

*As informações abaixo fazem parte integrante da consulta pública referente a atualização da Portaria e regulamento específico, ficou disponível para consulta no período de 11/dez até 25/dez de 2023.*

*As considerações dos participantes estão na íntegra, não foram feitas correções para não indicar interferência no documento.*

## **Participe+**

Regulamento Para Veiculação De Programação Televisiva E Exploração Publicitária Na Parte Interna Dos Veículos Do Sistema De Transporte Coletivo Público De Passageiros Na Cidade De São Paulo

## **Descrição**

O Regulamento específico determina as normas e procedimentos para o gerenciamento da atividade de mídia dentro do ônibus, estabelecendo que as mídias nos veículos da frota divulguem campanhas publicitárias e que também devem ceder espaço institucional para uso preferencial de mensagens de caráter educativo, cultural e de utilidade pública, realizadas ou apoiadas pela SPTrans e Prefeitura da Cidade São Paulo.

## **Informações adicionais**

A São Paulo Transporte — SPTrans, por meio da Assessoria de Marketing, realiza a atividade Mídia em Ônibus, que contempla a gestão de diferentes formatos de para apresentação de anúncios publicitários no interior dos coletivos da frota da Cidade de São Paulo.

## **Documentação adicional**

Portaria | SMT. SETRAM nº 2 de 13 de setembro de 2021

## **Etapas de participação**

- Instruções
- Revisão

11 Dez 2023 - 25 Dez 2023

## **Sugestões para o documento**

### 5.3. Seção III — Encosto do Banco

"Art. 44. Para a emissão da autorização necessária para a veiculação de publicidade em Encosto do Banco, a Empresa Veiculadora deverá a referida mídia em, no mínimo, 10 (dez) ônibus da frota da Concessionária.

Parágrafo único. A Empresa Veiculadora deverá apresentar avaliação de qualidade e características técnicas da publicidade proposta.

Art. 45. Será permitida a instalação de, no máximo:

I. 10 (dez) adesivos de Encosto de Banco em veículos com o comprimento máximo de 10m (dez metros);

II. 19 (dezenove) adesivos de Encosto de Banco em veículos de dois ou três eixos com comprimento acima de 10m (dez metros); e

III. 27(vinte e sete) adesivos de Encosto de Banco em veículos articulados.

#### **Uma sugestão**

##### **• Andréia Correa**

*Sugerimos a instalação de no máximo 25 bancos para todos os tipos de veículo para que todos os bancos adesiváveis sejam completados evitando assim que pareça falha caso fique bancos sem adesivar*

#### **Devolutiva:**

*A quantidade mencionada no art. 45, foi definida em comum acordo com a área de engenharia com o intuito de evitar poluição visual, visto que é permitida até duas mídias por veículo. Esclarecemos ainda, que as quantidades permitidas garantem a facilidade na manutenção evitando assim mídias deterioradas.*

### 6. CAPÍTULO VI — DO CONTEÚDO E DA PROGRAMAÇÃO

"Art. 58. O conteúdo das peças publicitárias deve ser apresentado antecipadamente à Área de Marketing, para validação.

Art. 59. O número do CEM da Empresa Veiculadora deve constar do lado direito da arte publicitária, de forma a não interferir no anúncio.

Art. 60. A grade de programação da Mídia Eletrônica Televisiva, deverá contemplar mensagens de caráter institucional, campanhas educativas e culturais e de utilidade pública definidas pela SPTrans e realizadas ou apoiadas pela Prefeitura da Cidade de São Paulo.

Art. 61. Serão resguardados 30% (trinta por cento), no mínimo, dos veículos destinados à exibição de Mídia Impressa para uso preferencial de mensagens de caráter institucional, campanhas educativas/culturais e de utilidade pública definidas pela SPTrans e realizadas ou apoiadas pela Prefeitura da Cidade de São Paulo.

Art. 62. A peça publicitária em Mídia impressa em sancas e anteparos deve conter apenas 1 (um) anunciante.

Parágrafo único. É proibida a divulgação de múltiplas marcas parceiras e/ou patrocinadores numa mesma peça.

