

## Matéria Legislativa Projeto de Lei Ordinária - 079/2023

---

**De:** Heleni G. - PL-PR-DAF-CA

**Para:** PL - Plenário

**Data:** 14/11/2023 às 17:57:14

**Setores envolvidos:**

PL, PL-PR-DAF-CAJ-PJ, PL-PR-DAF-CA, PL-PR-DAP

### PROJETO DE LEI Nº 3.119

---

Senhores Vereadores:

Segue Projeto de Lei nº 3.119 para conhecimento na próxima Sessão Ordinária.

—  
**Heleni Eunice Geraldo**  
*chefia de administração*

**Anexos:**

PLE03119.pdf

## PROJETO DE LEI Nº 3.119

*“Disciplina a veiculação de anúncios publicitários, especiais, sonoros e imobiliários no Município de Campo Limpo Paulista e dá outras providências”.*

### CAPÍTULO I- DOS OBJETIVOS

**Art. 1º** Constituem objetivos da presente Lei a compatibilização das modalidades de anúncios publicitários, especiais, imobiliários e sonoros com os locais onde possam ser veiculados e a implantação de um sistema de fiscalização efetivo, ágil, moderno, planejado e permanente.

### CAPÍTULO II - DAS DEFINIÇÕES

**Art. 2º** Para fins de aplicação desta Lei considera-se anúncio qualquer difusão de mensagem, em movimento ou não, criada com objetivos comerciais, institucionais, de prestação de serviços, políticos, culturais, religiosos e similares, instalados em:

I - imóvel de propriedade particular, edificado ou não;

II - imóvel de domínio público, edificado ou não;

III - bens de uso comum do povo;

IV - obras de construção civil em lotes públicos ou privados;

V - faixas de domínio, pertencentes a redes de infraestrutura e faixas de servidão de redes de transporte, de redes de transmissão de energia elétrica, de oleodutos, gasodutos e similares;

VI - veículos automotores e motocicletas, trailers e carretas engatados ou desengatados de veículos automotores, caçambas, bicicletas e similares;

VII - mobiliário urbano;

VIII - mensagem sonora.

**Art. 3º** Para os efeitos de aplicação desta Lei, ficam estabelecidas as seguintes definições:

I - anúncio: qualquer veículo de comunicação visual presente na paisagem visível do logradouro público, vias, estradas, rodovias ou similares, composto de área de exposição e estrutura, bem como aquele por meio de som, podendo ser:

- a) anúncio indicativo: aquele que visa apenas identificar, no próprio local da atividade, os estabelecimentos e/ou profissionais que dele fazem uso;
- b) anúncio publicitário: aquele destinado à veiculação de publicidade, instalado fora do local onde se exerce a atividade;
- c) anúncio especial: aquele que possui características específicas, com finalidade institucional, cultural, educativa ou eleitoral, nos termos do disposto no art. 22 desta Lei;
- d) anúncio imobiliário: aquele destinado à informação do público para aluguel ou venda de imóvel;
- e) anúncio sonoro: qualquer meio de comunicação sonora, fixa ou móvel.

II - área de exposição do anúncio: 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;

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

IV - engenho publicitário: conjunto formado pela estrutura de fixação, pelo quadro próprio e pela publicidade e propaganda nele contido;

V - front light: engenho publicitário com dimensões variáveis, apoiado sob estrutura metálica fixa e resistente que proporcione segurança à população, observadas as normas da ABNT – Associação Brasileira de Normas Técnicas, com cartazes em lona, sistema de iluminação frontal do anúncio e área de exposição;

VI - back light: engenho publicitário com dimensões variáveis, apoiado sob estrutura metálica fixa e resistente que proporcione segurança à população, observadas as normas da ABNT, com cartazes em lona, sistema de iluminação posterior do anúncio e área de exposição;

VII - painel: engenho publicitário com dimensões variáveis, apoiado sob estrutura metálica, removível ou fixa, que proporcione segurança à população, observadas as normas da ABNT, com ou sem iluminação, com ou sem movimento, incluindo, eventualmente, dispositivos computacionais que permitam a visualização de anúncios;

VIII - painel eletrônico: engenho publicitário com dimensões variáveis, apoiado sob estrutura metálica, removível ou fixa, com mensagens e animação gráfica, que proporcione segurança à população, observadas as normas da ABNT;

IX - outdoor: engenho publicitário constituído em estrutura metálica, removível, com dimensões padronizadas de 3m (três metros) por 9m (nove metros), destinados à fixação de cartazes substituíveis em papel ou lona, com ou sem iluminação;

X - faixas, baners ou similares: engenho publicitário de estrutura não rígida, removível de tamanho variável, destinado à veiculação de anúncios de curta duração;

XI - totem ou similar: engenho publicitário de estrutura metálica, concreto ou outro material resistente, destinado à veiculação de anúncio;

XII - imóvel: lote ou gleba, público ou privado, edificado ou não;

XIII - lote: a parcela de terreno resultante de parcelamento do solo, contida em uma quadra com, pelo menos, uma divisa lindeira a logradouro público;

XIV - área livre de imóvel edificado: a área descoberta existente entre a edificação e qualquer divisa do imóvel que a contém ou interna da própria edificação;

XV - fachada: qualquer das faces externas de uma edificação principal ou complementar, tais como: prédio, torres, caixas d'água, chaminés ou similares;

XVI - empena cega: face lateral e de fundo externa da edificação que não apresenta aberturas destinadas à iluminação, ventilação ou insolação;

XVII - testada ou alinhamento: a linha divisória entre o imóvel de propriedade particular ou pública e o logradouro público;

XVIII - logradouro público: rua, avenida, travessa, alameda, caminho de uso comum, praça, área verde de sistema viário, e similares;

XIX - bem de uso comum: aquele destinado à utilização do povo, tais como: as áreas verdes, de lazer, institucionais, as vias e logradouros públicos e similares;

XX – bem de valor cultural: 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/ou Município e suas áreas envoltórias;

XXI - mobiliário urbano: é o conjunto de elementos que podem ocupar os espaços públicos implantados, direta ou indiretamente, pela Administração Municipal, dentre outros:

- a) abrigo de parada de transporte público de passageiro, totem ou qualquer outra indicação de parada de ônibus, abrigos para pontos de táxi e bicicletário;
- b) placas ou painel eletrônico;
- c) placas e unidades identificadoras de vias e logradouros públicos;
- d) anúncio de identificação de espaços e edifícios públicos, cabine de segurança, quiosque para informações culturais, quiosque para venda de lanches ou similares e produtos em parques, sanitário público fixo ou móvel, colunas multiuso e relógio (tempo, temperatura e poluição);
- e) bancos, estrutura para disposição de sacos plásticos de lixo e destinada à reciclagem, lixeiras, grade de proteção de terra ao pé de árvores e protetores de árvores;
- f) suportes para afixação gratuita de pôster para eventos culturais;
- g) anúncio de mensagens variáveis para uso exclusivo de informações de trânsito.

**Art. 4º** Para os fins desta Lei, não são considerados anúncios:

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

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

III - os que contenham mensagens indicativas, informativas ou institucionais de órgãos da Administração Direta ou Indireta, bem como as de adoções de áreas públicas para conservação e preservação, de acordo com modelo padrão da Diretoria de Comunicação;

IV - os que contenham indicação de monitoramento de empresas de segurança com área máxima de 0,04m<sup>2</sup> (quatro decímetros quadrados);

V - as placas indicativas, nos locais de construções, dos nomes das empresas, engenheiros e arquitetos responsáveis pelos projetos ou execução de obras particulares ou públicas;

VI - os banners ou pôsteres indicativos de eventos culturais que serão exibidos na própria edificação, para museu, teatro ou similar;

VII - as denominações de prédios e condomínios, quando inseridas ao longo da fachada das edificações onde serão exercidas a atividade, sendo que seu projeto deverá ter anuência do setor responsável pela aprovação de projetos particulares da Prefeitura;

VIII - a denominação de hotéis ou a sua logomarca, quando inseridas ao longo da fachada das edificações onde serão exercidas a atividade, sendo que seu projeto deverá ter anuência do setor responsável pela aprovação de projetos particulares da Prefeitura;

IX - a identificação das empresas nos veículos automotores utilizados para a realização de seus próprios serviços;

X - a identificação dos táxis e veículos automotores de transporte de passageiros;

XI - a placa de identificação de imóvel tombado, afixada pelo respectivo órgão federal, estadual ou municipal;

XII - a indicação de propriedade rural, sua localização e direção de estradas ou caminhos rurais;

XIII - a indicação de hospitais, casas de saúde, ambulatórios, pronto socorro e similares.

