

PARECER Nº 1179/2010 DA COMISSÃO DE CONSTITUIÇÃO, JUSTIÇA E LEGISLAÇÃO PARTICIPATIVA SOBRE O PROJETO DE LEI Nº 0333/07.

Trata-se de projeto de lei, de iniciativa do nobre Vereador Francisco Chagas, que altera dispositivos da Lei nº 14.223, de 26 de setembro de 2006, que dispõe sobre a ordenação dos elementos que compõem a paisagem urbana do Município de São Paulo, e cria novas disposições sobre a matéria.

A proposta traz em seus arts. 3º, 4º e 5º algumas inovações em relação à Lei nº 14.223, de 26 de setembro de 2006, permitindo a instalação de anúncios publicitários em veículos, para a identificação da empresa possuidora direta do veículo através de seu nome fantasia ou razão social e de sua logomarca; a veiculação publicitária em táxis, bem como a distribuição de materiais promocionais manualmente em espaços públicos predeterminados, nas condições que especifica.

Nos arts. 1º e 2º, altera artigos da nº 14.223, de 26 de setembro de 2006, e fixa a área total de anúncio indicativo perpendicular; permite a inserção de banners e pôsteres indicativos de eventos em cinemas e casas de espetáculos; possibilita o avanço sobre o passeio de anúncios indicativos perpendiculares em 30 centímetros, 15 centímetros a mais do que os demais anúncios indicativos; exclui a exigência de que as edificações existentes no alinhamento sejam regulares e dotadas de licença de funcionamento para poderem avançar sobre o passeio e passa a exigir que tais edificações cumpram os requisitos do art. 15 (cumpram a lei de uso e ocupação do solo e possuam licença de funcionamento ou pedido de regularização em tramitação ou pedido de licença de funcionamento em tramitação); na hipótese de imóvel com mais de uma atividade permite um anúncio indicativo por estabelecimento, sem que tenha que haver subdivisão da área de um único anúncio indicativo; passa a permitir a colocação de banners, faixas ou qualquer outro elemento dentro do lote visando chamar a atenção para ofertas, produtos ou informações; determina sejam os infratores, antes da aplicação da primeira multa, intimados a regularizar o anúncio ou removê-lo; e altera o prazo para remoção do anúncio de 5 para 30 dias. Sob o ponto de vista legal nada obsta a presente proposta, eis que incumbe ao Município normatizar a exploração publicitária nas vias e logradouros públicos.

Com efeito, no exercício do poder de polícia administrativa, compete ao Poder Público Municipal disciplinar a afixação de cartazes, anúncios e demais instrumentos de publicidade.

Como ensina Hely Lopes Meirelles, "a publicidade urbana, abrangendo os anúncios de qualquer espécie e forma expostos ao público, deve ficar sujeita à regulamentação e polícia administrativa do Município, por ser assunto de seu interesse local e conter sempre a possibilidade de causar danos ao patrimônio público e à estética da cidade." (in "Direito Administrativo Brasileiro", Malheiros Editores, 6ª ed., pág. 364).

Salientamos que o conteúdo da mensagem publicitária veiculada de fato refoge à alçada municipal, eis que o art. 22, inciso XXIX, da Carta Magna reserva privativamente à União a competência legislativa na área de propaganda comercial. No entanto, pode o Município disciplinar o tamanho, forma e localização dos anúncios na paisagem urbana.

De outro lado, a iniciativa legislativa na matéria é concorrente aos Poderes Executivo e Legislativo, nada impedindo que o Vereador disponha sobre o assunto.

O projeto encontra amparo nos artigos 13, inciso I e 37, "caput", da Lei Orgânica do Município.

Por se tratar de matéria sujeita ao quórum de maioria simples para deliberação, é dispensada a votação em Plenário, cabendo tal prerrogativa às Comissões Permanentes, na forma do art. 46, X, do Regimento Interno desta Casa.

PELA LEGALIDADE.