Art. 63. É proibida a veiculação de qualquer mensagem publicitária que:

I. Infrinja a legislação pertinente ou as diretrizes do Conselho Nacional de Auto-regulamentação Publicitária – CONAR;

II. Tenha natureza político-partidária;

III. Atente contra a moral, os bons costumes ou a dignidade da família;

IV. Promova preconceito de origem, sexo, gênero, orientação sexual, raça, cor, idade, religião, etnia, nacionalidade ou qualquer outra forma de discriminação;

V. Promova o uso de armas ou munição;

VI. Tenha apelo direto ao consumo de bebidas alcoólicas ou de substâncias que causem dependência física e psíquica;

VII. Promova produtos ou serviços concorrentes aos oferecidos pelo Sistema de Transporte Coletivo Público de Passageiros;

VIII. Possa comprometer a imagem do transporte coletivo público de passageiros da Prefeitura do Município de São Paulo ou qualquer de suas entidades;

IX. Incentive o uso do transporte individual ou outros modais em detrimento do transporte coletivo público de passageiros por ônibus;

Art. 64. É vedada a utilização de áudio, por meio de alto-falantes, ficando autorizada somente a exibição de imagens e legendas nos equipamentos destinados ao conteúdo de publicidade comercial.

## **2 sugestões**

### **• Ricardo Cabianca**

VI. Tenha apelo direto ao consumo de bebidas alcoólicas ou de substâncias que causem dependência física e psíquica; *Entendemos que a veiculação referente ao produto "bebidas alcoólicas" deveria seguir o mesmo critério praticado em outros modais e mobiliários urbanos como: metrós, trens, abrigos de ônibus e relógios de rua, onde a veiculação é autorizada com a identificação clara do consumo consciente com as devidas mensagens de advertência, onde só se expõe o produto e não a ato do consumo. O modal ônibus deixa de arrecadar uma quantia significativa em receitas por proibir este tipo de veiculação.*

#### **Devolutiva 1:**

*Em atenção ao assunto, no item que aborda bebidas alcoólicas, não foi negativado a veiculação de tais produtos, toda e qualquer solicitação deste âmbito passará por avaliação, inclusive com base determinada pelo CONAR e se não atender as diretrizes não será autorizado.*

### **• Carolina Borges**

*Fica vetada a veiculação de propaganda direcionada para crianças, assim como as que utilizam personagens infantis e outras formas de atrativos para as crianças. Fica vetada a veiculação de conteúdo violento e sexual em respeito a lei 13257 de 2016*

#### **Devolutiva 2:**

*Grata pelo questionamento Sra. Carolina, informamos que estamos atentos e salientamos que no Capítulo VI fazemos menção ao CONAR no qual rege as diretrizes para veiculações.*

## **10. PROPOSTA PORTARIA | MINUTA**

"PORTARIA SECRETARIA MUNICIPAL DE MOBILIDADE E TRÂNSITO — SMT/SETRAM  
Nº xx DE xx DE xxxx DE 2023

Altera a Portaria SMT.SETRAM nº 2/2021, que delega à São Paulo Transporte S/A — SPTRANS a competência para estabelecer normas e procedimentos para gerenciamento, fiscalização e especificação técnica para exploração publicitária na parte interna dos veículos do Sistema de Transporte Coletivo Urbano de Passageiros da Cidade de São Paulo.

PORTARIA SMT.SETRAM nº xxx, de xx de xxxx de 2023

Gilmar Pereira Miranda, Secretário Executivo de Transporte e Mobilidade Urbana, no uso das atribuições que lhe são conferidas pelo Decreto nº 60.448, de 09 de agosto de 2021, bem como a Portaria SMT.GAB nº 042, de 09 de setembro de 2021,

"RESOLVE:

Art. 1º Alterar a Portaria SMT.SETRAM nº 2/2021, que passa a vigorar com as seguintes alterações:

"Art. 4º.....

I - Pela exibição de publicidade via mídia televisiva (monitores de TV): o valor equivalente a 8 (oito) Unidades de Publicidade — Ups por semana, por cada veículo equipado com monitor de TV, multiplicado pela quantidade de anunciantes;

II - Pela exibição de publicidade via Mídia Impressa (sancas, anteparos): o valor equivalente a 9 (nove) UPs por veículo utilizado na exibição da publicidade por mês;

III — Pela veiculação de Ações Especiais ou outros formatos: o valor equivalente a 9 (nove) UPs, por anunciante, por veículo por dia;

IV - Pela veiculação de adesivo no encosto do banco: o valor equivalente a 9 (nove) UPs por anunciante, por veículo por mês. (NR)

"Art. 5º.....

