo Urbanismo - SP Urbanismo

Formato: 200x224 mm
Tipologia: Museo e Source Serif Pro
Papel miolo: offset 90 g/m²
Papel capa: offset 180 g/m²
Número de páginas: 52
Tiragem: 1.000

Setembro de 2016

Prefeitura de São Paulo
Secretaria Municipal de Desenvolvimento Urbano
São Paulo Urbanismo - SP Urbanismo
Rua São Bento, 405 - 15º ao 18º andar - Centro
São Paulo - SP - CEP 01008-906
Tel: 11 3113-7500
gestaourbana.prefeitura.sp.gov.br
smdu.prefeitura.sp.gov.br
spurbanismo.sp.gov.br





<http://gestaourbana.prefeitura.sp.gov.br>



**PREFEITURA DE
SÃO PAULO**