Contudo, o art. 6º trata de remissão e restituição do Imposto Predial e Territorial Urbano – IPTU para o imóvel ocupado por empresa que tenha que alterar seu anúncio indicativo para atender às disposições da Lei nº 14.223, de 26 de setembro de 2006, versando, portanto, sobre matéria tributária, sobre a qual compete ao Município legislar, nos termos do art. 30, I e III, da Constituição Federal, que dispõe caber à comuna legislar sobre assuntos de interesse local e instituir e arrecadar os tributos de sua competência.

Neste aspecto, a propositura está em descompasso com o que determina o art. 14, da Lei Complementar Federal nº 101/00, Lei de Responsabilidade Fiscal, in verbis:

“Art. 14 – A concessão ou ampliação de incentivo ou benefício de natureza tributária da qual decorra renúncia de receita deverá estar acompanhada de estimativa do impacto orçamentário – financeiro no exercício em que deva iniciar sua vigência e nos dois seguintes, atender ao disposto na lei de diretrizes orçamentárias e a pelo menos uma das seguintes condições:

I – demonstração pelo proponente de que a renúncia foi considerada na estimativa de receita da lei orçamentária, na forma do art. 12, e de que não afetará as metas de resultados fiscais previstas no anexo próprio da lei de diretrizes orçamentárias;

II – estar acompanhada de medidas de compensação, no período mencionado no caput, por meio do aumento de receita, proveniente da elevação de alíquotas, ampliação da base de cálculo, majoração ou criação de tributo ou contribuição.

§ 1º – A renúncia compreende anistia, remissão, subsídio, crédito presumido, concessão de isenção em caráter não geral, alteração de alíquota ou modificação de base de cálculo que implique redução discriminada de tributos ou condições, e outros benefícios que correspondam a tratamento diferenciado”.

Por essas razões, o art. 6º deve ser excluído do projeto.

O art. 7º, o qual cria os Planos Diretores Regionais de Paisagem Urbana, que têm por objeto regulamentar integralmente a matéria tratada na Lei nº 14.223, de 26 de setembro de 2006, também não se coaduna com o ordenamento vigente, devendo ser excluído do projeto, eis que obriga o Poder Executivo a legislar, encaminhando à Câmara os referidos Planos, em matéria que não lhe é sequer de iniciativa reservada e impõe exclusivamente a este Poder restrições quanto à apresentação da proposta, exigindo a realização de audiências públicas no âmbito do Executivo e a elaboração de projeto de forma regionalizada, por Subprefeitura, até 31 de dezembro de 2007, prazo aliás já expirado, incidindo em inconstitucionalidade por limitar o Poder Executivo no exercício de sua competência legislativa.

Ressalta-se, sob outro aspecto, que o prazo contido no art. 21, § único, para o envio pelo Poder Executivo a esta Câmara Municipal de projeto de lei específica para tratamento da veiculação de anúncios publicitários no mobiliário urbano não merece prevalecer, primeiro porque o prazo nela contido se encontra expirado, qual seja, 1º de agosto de 2007, e também porque a determinação de prazo para que outro Poder exerça função que lhe incumbe precipuamente não pode ser admitida sem afronta ao princípio constitucional da independência e harmonia entre os Poderes.

No que tange à alteração da competência da Comissão de Proteção à Paisagem Urbana – CPPU, constante da alteração proposta ao art. 35 da lei em questão, sugere-se, igualmente, a supressão do dispositivo, porquanto ao Chefe do Poder Executivo compete dispor privativamente sobre a criação, estruturação e atribuições dos órgãos e serviços da Administração Pública Municipal, consoante o disposto nos artigos 37, § 2º, inciso IV, 69, inciso XVI, e 70, inciso XIV, todos da Lei Orgânica do Município.

Por fim, a alteração proposta ao art. 45 da Lei nº 14.223, de 2006, também deverá ser excluída porquanto estabelece prazo também já expirado (30 de abril de 2008) para adequação dos anúncios especiais e indicativos aos preceitos da Lei Cidade Limpa, despida, pois, de eficácia normativa.

Ante o exposto, a fim de adequar a proposta à melhor técnica de elaboração legislativa, bem como às considerações supra, sugerimos o substitutivo a seguir:

SUBSTITUTIVO Nº. DA COMISSÃO DE CONSTITUIÇÃO, JUSTIÇA E LEGISLAÇÃO PARTICIPATIVA AO PROJETO DE LEI Nº 0333/07.