Parágrafo único. A SPTrans estabelecerá, em regulamento, condições mínimas para a exibição de publicidade, podendo incluir quantidades mínimas de veículos, anunciantes, dias de veiculação, entre outras condições" (NR).

"Art. 7º Para fins desta Portaria, a Unidade de Propaganda — UP será equivalente a R\$ 5,50 (cinco reais e cinquenta centavos).

Parágrafo único. O valor da UP será reajustado anualmente, no mês de janeiro, com base no IPC/FIPE dos doze meses anteriores" (NR).

“Art. 9º .....

II - remoção da programação e/ou publicidade no prazo máximo de 24 (vinte e quatro) horas;

III - aplicação às concessionárias das penalidades previstas no Regulamento de Sanções e Multas — RESAM, na reincidência da infração; e

IV — cancelamento do cadastro da empresa veiculadora” (NR).

Art. 2º Esta Portaria entra em vigor na data de sua publicação.

## **2 sugestões**

### **• Andréia Correa**

Na portaria anterior o valor base era de 9 tarifas vigentes (R\$ 4,40 x 9 — R\$ 39,60), concordamos e solicitamos que esta portaria seja mantida considerando a tarifa vigente e não alteração de valor para uma tarifa diferenciada da vigente e aumento anual.

### **• Ricardo Cabianca**

Referente exibição de publicidade via mídia televisiva, propomos 2 (dois) modelos:  
\*\* 1 - Sugerimos a manutenção do modelo vigente conforme Portaria SMT.SETRAM nº 2/2021, porém, atualizando a tarifa vigente (R\$ 4,40) para as Unidades de Publicidade (UP - R\$ 5,50) sugerida e acrescentando mais 5 UPs por faixa de repasse, gerando um acréscimo médio (imediato) de 45% em relação ao praticado. Os reajustes anuais se mantêm conforme proposto. Ou

\*\* 2 - Manter o modelo proposto em consulta pública, equivalente a 8 (oito) Unidades de Publicidade — UPs por semana, por cada veículo equipado com monitor de TV, porém sem a multiplicação atrelada a quantidade de anunciantes. Atrelar os repasses ao número de anunciantes, torna o modelo comercial digital inviável, pois existem questões particulares e voláteis no processo de vendas conforme as estratégias e negociações: a) Preços de venda (descontos, bonificações); b) Tempo de veiculação (diário, semanal, quinzenal e mensal); c) Engenharia de custos operacionais (tributos, comissões de vendas, comissões de agências, BV de agências, taxas administrativas, repasses aos consórcios, manutenção de equipamentos, seguros, etc.).

**Devolutiva:**

*Em resposta, a Sra. Andrea Correia e ao Sr. Ricardo Cabianca, esclarecemos que a modalidade mídia em ônibus não é reajustada desde 2020 e, neste momento que estamos provendo essa revisão, consideramos também a criação de uma nova unidade de desconto, que será em Unidade de Publicidade - UP., equivalente a R\$ 5,50, valor referente a uma tarifa atualizada 2023 (acumulada - IPC/FIPE). O reajuste dessa UP, será anualmente, no mês de janeiro, com base no IPC/FIPE dos doze meses anteriores.*

*A premissa da mídia dentro do ônibus que viabiliza as veiculações publicitárias, tem como base o anunciante.*

*O desconto por anunciante foi considerado pela visibilidade da mídia eletrônica, visto que possibilita ao cadastrado uma maior e melhor distribuição dentro da programação em se tratando de anúncios. É possível organizar a inserção por veículo, período, horário e quantidade dentro do looping, tempo de permanência, dentre outros.*

CONSULTA PÚBLICA | PARTICIPE+  
**RELATÓRIO FINAL**

Supervisão para Assuntos de Governo Aberto Secretaria de Governo Municipal

Viaduto do Chá, 15 - Centro - São Paulo, SP. CEP: 01002-020

[participemais Aprefeitura.sp.gov.br](https://participemais.aprefeitura.sp.gov.br)

- Participe+ Facebook
- Participe+ Instagram
- @participemais

O Participe+, 2024, usa o código aberto do Aplicativo CONSUL | Os dados da Cidade de São Paulo são seus, acesse o Portal da Transparência