**Parágrafo único.** Todas as indicações elencadas no presente artigo deverão atender o disposto nos incisos I, III, IV, V, VI, VIII, X e XI, do art. 7º desta Lei.

### **CAPÍTULO III - DAS NORMAS GERAIS**

**Art. 5º** A utilização de anúncio publicitário poderá ser promovida por pessoa física ou jurídica que explore essa atividade econômica, desde que devidamente inscrita na Prefeitura Municipal.

**Parágrafo único.** Todas as atividades que industrializem, fabriquem ou comercializem qualquer tipo de anúncio deverão ser inscritas no órgão competente desta municipalidade.

**Art. 6º** Todo anúncio publicitário deverá observar, dentre outras, as seguintes normas:

I - ser instalado nos pontos licenciados pela Prefeitura;

II - ter autorização e licença junto ao setor responsável pelas Receitas Mobiliárias da Prefeitura;

III - a afixação de publicidade ou de quaisquer legendas ou símbolos ao longo das vias condiciona-se à prévia aprovação do órgão ou entidade com circunscrição sobre a via;

IV - não ultrapassar os limites de nível de pressão sonora permitidos.

**Art. 7º** É proibida a instalação de anúncios publicitários nos seguintes locais:

I - em Áreas de Preservação Permanente - APPs, públicas ou privadas;

II - nas vias, ruas, avenidas, parques, praças e outros logradouros públicos, salvo os anúncios especiais ou de cooperação entre o Poder Público e a iniciativa privada, a serem definidos por legislação específica, bem como as placas e unidades identificadoras definidas nos logradouros públicos;

III - nos postes de iluminação pública ou de rede de telefonia, inclusive cabines e telefones públicos, salvo autorização específica;

IV - nas torres ou postes de transmissão de energia elétrica, telefonia e outros;

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

VI - nas faixas ou placas acopladas à sinalização de trânsito;

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

VIII - em bens de uso comum do povo a uma distância inferior a 30m (trinta metros) de obras públicas de arte, tais como: túneis, passarelas, pontes, viadutos e similares, bem como de seus respectivos acessos;

IX - no mobiliário urbano;

X - nos muros, alambrados ou similares de lotes públicos ou privados, edificados ou não, exceto: escolas públicas, entidades sem fins lucrativos, cemitério municipal e locais relacionados à atividade esportiva municipal, atendida as demais disposições desta Lei;

XI - nas árvores de qualquer porte;

XII - nas vias públicas e nos imóveis é proibido colocar luzes, publicidade, inscrições, vegetação e mobiliário que possam gerar confusão, interferir na visibilidade da sinalização e comprometer a segurança do trânsito;

XIII - em pontos não licenciados pela municipalidade.

**Art. 8º** É proibido colocar anúncio publicitário que:

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

II - atente contra a moral e os bons costumes.

## **CAPÍTULO IV - DOS ANÚNCIOS**

### **Seção I - Do anúncio publicitário em imóvel não edificado**

**Art. 9º** Nos imóveis não edificados, de propriedade pública ou privada, será permitido anúncio publicitário, desde que atendam os padrões estabelecidos nesta Lei.

**Art. 10.** Os anúncios publicitários a serem instalados nos imóveis não edificados, públicos ou privados, situados na zona urbana, deverão atender às seguintes dimensões e condições estabelecidas por esta Lei, de acordo com sua tipologia, a saber:

I - tipo I: anúncio com área máxima de 12 m<sup>2</sup>;

II - tipo II: anúncio com área máxima de 27 m<sup>2</sup>;

III - tipo III: anúncio com área máxima de 54 m<sup>2</sup>.

**§ 1º** Para os anúncios publicitários será exigido seu afastamento mínimo em relação aos imóveis vizinhos, edificados ou não, de acordo com o tipo, conforme segue:

I - para os anúncios do tipo I: 5,0 m (cinco) metros de afastamento mínimo;

II - para os anúncios do tipo II e III: 10,0 m (dez) metros de afastamento mínimo.

§ 2º Visando à preservação da estética, da perspectiva panorâmica e da visibilidade, o licenciamento de anúncios publicitários com área igual ou superior a 27 m<sup>2</sup> (vinte e sete metros quadrados) somente serão permitidos nos imóveis com frente para rodovias ou vias marginais, após análise e autorização do setor responsável pela aprovação de projetos particulares da Prefeitura.

§ 3º Não serão admitidos quadros superpostos.

§ 4º O anúncio publicitário não poderá avançar sobre imóvel confrontante, logradouro público ou calçada.

§ 5º A quantidade de anúncios publicitários permitida no imóvel, não poderá ser sobreposta.

§ 6º Todos os anúncios publicitários deverão ser identificados com o número da Inscrição Municipal, nome e telefone da empresa publicitária, na extremidade direita inferior.

§ 7º A estrutura do anúncio publicitário deverá ser de estrutura metálica e possuir seguro de acidentes contra terceiros.

§ 8º É vedada a pintura ou adesivagem de anúncio publicitário diretamente sobre muros e paredes externas ou fachadas da edificação, excetuadas as paredes de fachada e as paredes laterais de templos religiosos.

**Art. 11.** O licenciamento para o anúncio publicitário será efetuado de acordo com a testada do imóvel para a qual o anúncio faz frente, conforme tipo definido pelo art. 10 e pelos incisos seguintes:

I - nos imóveis com testada igual ou inferior a 25 m: não será permitido;

II - nos imóveis com testada superior a 25 m: 01 (um) anúncio tipo I (até 12 m<sup>2</sup>);

III – nos imóveis com testada igual ou superior a 50 m: 02 (dois) anúncios do tipo I (até 12 m<sup>2</sup>).

**Parágrafo único.** Nos imóveis com frente para rodovias ou vias marginais, o licenciamento para o anúncio publicitário será efetuado conforme tipo definido pelo art. 10 e pelos incisos seguintes:

I - nos imóveis com testada igual ou inferior a 25 m: não será permitido;

II - nos imóveis com testada superior a 25 m: 01 (um) anúncio tipo II (até 27 m<sup>2</sup>);

III - nos imóveis com testada igual ou superior a 50 m: 02 (dois) anúncios do tipo II ou 01 (um) anúncio tipo III (até 54 m<sup>2</sup>);

IV - nos imóveis com testada igual ou superior a 250 m: 05 (cinco) anúncios do tipo II ou 03 (três) anúncios tipo III (até 54 m<sup>2</sup>).

**Art. 12.** Os anúncios publicitários instalados nos imóveis situados na zona urbana deverão atender, concomitantemente aos parâmetros já dispostos, às seguintes dimensões:

I - a distância mínima entre anúncios é de 10m (dez metros), em projeção horizontal, entre as bordas;

II - a altura máxima do engenho publicitário é de 9m (nove metros).

**Art. 13.** A quantidade de anúncios que compõem um grupo de engenhos publicitários, a distância entre os respectivos grupos e a quantidade de anúncio por região no Município será definida por Decreto do Executivo.

**Art. 14.** Não será permitido pinturas, apliques ou quaisquer outros elementos com fins promocionais ou publicitários, que sejam vistos dos logradouros públicos, vias, estradas, rodovias ou similares, além daqueles definidos nesta Lei.