Altera dispositivos da Lei n.º 14.223, de 26 de setembro de 2006, que dispõe sobre a ordenação dos elementos que compõem a paisagem urbana do Município de São Paulo, e dá outras providências.

A Câmara Municipal de São Paulo D E C R E T A:

Art. 1º O § 1º do artigo 13 da Lei n.º 14.223 de 26 de setembro de 2006, passa a vigorar acrescido do inciso V, com a seguinte redação:

“Art. 13.....

§1º.....

V – quando o anúncio indicativo for perpendicular, a área total do anúncio não deverá ultrapassar 0,09m² (nove decímetros quadrados).

.....” (NR)

Art. 2º O inciso XI do artigo 7º; o “caput” e os §§ 5º, 6º e 10 do artigo 13; os artigos 15, 41 e 42, todos da Lei n.º 14.223, de 26 de setembro de 2006, passam a vigorar com a seguinte redação:

“Art. 7º.....

XI – os banners ou pôsteres indicativos dos eventos culturais que serão exibidos na própria edificação, para museu, teatro, cinema ou casa de espetáculos, desde que não ultrapassem 10% (dez por cento) da área total de todas as fachadas;

.....” (NR)

“Art. 13. Ressalvado o disposto no artigo 16 desta lei e no parágrafo 10 deste artigo, será permitido somente um único anúncio indicativo por imóvel público ou privado, que deverá conter todas as informações necessárias ao público.

§ 5º Nas edificações existentes no alinhamento, desde que atendidas as condições estabelecidas pelo artigo 15, o anúncio indicativo poderá avançar até 0,15m (quinze centímetros) sobre o passeio, e 0,30m (trinta centímetros) em se tratando de anúncio perpendicular.

§ 6º Os anúncios deverão ter sua projeção ortogonal totalmente contida dentro dos limites externos da fachada onde se encontram e não prejudicar a área de exposição de outro anúncio, observado o disposto no parágrafo anterior.

§ 10. Na hipótese do imóvel, público ou privado, abrigar mais de uma atividade, será permitido um anúncio indicativo por estabelecimento.

.....” (NR)

“Art. 15. Nos imóveis edificados, públicos ou privados, somente serão permitidos anúncios indicativos das atividades nele exercidas e que estejam em conformidade com as disposições estabelecidas na lei de uso e ocupação do solo em vigor e possuam as devidas licenças de funcionamento.

§ 1º Serão permitidos anúncios indicativos das atividades exercidas nos imóveis descritos no caput deste artigo que estejam com pedido de regularização em tramitação nos termos da Lei n.º 11.522, de 3 de maio de 1994 e da Lei n.º 13.558, de 14 de abril de 2003, alterada pela Lei n.º 13.876, de 23 de julho de 2004.

§ 2º Serão permitidos também anúncios indicativos nos estabelecimentos que possuam pedido de licença de funcionamento em tramitação.

§ 3º O anúncio indicativo efetuado nos termos dos parágrafos anteriores terá sua licença revogada caso haja o indeferimento do processo de regularização ou negativa de licenciamento do estabelecimento.

§ 4º Não será permitida, nos imóveis edificados, públicos ou privados, a colocação de banners, faixas ou qualquer outro elemento fora do lote, visando chamar a

atenção da população para ofertas, produtos ou informações que não aquelas estabelecidas nesta lei.