## **Seção II - Do anúncio publicitário em imóvel edificado**

**Art. 15.** Nos imóveis edificados, de propriedade pública ou privada, será permitido anúncio publicitário desde que atenda, dentre outras, as seguintes condições:

I - quando a testada do imóvel for inferior ou igual a 25m (vinte e cinco metros) não será admitido anúncio;

II - quando a testada do imóvel for igual ou superior a 25m (vinte e cinco metros) admitir-se-á 01 (um) anúncio tipo I (até 12m<sup>2</sup>);

III - quando o imóvel for de esquina ou tiver mais de uma frente para logradouro público, será permitido um anúncio por testada, atendidas as exigências estabelecidas nesta Lei.

§ 1º Os recuos do engenho publicitário, em relação às divisas do imóvel, deverão atender os recuos obrigatórios correspondentes às edificações, observados o mínimo de 5m (cinco metros) de recuo frontal e 1,50m (um metro e meio) nas demais divisas.

§ 2º Não serão admitidos quadros superpostos.

§ 3º Nenhum anúncio poderá prejudicar iluminação, ventilação e insolação da edificação do imóvel ou confrontantes.

§ 4º O anúncio não poderá avançar sobre imóvel confrontante, logradouro público ou calçada.

§ 5º Todos os anúncios publicitários deverão ser identificados com o número do processo e da Inscrição Municipal, nome e telefone da empresa publicitária, na extremidade direita inferior e possuir seguro contra terceiros.

**Art. 16.** Ficam proibidos os anúncios publicitários em qualquer das fachadas das edificações, mesmo que sejam em empenas cegas, bem como nas coberturas das mesmas.

**Art. 17.** Não será permitido pinturas, apliques ou quaisquer outros elementos com fins promocionais ou publicitários, que sejam vistos dos logradouros públicos, vias, estradas, rodovias ou similares, além daqueles definidos nesta Lei.

§ 1º Ficam excetuados do disposto no *caput* do presente artigo, os casos de anúncios publicitários instalados em vedos transparentes de estabelecimentos comerciais, que se comuniquem diretamente com o exterior, onde será permitido a exibição de 1 (um) anúncio para cada testada do imóvel, com tamanho máximo de 1m<sup>2</sup> (um metro quadrado);

§ 2º A vedação do “caput” não se aplica às entidades filantrópicas e associações sem fins lucrativos do Município.

### **Seção III - Do anúncio publicitário em móveis e similares**

**Art. 18.** Os anúncios publicitários em veículos automotores e motocicletas, bicicletas, trailers, carretas, caçambas e similares não poderão interferir na visibilidade do motorista, bem como possuir peças salientes no entorno dele possa apresentar perigo a qualquer pessoa.

**Parágrafo único.** A sustentação dos anúncios publicitários deverá ser de estrutura metálica e atender às disposições da presente Lei.

### **Seção IV - Do anúncio publicitário em rodovias e estradas**

**Art. 19.** Poderá ser permitido, atendidas as disposições do parágrafo único do art. 11, e a critério da autoridade competente, anúncio publicitário em rodovias e estradas desde que possua, conforme o caso, licença do Departamento de Estradas de Rodagem - DER e concessionária, respeitada a Lei Estadual nº 8.900, de 29 de setembro de 1994, independentemente das demais disposições desta Lei.

### **Seção V - Do anúncio publicitário distribuído**

**Art. 20.** O anúncio publicitário em forma de folhetos, panfletos ou encartes distribuídos deverão reservar espaço para a seguinte frase: “Preserve a natureza e mantenha a cidade limpa: RECICLE. Colabore, não jogue no chão”.

§ 1º O anúncio a que se refere o “caput” deste artigo poderá ser distribuído nos pontos fixados por Decreto do Executivo, dentro da área circunscrita no polígono das diversas áreas comerciais da cidade.

§ 2º Fica expressamente proibido o lançamento do material, referido no “caput” deste artigo, nos logradouros públicos.

§ 3º Os anunciantes deverão promover a remoção do material lançado sobre logradouro público num raio de 100 (cem) metros a partir do local da distribuição autorizada na área descrita no § 1º, retro, a partir dessa área o transeunte será responsabilizado pelo material por ele lançado.

§ 4º Para fins do disposto na presente Seção, entende-se por anunciante a pessoa física ou jurídica responsável pela distribuição de anúncio aos transeuntes.

§ 5º Não é permitida a distribuição de anúncios ao condutor e aos passageiros de veículos de qualquer espécie.

§ 6º A pessoa que distribuir anúncios deverá usar colete, camiseta ou similar contendo o nome e telefone do responsável pelo anúncio.

#### **Seção VI - Do anúncio publicitário no mobiliário urbano**

**Art. 21.** A veiculação de anúncios publicitários no mobiliário urbano, definido no inciso XXI, do art. 3º, da presente Lei, deverá atender ao regulamento a ser editado por Decreto do Executivo.

#### **Seção VII - Dos anúncios especiais**

**Art. 22.** Para os efeitos desta Lei, os anúncios especiais são classificados em:

I - de finalidade institucional: quando destinado a informação aos cidadãos de atividades do poder público, campanhas públicas de âmbito federal e estadual, entidades representativas da sociedade civil, entidades beneficentes e similares, sem finalidade comercial;

II - de finalidade cultural: quando for integrante de programa cultural ou alusivo a data de valor histórico, não podendo sua veiculação ser superior a 30 (trinta) dias;

III - de finalidade educativa, informativa ou de orientação social, religiosa, de programas políticos ou ideológicos, em caso de plebiscitos ou referendos populares;

IV - de finalidade eleitoral: quando destinado à propaganda de partidos políticos ou de seus candidatos, na forma prevista na legislação federal eleitoral.

§ 1º Nos anúncios dos incisos II e III retro, o espaço reservado para o patrocinador será determinado pela Secretaria Municipal competente.

§ 2º Os anúncios referentes à propaganda eleitoral deverão ser retirados no prazo máximo de 15 (quinze) dias, a contar da data da realização das eleições ou plebiscitos.

§ 3º As demais disposições serão estabelecidas por Decreto do Executivo.

### **Seção VIII - Do anúncio imobiliário**

**Art. 23.** Considera-se anúncio de finalidade imobiliária àquele destinado à informação do público para aluguel ou venda de imóvel, devendo estar contido dentro do terreno ou, nos casos de edificação, na fachada da mesma ou fechamento do imóvel.

**Art. 24.** Serão admitidos até 2 (dois) anúncios de finalidade imobiliária, observadas as seguintes dimensões:

I - imóvel até 10m (dez metros) de testada: área total da propaganda de até 3m<sup>2</sup> (três metros quadrados);

II - acima de 10m (dez metros) e até 50m (cinquenta metros) de testada: área total da propaganda de até 6m<sup>2</sup> (seis metros quadrados);

III - acima de 50m (cinquenta metros) de testada: área total da propaganda de até 9m<sup>2</sup> (nove metros quadrados).

§ 1º Quando o anúncio imobiliário for composto apenas de letras, logomarcas ou símbolos grampeados ou pintados na edificação, a área total do anúncio será aquela resultante do somatório dos polígonos formados pelas linhas imediatamente externas que contornam cada elemento inserido na fachada.

§ 2º Não serão admitidos quadros superpostos.

§ 3º O anúncio não poderá avançar sobre imóvel confrontante, logradouro público ou calçada.

§ 4º Quando o anúncio imobiliário for em forma de outdoor, painel, front light ou back light ou similar deverá ser licenciado pelo setor responsável pela aprovação de projetos particulares da Prefeitura, ser de estrutura metálica e possuir seguro de acidentes contra terceiros, além de observar as demais disposições da presente Lei.

§ 5º Os recuos do engenho imobiliário, em relação às divisas do imóvel, deverão atender os recuos obrigatórios correspondentes às edificações, observado o mínimo de 2m (dois metros) em qualquer das divisas.

### **Seção IX - Do anúncio sonoro**

**Art. 25.** A utilização de equipamento que produza som deverá observar os limites máximo de pressão sonora constantes da Lei nº 2.527, de 3 de agosto de 2022 deste Município.

**Parágrafo único.** Os aparelhos de emissão sonora deverão estar direcionados para frente ou para a parte posterior dos veículos.

**Art. 26.** Os veículos destinados à veiculação de anúncios sonoros deverão estar sempre em movimento.

**Art. 27.** É proibido anúncio sonoro em imóvel, admitindo-se informação interna ao estabelecimento, desde que não ultrapasse os limites da Lei nº 2.527, de 3 de agosto de 2022.

**Art. 28.** É proibida a veiculação de mensagem sonora que atente contra os bons costumes.

## **CAPÍTULO V- DO PROCEDIMENTO ADMINISTRATIVO**

### **Seção I- Do licenciamento e do cadastro de anúncios**

**Art. 29.** Os anúncios somente poderão ser instalados, bem como os equipamentos de mensagem sonora, após a devida emissão da licença que implicará em seu cadastro imediato.

**Art. 30.** O licenciamento dos anúncios se darão na forma prevista na regulamentação da presente Lei, através de Decreto do Poder Executivo, não sendo necessária à sua renovação, desde que não haja alteração em suas características.

**Parágrafo único.** Qualquer alteração na característica, dimensão ou estrutura de sustentação do anúncio implicará na exigência de imediata solicitação de nova licença.

### **Seção II - Da revogação da licença do anúncio**

**Art. 31.** A licença do anúncio será automaticamente revogada nos seguintes casos:

- I - por solicitação do interessado, mediante requerimento;
- II - se forem alteradas as características do anúncio;
- III - quando ocorrer mudança de local de instalação de anúncio;
- IV - se forem modificadas as características do imóvel;
- V - quando ocorrer alteração no Cadastro Mobiliário - CM;

VI - por infringência a qualquer dispositivo desta Lei, caso não sejam sanadas as irregularidades dentro dos prazos previstos;

VII - pelo não atendimento de eventuais exigências dos órgãos competentes;

VIII - pela ocorrência da hipótese prevista no art. 28 desta Lei.

**Art. 32.** Os responsáveis pelo anúncio, nos termos dos arts. 33 e 34 desta Lei, deverão manter o número do processo da licença de anúncio e do cadastro de forma visível e legível do logradouro público, bem como o selo em perfeitas condições, nos casos de anúncio sonoro, sob pena de aplicação das sanções estabelecidas no Capítulo VI desta Lei e demais legislação aplicável.

**Parágrafo único.** Os responsáveis pelo anúncio deverão manter no imóvel onde está instalado, à disposição da fiscalização, toda a documentação comprobatória da regularidade e da inscrição no Cadastro Mobiliário - CM e dos pagamentos da Taxa de Licença para Publicidade - TP.

### **Seção III - Dos responsáveis pelo anúncio**

**Art. 33.** São responsáveis pelos anúncios as pessoas físicas ou jurídicas que confeccionam, instalam, distribuem ou anunciam.

**Parágrafo único.** Os responsáveis pelo anúncio responderão administrativa, civil e criminalmente pela veracidade das informações prestadas.

**Art. 34.** Para efeitos desta Lei, são solidariamente responsáveis pelo anúncio o proprietário e o possuidor do imóvel, bem como o proprietário do veículo, no qual o anúncio estiver instalado e o anunciante, nos casos de anúncios distribuídos aos transeuntes.

§ 1º A empresa instaladora é também solidariamente responsável pelos aspectos técnicos e de segurança de instalação do anúncio, bem como de sua remoção.

§ 2º Quanto à segurança e aos aspectos técnicos referentes à parte estrutural e elétrica, também são solidariamente responsáveis os respectivos profissionais.

§ 3º Quanto à segurança e aos aspectos técnicos referentes à manutenção, também é solidariamente responsável a empresa de manutenção.

### **Seção IV - Das instâncias administrativas e competências**

**Art. 35.** Compete ao setor responsável pelas Receitas Mobiliárias da Prefeitura:

I - supervisionar e articular a atuação dos anúncios;

II - expedir atos normativos e definir procedimentos administrativos para fiel execução desta Lei;

III - licenciar ou cadastrar os anúncios de sua competência, inclusive os que já foram protocolados em data anterior a da publicação desta Lei;

IV - licenciar ou cadastrar anúncio indicativo nos bens de valor cultural;

V - autorizar os anúncios especiais, exceto aqueles de competência do Departamento de Comunicação Social, da Secretaria da Casa Civil;

VI - fiscalizar o cumprimento desta Lei e punir os infratores e responsáveis, aplicando as penalidades cabíveis;

VII - gerenciar o cadastro dos anúncios da cidade, bem como a veiculação eletrônica no sítio da Prefeitura para o conhecimento e acompanhamento de todos os cidadãos.

**Art. 36.** Compete ao setor responsável pela Comunicação Social da Prefeitura:

I - expedir atos normativos quanto à classificação dos anúncios de finalidade cultural, atendido o disposto no art. 30, desta Lei;

II - autorizar os anúncios especiais de sua competência;

III - emitir parecer, no âmbito de suas atribuições, quanto ao enquadramento de situações não previstas na presente Lei.

**Art. 37.** Compete à Secretaria de Obras, setor responsável pelo Planejamento Urbano da Prefeitura, em consonância com as demais Secretarias, quanto aos elementos da paisagem:

I - propor normas e programas específicos para anúncios nos distintos setores da cidade;

II - disciplinar e normalizar os mobiliários urbanos;

III - expedir atos normativos quanto às características e parâmetros para anúncios em bens de valor cultural, conforme definido no inciso XX do art. 3º desta Lei;

IV - a criação de novos padrões mais restritivos de comunicação institucional, informativa ou indicativa;

V - elaborar parâmetros de dimensões, posicionamento, quantidade e interferência mais adequados à sinalização de trânsito, aos elementos construídos e à vegetação, considerando a capacidade de suporte da região;

VI - propor normas e diretrizes para implantação dos elementos componentes da paisagem urbana e rural para a veiculação da publicidade;

VII - propor mecanismos eficazes de fiscalização sobre as diversas intervenções na paisagem.

## **CAPÍTULO VI - DAS INFRAÇÕES E PENALIDADES**

### **Seção I- Das infrações**

**Art. 38.** Para os fins desta Lei, consideram-se infrações:

I - exibir anúncio:

- a) sem a necessária licença de anúncio ou autorização, quando for o caso;
- b) com dimensões diferentes das aprovadas;
- c) fora do prazo constante da licença ou da autorização do anúncio;
- d) sem constar de forma legível e visível do logradouro público, o número do processo da licença de anúncio e do registro.

II - manter o anúncio em mau estado de conservação;

III - manter veículo sem o devido selo ou em mau estado de conservação, nos casos de anúncio sonoro;

IV - não atender às intimações do órgão competente para a regularização ou a remoção do anúncio;

V - veicular qualquer tipo de anúncio em desacordo com o disposto nesta Lei e nas demais leis municipais, estaduais e federais pertinentes;

VI - praticar qualquer outra violação às normas previstas nesta Lei.

§ 1º Para todos os efeitos desta Lei, respondem solidariamente pela infração praticada, os responsáveis pelo anúncio, nos termos dos arts. 33 e 34 desta Lei.

§ 2º O órgão ou entidade de trânsito com circunscrição sobre a via poderá retirar ou determinar a imediata retirada de qualquer elemento que prejudique a visibilidade da sinalização viária e a segurança do trânsito, com ônus para quem o tenha colocado.

### **Seção II - Das penalidades**

**Art. 39.** A inobservância dos dispositivos desta Lei sujeitará os infratores, nos termos dos arts. 33 e 34 desta Lei, às seguintes penalidades:

I - multa;

II - revogação imediata da licença do anúncio publicitário, sonoro ou da autorização do anúncio especial;

III - apreensão do anúncio;

IV - remoção do anúncio.

**Art. 40.** A pessoa física ou jurídica que estiver inadimplente com a licença e a taxa de publicidade respectiva com a Prefeitura Municipal terá o anúncio removido.

**Art. 41.** Na aplicação da primeira multa, sem prejuízo das demais penalidades cabíveis, os responsáveis serão intimados a regularizar o anúncio ou a removê-lo, quando for o caso, observados os seguintes prazos:

I - de até 5 (cinco) dias;

II - imediatamente, no caso de anúncio que apresente risco iminente.