§ 5º A colocação de banners, faixas ou qualquer outro elemento dentro do lote visando chamar a atenção da população para ofertas, produtos ou informações, será sempre permitida. "(NR)

"Art. 41. Antes da aplicação da primeira multa, os responsáveis serão intimados a regularizar o anúncio ou a removê-lo, quando for o caso, observados os seguintes prazos:

I – 30 (trinta) dias, no caso de anúncio indicativo ou especial;

II – 24 (vinte e quatro) horas, no caso de anúncio que apresente risco iminente. "(NR)

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

Parágrafo único. O Poder Público Municipal poderá ainda interditar e providenciar a remoção imediata do anúncio, ainda que esteja instalado em imóvel privado, em caso de risco iminente de segurança ou da reincidência na prática de infração, cobrando os custos de seus responsáveis, não respondendo por quaisquer danos causados ao anúncio quando de sua remoção." (NR)

Art. 3º Ficam acrescidos os §§ 1º e 2º e alterado o inciso XII do artigo 9º, da Lei nº 14.223, de 26 de setembro de 2006, que passam a vigorar com a seguinte redação:

"Art. 9º É proibida a instalação de anúncios em:

.....
XII – nos veículos automotores, motocicletas, bicicletas e similares e nos 'trailers' ou carretas engatados ou desengatados de veículos automotores, excetuados aqueles utilizados para transporte de carga e observadas as normas do artigo 9º A desta Lei.

§ 1º O disposto no inciso XII deste artigo não obsta a identificação da empresa possuidora direta do veículo através de seu nome fantasia ou razão social e de sua logomarca.

§ 2º O anúncio de que trata o § 1º deste artigo será de dimensão apenas suficiente a garantir a correta identificação do veículo por terceiros, observados os parâmetros estabelecidos em regulamentação." (NR)

Art. 4º Fica incluído o art. 9º A na Lei nº 14. 223, de 26 de setembro de 2006, que passa a vigorar com a seguinte redação:

"Art. 9º A. Nos veículos de transporte de passageiros é permitida a instalação de anúncios publicitários, os quais não poderão, em hipótese nenhuma, causar impacto visual à paisagem urbana, criar equívoco visual que confunda o usuário quanto a prefixo de linha ou qualquer outro elemento identificador que sirva de referência aos que não sabem ler ou possuam limitações visuais.

§ 1º Nos veículos integrantes do subsistema estrutural e do subsistema local de transporte de passageiros só poderão ser veiculados anúncios na forma prevista em regulamento.

§ 2º Nos táxis:

I – poderão ser veiculados anúncios instalados nas laterais, respeitando-se as normas de identificação do motorista, frota ou cooperativa, sem qualquer interferência nas características do veículo;

II – será permitida a publicidade no vidro traseiro, com a aplicação de película adesiva semi-transparente;

III – será permitida a instalação sobre a capota de pequenos back-lights, providos ou não de luminosidade, com altura máxima de 0,40 m (quarenta centímetros) no seu sentido longitudinal, com angulação de até 45 (quarenta e cinco) graus, não ultrapassando as extremidades do veículo, com as mensagens publicitárias voltadas para as laterais, não podendo interferir na identificação do dispositivo TÁXI.

§ 3º Os procedimentos a serem adotados para a regularização de publicidade em veículos serão objeto de decreto regulamentador.” (NR)

Art. 5º Fica incluído o art. 9º B na Lei nº 14. 223, de 26 de setembro de 2006, que passa a vigorar com a seguinte redação:

“Art. 9º B. É permitida a distribuição de materiais promocionais aos sábados, domingos e feriados, entre 09h30min e 17h30min.

Parágrafo único. Considera-se material promocional o folheto, panfleto ou qualquer outra forma de anúncio impresso em material de qualquer natureza, de dimensão variada, onde são veiculadas mensagens publicitárias, distribuído manualmente em espaços predeterminados.” (NR)

Art. 6º O Poder Executivo regulamentará a presente Lei no prazo de 30 (trinta) dias a contar da data de sua publicação.

Art. 7º As despesas decorrentes da execução desta Lei correrão por conta das dotações orçamentárias próprias, suplementadas se necessário.

Art. 8º Esta Lei entra em vigor da data da sua publicação, revogadas as disposições em contrário.

Sala da Comissão de Constituição, Justiça e Legislação Participativa, em 06/10/10.

Ítalo Cardoso – PT - Presidente

João Antonio – PT – Relator

Abou Anni – PV

Agnaldo Timóteo – PR

José Police Neto – PSDB

Florianio Pesaro – PSDB

Gabriel Chalita – PSB

Kamia – DEM

Netinho de Paula – PCdoB