**Art. 42.** Na hipótese do infrator não proceder à regularização ou remoção do anúncio instalado irregularmente, a Prefeitura Municipal adotará as medidas para sua retirada, ainda que esteja instalado em imóvel particular, cobrando os respectivos custos de seus responsáveis, independentemente da aplicação das multas e demais sanções cabíveis.

**Parágrafo único.** A Prefeitura Municipal poderá, ainda, interditar e providenciar a remoção imediata do anúncio, ainda que esteja instalado em imóvel particular, em caso de risco iminente à segurança ou em caso de reincidência na prática da infração, cobrando os custos de seus responsáveis, não respondendo por quaisquer danos causados ao anúncio quando de sua remoção.

**Art. 43.** As multas serão aplicadas da seguinte forma:

I - primeira multa no valor de 150 UVRM (cento e cinquenta Unidades de Valores de Referência do Município) nos casos de anúncio irregular;

II - persistindo a infração após a aplicação da primeira multa, sem que sejam respeitados os prazos para regularização do anúncio, será aplicada multa correspondente ao dobro da primeira, reaplicada a cada 15 (quinze) dias a partir da lavratura da anterior, até a efetiva regularização ou, caso esta não ocorra, a Prefeitura Municipal realizará a remoção do anúncio, sem prejuízo do ressarcimento, pelos responsáveis, decorrente dos custos da retirada do anúncio irregular.

**Art. 44.** A apreensão consiste na tomada dos objetos que constituírem prova material de infração aos dispositivos estabelecidos nesta Lei.

**Parágrafo único.** Na apreensão lavrar-se-á auto de apreensão que conterá a descrição dos objetos apreendidos e a indicação do lugar onde ficarão depositados, independentemente das multas devidas.

**Art. 45.** Nos casos de apreensão ou remoção executada pela Prefeitura Municipal os objetos serão recolhidos aos seus depósitos.

**Parágrafo único.** Desde que não exista impedimento legal, a devolução dos objetos apreendidos só se fará após pagas as multas respectivas e as despesas da Prefeitura Municipal com a apreensão, remoção, transporte e guarda do material irregular.

**Art. 46.** No caso de não serem reclamados e retirados dentro de 30 (trinta) dias, os materiais e objetos apreendidos ou removidos serão encaminhados, conforme o caso, para reciclagem, para utilização dos órgãos da Prefeitura Municipal na execução de suas atividades institucionais, para leilão público ou encaminhados para o aterro sanitário.

**Art. 47.** Prescreve em 30 (trinta) dias o direito de retirar o saldo dos objetos vendidos em leilão, depois desse prazo ficará em depósito para ser distribuído, a critério da Prefeitura Municipal às instituições de assistência social do Município.

## **CAPÍTULO VII - DAS DISPOSIÇÕES FINAIS E TRANSITÓRIAS**

**Art. 48.** Todos os anúncios, inclusive suas estruturas de sustentação, já licenciados e instalados deverão se adequar ao disposto nesta Lei.

**Parágrafo único.** Em caso da não adequação de todos os anúncios nos prazos estabelecidos nesta Lei, serão impostas as penalidades previstas em seu Capítulo VI.

**Art. 49.** Novas tecnologias e meios de veiculação de anúncios, bem como projetos diferenciados não previstos nesta Lei, serão enquadrados e terão seus parâmetros estabelecidos pelos setores responsáveis pelo Planejamento Urbano, Trânsito e Transporte, Meio Ambiente, Comunicação Social e de Cultura e Turismo, conforme o caso.

**Art. 50.** O Poder Executivo promoverá as medidas necessárias para viabilizar a aplicação das normas previstas nesta Lei, em sistema computadorizado.

**Art. 51.** Os pedidos de licença de anúncios e de autorização de anúncios especiais pendentes de apreciação na data da entrada em vigor desta Lei deverão adequar-se às exigências e condições por ela instituídas.

**Art. 52.** Todas as secretarias deverão enviar ao setor responsável pela Comunicação Social da Prefeitura, no prazo de 3 (três) meses a partir da publicação desta Lei todas as licenças dos anúncios, com a respectiva data de emissão, número do cadastro, nome da empresa responsável e data de validade de cada anúncio, as quais deverão ser publicadas no Diário Oficial eletrônico do Município, no prazo de 60 (sessenta) dias do seu recebimento.

**Art. 53.** Caberá à Secretaria de Finanças e Gestão de Pessoas, responsável pela Receita Mobiliária, a veiculação pelo Diário Oficial eletrônico do Município, das publicações relativas às licenças por ela emitidas.

**Art. 54.** A presente Lei poderá ser regulamentada por Decreto do Poder Executivo, no que couber.

**Art. 55.** As despesas para a execução desta Lei estão consignadas em verbas próprias do orçamento: 01.015.003.04.131 0002 2.005 3.3.90.39.

**Art. 56.** Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

**Luiz Antonio Braz**  
Prefeito Municipal

Campo Limpo Paulista, 13 de novembro de 2023.

**MENSAGEM Nº 88**

**Processo Administrativo nº 8585/21**

Excelentíssimo Senhor Presidente,

Excelentíssimos Senhores Vereadores,

Proponente: Poder Executivo.

Tramitação:

Segue para elevada apreciação, análise e deliberação dessa Colenda Casa de Leis o incluso Projeto que disciplina e consolida a veiculação de anúncios publicitários, especiais, sonoros e imobiliários no Município e dá outras providências.

A propositura preenche uma lacuna no arcabouço legal vigente no Município, definindo os tipos de anúncios, as normas gerais para sua utilização, com a indicação das hipóteses permitidas e impedidas pela Lei, suas limitações, procedimentos administrativos e casos de infrações e penalidades.

O Projeto de Lei é de relevante interesse público, para o qual pedimos o acolhimento pelos Nobres Edis e sua tramitação em regime de urgência, consoante o Regimento Interno dessa Edilidade.

Sendo o que se apresenta para o momento, reiteramos protestos de elevada estima e distinta consideração.

Atenciosamente,

**Luiz Antonio Braz**

Prefeito Municipal

**De:** Heleni G. - PL-PR-DAF-CA

**Para:** PL-PR-DAF-CAJ-PJ - Procuradoria Jurídica - A/C Breno G.

**Data:** 14/11/2023 às 17:57:52

Para parecer jurídico.

—

**Heleni Eunice Geraldo**  
*chefia de administração*

**De:** Heleni G. - PL-PR-DAF-CA

**Para:** PL-PR-DAP - Diretoria de Assuntos Parlamentares

**Data:** 14/11/2023 às 17:58:12

Para pareceres das Comissões Permanentes.

—

**Heleni Eunice Geraldo**  
*chefia de administração*

**De:** Breno G. - PL-PR-DAF-CAJ-PJ

**Para:** PL - Plenário

**Data:** 17/11/2023 às 11:52:59

Ao Plenário,

Senhores Vereadores,

Segue o Parecer Jurídico n. 31/2023, assim ementado:

DIREITO CONSTITUCIONAL E ADMINISTRATIVO. PODER DE POLÍCIA. ORDENAÇÃO DO MUNICÍPIO. ANÚNCIOS.

Constitucionalidade do projeto quanto à competência legislativa, iniciativa e regularidade formal.

Quanto ao conteúdo, as orientações gerais foram traçadas nos parágrafos 18 a 35, 39 e 40, com destaque para a sobreposição com relação ao Código de Posturas Municipais e ao prazo para adequação e/ou *vacatio legis*.

Respeitosamente,

—

**Breno Hernandes Goncalves**  
Procurador Jurídico

**Anexos:**

Parecer\_Juridico\_31\_2023\_Projeto\_de\_lei\_anuncios.pdf

---

Assinado digitalmente (anexos) por:

Assinante	Data	Assinatura
Breno Hernandes Goncalves	17/11/2023 11:55:19	ICP-Brasil BRENO HERNANDES GONCALVES CPF 123.XXX.XXX-35

Para verificar as assinaturas, acesse <https://cmcampolimpopaulista.1doc.com.br/verificacao/> e informe o código: **7C1C-4D9B-8E31-BF36**



**Procuradoria Jurídica**

**Parecer nº 31/2023**

INTERESSADO: Plenário da Câmara Municipal  
PROCESSO: 551 (físico) e 1DOC - Matéria Legislativa Projeto de Lei Ordinária – 079/2023  
PROJETO DE LEI 3.119  
ASSUNTO: Disciplina a veiculação de anúncios publicitários, especiais, sonoros e imobiliários no Município de Campo Limpo Paulista e dá outras providências.

DIREITO CONSTITUCIONAL E ADMINISTRATIVO. PODER DE POLÍCIA. ORDENAÇÃO DO MUNICÍPIO. ANÚNCIOS.

**Constitucionalidade do projeto quanto à competência legislativa, iniciativa e regularidade formal.**

**Quanto ao conteúdo, as orientações gerais foram traçadas nos parágrafos 18 a 35, 39 e 40, com destaque para a sobreposição com relação ao Código de Posturas Municipais e ao prazo para adequação e/ou *vacatio legis*.**

Senhores Vereadores,

**I Relatório**

1. O Chefe do Executivo municipal inicia a tramitação do **Projeto de Lei Ordinária n. 3.119** que “*Disciplina a veiculação de anúncios publicitários, especiais, sonoros e imobiliários no Município de Campo Limpo Paulista e dá outras providências*”.
2. Instruem a proposição, no que interessa: (i) Projeto de Lei; (ii) Declaração do ordenador de despesa e (iii) Mensagem nº 88.
3. De acordo com a justificativa inclusa na mensagem a propositura preenche lacuna no arcabouço legal vigente no Município, definindo os tipos de anúncios, as normas gerais e outras informações relevantes.
4. Na Mensagem nº 88 o Prefeito Municipal indica que o projeto de lei é de relevante interesse público e solicita a tramitação do projeto em regime de urgência.
5. É o relato do essencial, passo a opinar.



## II Fundamentação

6. De proêmio, é importante destacar que o exame desta Procuradoria Jurídica cinge-se somente aos aspectos jurídicos, nos termos de sua atribuição legal, tendo por base os documentos juntados, razão pela qual não se incursiona em discussões de ordem técnica, bem como em questões que envolvam juízo de mérito sobre o tema, os quais são de responsabilidade dos setores competentes.

### a) Da adequação constitucional e legal do projeto

7. Ao Município compete editar normas para disciplina do uso da propriedade em harmonia com o planejamento urbano e com a proteção ambiental. Trata-se de típica atividade de polícia administrativa em que se articulam limitações ao gozo de direitos orientadas pela necessidade de garantir a supremacia do interesse público sobre o privado.

8. Trata-se do exercício de típica competência normativa local embasada também nos arts. 182, *caput*, § 2º, e 225, da Constituição Federal:

Art. 182. A política de desenvolvimento urbano, executada pelo Poder Público municipal, conforme diretrizes gerais fixadas em lei, tem por objetivo ordenar o pleno desenvolvimento das funções sociais da cidade e garantir o bem-estar de seus habitantes.

§ 2º A propriedade urbana cumpre sua função social quando atende às exigências fundamentais de ordenação da cidade expressas no plano diretor.

Art. 225. Todos têm direito ao meio ambiente ecologicamente equilibrado, bem de uso comum do povo e essencial à sadia qualidade de vida, impondo-se ao Poder Público e à coletividade o dever de defendê-lo e preservá-lo para as presentes e futuras gerações.

9. Nessa esteira, o projeto de lei visa controlar a poluição visual, matéria encartada na competência comum como se infere do art. 23, III, IV, VI e VII, da Carta Magna, e que, se não bastasse, encontraria arrimo na competência municipal para disposição sobre peculiar interesse local (art. 30, I) assim como para suplementação da legislação federal e estadual (art. 30, II) e promover o adequado ordenamento territorial (art. 30, VIII):

Art. 23. É competência comum da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios:



## *Câmara Municipal de Campo Limpo Paulista*

III - proteger os documentos, as obras e outros bens de valor histórico, artístico e cultural, os monumentos, as paisagens naturais notáveis e os sítios arqueológicos;

IV - impedir a evasão, a destruição e a descaracterização de obras de arte e de outros bens de valor histórico, artístico ou cultural; [...]

VI - proteger o meio ambiente e combater a poluição em qualquer de suas formas;

VII - preservar as florestas, a fauna e a flora;

Art. 30. Compete aos Municípios:

I - legislar sobre assuntos de interesse local;

II - suplementar a legislação federal e a estadual no que couber;

VIII - promover, no que couber, adequado ordenamento territorial, mediante planejamento e controle do uso, do parcelamento e da ocupação do solo urbano;

10. No aspecto legal, a Lei Orgânica do Município repete as diretrizes constitucionais, especialmente nos art. 8º, incisos X (promoção do adequado ordenamento territorial) e XII (elaborar e executar a política de desenvolvimento urbano, com o objetivo de ordenar as funções sociais das áreas habitadas do Município e garantir o bem-estar de seus habitantes), 9º (competência comum em matéria ambiental) e art. 10:

III - conceder licença ou autorização para abertura e funcionamento de estabelecimentos industriais, comerciais, prestadores de serviços e similares; [...]

V - fazer cessar, no exercício do poder de polícia administrativa, as atividades que violem as normas de saúde, higiene, segurança, funcionalidade, estética, moralidade e outras de interesse da coletividade;

11. Escorado nessas mesmas razões não se vislumbra cerceio indevido à liberdade de trabalho, ofício ou profissão, nem mesmo à liberdade de iniciativa econômica (arts. 1º, IV, 5º, XIII, 170, parágrafo único, Constituição), pois, **em nenhum momento o projeto de lei impede o exercício da atividade, mas tão somente restringe sua prática nos lugares que determina.** O projeto objetiva apenas disciplinar os espaços públicos para a veiculação de anúncios, no âmbito de seu predomínio e peculiar interesse e, aliás, é tarefa municipal a ordenação urbanística.



## *Câmara Municipal de Campo Limpo Paulista*

12. O exercício de atividade privada está sujeito ao consentimento do poder público nos termos da lei (art. 170, parágrafo único, Constituição), não havendo se cogitar de violação à liberdade de ofício, trabalho, profissão, expressão ou de manifestação do pensamento em mídia comercial.
13. O exercício da atividade econômica, por exemplo, encontra pedra de toque na liberdade (art. 170 da CF), porém, ele é condicionado à observância da função social da propriedade e à proteção ambiental (art. 170, III e VI, Constituição).
14. Sobre o tema, José Afonso da Silva observa que *“a boa aparência das cidades surte efeitos psicológicos importantes sobre a população, equilibrando, pela visão agradável e sugestiva de conjuntos e elementos harmônicos, a carga neurótica que a vida cotidiana despeja sobre as pessoas que nela hão de viver, conviver e sobreviver”* (Direito urbanístico brasileiro. São Paulo: Malheiros, 1995, p. 273), e, por essa razão, **compete ao Município a disciplina do uso do solo, do subsolo, do espaço aéreo, e da propriedade privada, na conformidade do planejamento urbano, nos termos do art. 30 e do art. 182 da Constituição Federal.**
15. Assim, não há qualquer inconstitucionalidade formal orgânica por invasão de competência legislativa.
16. Ato contínuo, a iniciativa para deflagrar o Processo Legislativo foi observada, não havendo vício formal subjetivo na presente propositura, na medida em que normas que versam sobre o exercício do poder de polícia são de iniciativa concorrente. Do mesmo modo, não há vício quanto ao instrumento jurídico utilizado (Lei Ordinária)<sup>1</sup>, pois a matéria não está

<sup>1</sup> Sobre a necessidade de lei complementar, o Supremo Tribunal Federal tem decisões divergentes sobre a possibilidade de norma infraconstitucional estabelecer reserva de lei complementar fora das hipóteses disciplinadas na Constituição Federal. Na verdade, decisões mais recentes apontam pela impossibilidade, conforme o seguinte excerto:

4. **A ampliação da reserva de lei complementar, para além daquelas hipóteses demandadas no texto constitucional, portanto, restringe indevidamente o arranjo democrático-representativo desenhado pela Constituição Federal**, ao permitir que Legislador estadual crie, por meio do exercício do seu poder constituinte decorrente, óbices procedimentais – como é o quórum qualificado – para a discussão de matérias estranhas ao seu interesse ou cujo processo legislativo, pelo seu objeto, deva ser mais célere ou responsivo aos ânimos populares.

5. *In casu*, são inconstitucionais os dispositivos ora impugnados, que demandam edição de lei complementar para o tratamento (i) do regime jurídico único dos servidores estaduais e diretrizes para a elaboração de planos de carreira; (ii) da organização da Polícia Militar e do Corpo de Bombeiros Militar e do regime jurídico de seus servidores; (iii) da organização do sistema estadual de educação; e (iv) do plebiscito e do referendo – matérias para as quais a Constituição Federal não demandou tal espécie normativa. Precedente: ADI 2872, Relator Min. EROS GRAU, Redator p/ Acórdão Min. RICARDO LEWANDOWSKI, Tribunal Pleno, julgado em 1º/8/2011, Dje 5/9/2011.



adstrita à reserva de lei complementar (art. 43 da Lei Orgânica), o que afasta eventuais vícios formais propriamente ditos na tramitação do projeto.

17. O Prefeito apresenta Declaração de Adequação Orçamentária e Financeira (art. 16, II, da LC n. 101/2000), ocasião em que firma que o projeto não acarreta a geração de despesa de caráter continuado.

#### **b) Considerações sobre o conteúdo do projeto de lei**

18. Quanto ao Projeto de Lei Ordinária n. 3119, o art. 1º lista as modalidades de anúncio que serão objeto de tratamento pelo ato normativo, quais sejam os publicitários, especiais, imobiliários e sonoros. **Já o art. 3º, inciso I, apresenta um rol com as definições de anúncio e inclui o anúncio indicativo** (“*visa apenas identificar, no próprio local da atividade, os estabelecimentos e/ou profissionais que dele fazem uso*”), o qual, no entanto, não é objeto de tratamento pelo projeto de lei. **Assim, a inclusão da definição causa estranheza, na medida em que o projeto não dedica nenhum artigo ao anúncio indicativo.**

19. Alguns Municípios, como São Paulo e Piracicaba<sup>2</sup>, possuem leis semelhantes, quase idênticas ao projeto de lei em análise, mas dedicam algumas linhas aos anúncios indicativos.

20. **O Capítulo III do projeto apresenta as normas gerais.** Nada obstante, os artigos 5º, *caput*, 6º, *caput*, 7º, *caput* e 8º, *caput*, **limitam o regramento aos anúncios publicitários, alijando os demais tipos de anúncio (especial, sonoro, etc).** Há uma contradição, aproximando o capítulo das normas especiais, pois as normas gerais, a princípio, deveriam disciplinar aspectos referentes ao conjunto da lei, não apenas aos anúncios publicitários.

---

6. Ação direta CONHECIDA e julgado PROCEDENTE o pedido, para declarar inconstitucional o artigo 57, parágrafo único, IV, V, VII e VIII, da Constituição do Estado de Santa Catarina. (ADI 5003, Relator(a): Min. LUIZ FUX, Tribunal Pleno, julgado em 05/12/2019, PROCESSO ELETRÔNICO DJe-284 DIVULG 18-12-2019 PUBLIC 19-12-2019).

Em que pese a recente decisão do Supremo Tribunal Federal sobre a matéria, deve-se ressaltar que o dispositivo da Lei Orgânica continua vigente e presume-se constitucional, indo ao encontro da autonomia municipal, notadamente dos atributos da auto-organização e autolegislação.

<sup>2</sup> Leis nº 14.223/2006 e 6.468/2009, respectivamente.



## *Câmara Municipal de Campo Limpo Paulista*

21. As demais espécies de anúncio não necessitam observar as disposições dos artigos 5º a 8º, inclusive as proibições previstas no art. 7º?
22. O art. 7º, inciso IX, proíbe a veiculação de anúncio (publicitário) no mobiliário urbano. No entanto, o art. 2º, inciso VII, define anúncio como qualquer difusão de mensagem instalado em mobiliário urbano, ao passo que o art. 21 disciplina o anúncio publicitário em tais bens.
23. Os artigos 9º a 28 apresentam as normas especiais referentes às modalidades de anúncio. Alguns aspectos técnicos podem ser objeto de consulta diretamente às Secretarias Municipais competentes.
24. No Capítulo V, a Seção II – Da revogação da licença do anúncio e o art. 31 mencionam a possibilidade de revogação da licença em algumas situações.
25. A revogação, enquanto ato administrativo de desfazimento, retirada ou extinção de outro ato administrativo ocorre em situações em que há espaço para análise do mérito administrativo, ou seja, análise da conveniência e oportunidade na manutenção de ato legal.
26. Dentre as outras espécies de retirada do ato administrativo é possível mencionar a anulação (vício de ilegalidade na origem), cassação (ilegalidade superveniente, ou seja, descumprimento dos ditames legais após a emissão do ato), contraposição (ato posterior com efeitos opostos), caducidade (leis posterior torna o ato ilegal).
27. No entanto, o art. 31 menciona algumas situações em que haverá a extinção da licença por motivos alheios à supressão de ato legal que se tornou inoportuno e inconveniente (revogação).
28. Assim, tecnicamente mais correto que a Seção II seja renomeada para “Da extinção da licença do anúncio”, com substituição, no art. 31, *caput*, da palavra “revogada” por “extinta”.
29. Da mesma forma, no art. 39, II, recomenda-se a substituição de “revogação” por “extinção”, pois a revogação não possui caráter punitivo.
30. Os artigos 45 a 47 disciplinam as consequências advindas da apreensão de bens. No entanto, os artigos 16 a 17 do Código de Posturas Municipais, Lei nº 702/1980, já disciplinam o instituto, inclusive com respeito ao devido processo legal, na medida em que há previsão de prévia notificação do interessado.
31. Aparentemente na contramão da segurança jurídica o art. 48 não disciplina prazo para adequação dos anúncios já licenciados e instalados, embora o parágrafo único



## *Câmara Municipal de Campo Limpo Paulista*

trate da imposição de penalidade quando inobservados os prazos estabelecidos no projeto de lei.

32. Frise-se, não foram encontrados no projeto de lei quaisquer prazos para adequação, tornando o art. 48, parágrafo único, inócuo.

33. **Assim, parece ser absolutamente proporcional e razoável a indicação de prazo para que os interessados se adequem ao novo regramento legal, como ocorrerá no Município de São Paulo por meio da Lei n. 14.223/2006:**

Art. 45. Todos os anúncios especiais autorizados e indicativos já licenciados deverão se adequar ao disposto nesta lei até 31 de dezembro de 2006.

§ 1º. O prazo previsto no "caput" deste artigo poderá ser prorrogado por mais 90 (noventa) dias, caso os responsáveis pelo anúncio justifiquem a impossibilidade de seu atendimento, mediante requerimento ao órgão competente do Executivo.

§ 2º. Em caso de não-atendimento aos prazos previstos neste artigo, serão impostas as penalidades previstas nos arts. 40 a 43 desta lei.

34. **Outra saída legítima é a estipulação do prazo de *vacatio legis*, na medida em que o art. 56 do projeto indica que a lei entrará em vigor na data de sua publicação.**

35. Com efeito, o art. 8º da LC n. 95/1998 apresenta diretriz no sentido de ser reservada a cláusula "entra em vigor na data de sua publicação" para as leis de pequena repercussão:

Art. 8º A vigência da lei será indicada de forma expressa e de modo a contemplar prazo razoável para que dela se tenha amplo conhecimento, reservada a cláusula "entra em vigor na data de sua publicação" para as leis de pequena repercussão.

§ 1º A contagem do prazo para entrada em vigor das leis que estabeleçam período de vacância far-se-á com a inclusão da data da publicação e do último dia do prazo, entrando em vigor no dia subsequente à sua consumação integral.

§ 2º As leis que estabeleçam período de vacância deverão utilizar a cláusula 'esta lei entra em vigor após decorridos (o número de) dias de sua publicação oficial.



## *Câmara Municipal de Campo Limpo Paulista*

### **c) Outras considerações: urgência, Código de Posturas Municipais, audiência pública e técnica legislativa**

**36.** Com relação ao pleito de urgência, os Srs. Vereadores poderão respeitar o prazo de 45 dias estabelecido na Lei Orgânica (art. 40) e repetido no Regimento Interno desta Edilidade (art. 137).

**37.** Sobre o tema, tanto o art. 40, §2º, da Lei Orgânica e o art. 137, *caput*, do Regimento Interno indicam que urgente é “o projeto cujo objeto, relevante e justificado, perder a finalidade se não apreciado no prazo de tramitação”, **ou seja, nos casos em que o projeto perde a sua finalidade e seus objetivos, tornando-se inútil se não for aprovado de forma célere, sem prejuízo da sua relevância e apresentação de justificativas.**

**38.** A utilização exacerbada e injustificada de tal expediente pode ensejar, salvo melhor juízo, vício de inconstitucionalidade por deliberação insuficiente.

**39.** Com relação ao Código de Posturas Municipais, Lei n. 702/1980, a **SEÇÃO 8º - Dos Anúncios e Cartazes**, trata especificamente sobre:

a afixação de anúncios, cartazes e quaisquer outros meios de publicidade e propaganda, referentes a estabelecimentos comerciais, industriais ou profissionais, escritórios ou gabinetes, casas de diversões ou qualquer outro tipo de estabelecimento, depende de licença da Prefeitura, mediante requerimento dos interessados. (art. 215)

**40.** Haverá, assim, sobreposição normativa a partir da aprovação do Projeto de Lei n. 3119. **No entanto, não consta cláusula de revogação expressa no projeto em voga, tampouco é possível afirmar que foi realizada análise a respeito de eventual revogação tácita (por incompatibilidade ou por regular inteiramente a matéria<sup>3</sup>).**

**41.** Outro ponto que pode ser objeto de consideração pelos nobres Edis é a realização de audiência pública para debater as alterações no tratamento dos anúncios em âmbito municipal, na medida em que o projeto assegura o exercício do poder de polícia para limitar, em atendimento ao interesse público, o exercício da propriedade privada, na conformidade do planejamento urbano, nos termos dos arts. 182 (política de desenvolvimento urbano) e 225 (direito ao meio ambiente ecologicamente equilibrado) da Constituição Federal.

<sup>3</sup> LINDB:

Art. 2º [...]

§ 1º A lei posterior revoga a anterior quando expressamente o declare, quando seja com ela incompatível ou quando regule inteiramente a matéria de que tratava a lei anterior.



## *Câmara Municipal de Campo Limpo Paulista*

42. Sobre o tema, o art. 43 do Estatuto da Cidade apresenta a audiência pública como instrumento que densifica a legitimidade popular:

Art. 43. Para garantir a gestão democrática da cidade, deverão ser utilizados, entre outros, os seguintes instrumentos:

II – debates, audiências e consultas públicas;

43. No que tange à técnica legislativa, a propositura está de acordo com as disposições da Lei Complementar n. 95/1998, ressalvado o exposto neste parecer.

44. A tramitação deve observar o disposto no Regimento Interno da Câmara e contar com os pareceres favoráveis das Comissões de Justiça e Redação; Finanças, Contas e Orçamento; Obras e Serviços Públicos e Educação, Cultura, Esportes e Meio Ambiente.

45. A apreciação do mérito cabe ao Plenário e eventual aprovação da matéria submetida à apreciação do Legislativo dependerá de voto favorável da **maioria simples** dos Vereadores.

### III Conclusões

46. Ante o exposto, respeitada a natureza opinativa do parecer e a exiguidade de prazo para análise do projeto antes de sua apresentação para conhecimento ao Plenário, **opino pela constitucionalidade do projeto quanto à competência legislativa, iniciativa e regularidade formal.**

47. **Quanto ao conteúdo, as orientações gerais foram traçadas nos parágrafos 18 a 35, 39 e 40**, com destaque para a sobreposição com relação ao Código de Posturas Municipais e ao prazo para adequação e/ou *vacatio legis*, sem prejuízo de nova análise jurídica durante o trâmite do processo legislativo, restando aos Nobres Edis analisar em definitivo o mérito da questão, que dependerá de voto favorável da **maioria simples** dos Vereadores.

34. Outrossim, informo que a tramitação deve observar o disposto no Regimento Interno da Câmara e contar com os pareceres favoráveis das Comissões de Justiça e Redação; Finanças, Contas e Orçamento; Obras e Serviços Públicos; Educação, Cultura, Esportes e Meio Ambiente.

É o Parecer, a consideração superior.



# *Câmara Municipal de Campo Limpo Paulista*

Campo Limpo Paulista, 17 de novembro de 2023.

**Breno Hernandes Gonçalves**  
**Procurador Jurídico**  
**OAB/SP nº 424.911**

Assinado por 1 pessoa: BRENO HERNANDES GONCALVES  
Para verificar a validade das assinaturas, acesse <https://cmcampolimpo.sp.gov.br/verificacao/7C1C-4D9B-8E31-BF36> e informe o código 7C1C-4D9B-8E31-BF36



## VERIFICAÇÃO DAS ASSINATURAS



Código para verificação: 7C1C-4D9B-8E31-BF36

Este documento foi assinado digitalmente pelos seguintes signatários nas datas indicadas:

- ✓ BRENO HERNANDES GONCALVES (CPF 123.XXX.XXX-35) em 17/11/2023 11:53:45 (GMT-03:00)  
Papel: Assinante  
Emitido por: AC OAB G3 << AC Certisign G7 << Autoridade Certificadora Raiz Brasileira v5 (Assinatura ICP-Brasil)

Para verificar a validade das assinaturas, acesse a Central de Verificação por meio do link:

<https://cmcampolimpopaulista.1doc.com.br/verificacao/7C1C-4D9B-8E31-BF36>

**De:** Heleni G. - PL-PR-DAF-CA

**Para:** PL - Plenário

**Data:** 20/02/2024 às 14:33:05

EMENDA APRESENTADA AO PROJETO DE LEI 3.119 SEGUE PARA CONHECIMENTO.

—

**Heleni Eunice Geraldo**  
*chefia de administração*

**Anexos:**

emenda\_ple03119.pdf

## **EMENDA Nº 01**

Do(a) Poder Legislativo  
Ao PROJETO DE LEI Nº 3119, do Executivo  
Assunto Disciplina a veiculação de anúncios publicitários, especiais, sonoros e imobiliários no município de Campo Limpo Paulista e dá outras providências.

Art. 1º. Acrescenta o inciso XIV ao artigo 4º do Projeto de Lei nº 3.119 com a seguinte redação:

*“Art. 4º ( . . . ).*

*( . . . )*

*XIV- anúncios indicativos em galerias, prédios comerciais e congêneres, que visem apenas identificar, no próprio local da atividade, os estabelecimentos e/ou profissionais que dele fazem uso.”*

### **JUSTIFICATIVA**

Senhor Presidente, Senhores Vereadores:

Estamos apresentando a presente Emenda buscando adequar a lei em sua finalidade, buscando fazer desconsiderar os anúncios meramente indicativos da aplicação da lei, posto que seu texto não traz qualquer disciplina a respeito.

Sala das Sessões, 20 de Fevereiro de 2024.

**VEREADOR FERNANDO DO TRANSPORTE ESCOLAR**

**De:** Heleni G. - PL-PR-DAF-CA

**Para:** PL - Plenário

**Data:** 23/02/2024 às 17:52:40

20/02 - Emenda aprovada com o parecer escrito e fav. da CJR;

20/02 - Projeto rejeitado com doze votos; pareceres escritos e favoráveis das CJR/CFCO/COSP/CECEMA.

—

**Heleni Eunice Geraldo**  
*chefia de administração*