

**PARECER Nº 1249/2010 DA COMISSÃO DE CONSTITUIÇÃO, JUSTIÇA E LEGISLAÇÃO PARTICIPATIVA SOBRE O PROJETO DE LEI Nº 0024/10.**

Trata-se de projeto de lei, de autoria do Nobre Vereador Paulo Frange, que visa alterar a redação dos arts. 1º e 2º da Lei nº 11.507, de 13 de abril de 1994, que dispõe sobre a publicidade de lançamentos imobiliários, no âmbito do Município de São Paulo.

O texto do art. 1º da Lei nº 11.507/94, atualmente em vigor, obriga que nos anúncios de lançamentos imobiliários veiculados por órgãos de comunicação escrita, falada e televisionada, bem como nos panfletos imobiliários, haja referência, de maneira clara e legível, do nome do autor do projeto.

A presente proposta tem por objetivo explicitar deva constar o nome do arquiteto e/ou engenheiro autor do projeto, acrescendo-se a indicação do nome de eventuais co-autores, o número de registro no Conselho Regional de Engenharia, Arquitetura e Agronomia de São Paulo – CREA/SP, assim como dos responsáveis pela execução dos trabalhos.

No mais, o projeto altera a multa aplicável ao empreendedor responsável pela publicidade que não cumprir o disposto na lei, que passa de 10 (dez) UFM's para um valor entre R\$ 500,00 (quinhentos reais) a R\$ 5.000,00 (cinco mil reais), a ser fixado de acordo com o porte do empreendimento.

O projeto pode prosperar, como veremos a seguir.

Em relação à matéria versada no projeto de lei, consoante o disposto no art. 30, inciso I, da Constituição Federal, compete aos Municípios legislar sobre assuntos de interesse local, dispositivo com idêntica redação no artigo 13, inciso I, da Lei Orgânica Municipal.

Por interesse local, segundo Dirley da Cunha Junior, in Curso de Direito Constitucional, 2ª edição, Salvador: Juspodivm, pág.841, entende-se, não aquele interesse exclusivo do Município, mas seu interesse predominante, que o afete de modo mais direto e imediato, mais precisamente, explana a jurista Fernanda Dias Menezes de Almeida, in Competências na Constituição de 1988, 4ª edição, São Paulo: Atlas, p. 97 e 98, o seguinte:

“(...) Já se percebe, pois, que muito da problemática das competências municipais gira necessariamente em torno da conceituação do que seja esse “interesse local”, que aparece na Constituição substituindo o “peculiar interesse” municipal do direito anterior.

A respeito desta última expressão já se solidificara toda uma construção doutrinária, avalizada pela jurisprudência de nossos Tribunais, no sentido de fazer coincidir o peculiar interesse com o interesse predominante do Município.

HELLY LOPES MEIRELLES (1981:86) bem explica o porquê dessa equivalência:

‘Peculiar interesse não é interesse exclusivo do Município; não é interesse privativo da localidade; não é interesse único dos municípios. Se se exigisse essa exclusividade, essa privatividade, essa unicidade, bem reduzido ficaria o âmbito da administração local, aniquilando-se a autonomia de que faz praça a Constituição. Mesmo porque não há interesse municipal que o não seja reflexamente da União e do Estado-membro, como também não há interesse regional ou nacional, que não ressoe nos Municípios, como partes integrantes da Federação brasileira, através dos Estados a que pertencem. O que define e caracteriza o peculiar interesse, inscrito como dogma constitucional, é a predominância do interesse do Município sobre o Estado ou a União’.

No mesmo sentido a lição de SAMPAIO DÓRIA (1928:v.XXIV,419):

‘O entrelaçamento dos interesses dos Municípios com os interesses dos Estados, e com os interesses da Nação, decorre da natureza mesma das coisas. O que os diferencia é a predominância e não a exclusividade’(...)”

Nesse diapasão, considerando que a propositura objetiva disciplinar as informações contidas nos anúncios de lançamentos imobiliários veiculados no Município de São Paulo, temos que a matéria se encontra circunscrita no âmbito do interesse local do Município.

O projeto encontra fundamento, ainda, no poder de polícia municipal incidente sobre todos os assuntos de interesse local, notadamente sobre as atividades urbanas que interessam ao bem-estar da coletividade e à vida da cidade, definido por Marcelo Alexandrino e Vicente Paulo, in Direito Administrativo, 13ª edição, Brasília: Ímpetus, pág.157, como “a faculdade de que dispõe a Administração Pública para condicionar e restringir o uso e gozo de bens, atividades e direitos individuais em benefício da coletividade ou do próprio Estado”.

Note-se, que conforme consta da justificativa, a proposta tem por objetivo propiciar informação adicional ao consumidor, permitindo-lhe uma adequada avaliação do empreendimento, facilitando sua decisão em dele participar ou não, bem como valorizar os respectivos profissionais.

Neste aspecto, o projeto cuida de matéria afeta à produção e consumo, a qual, segundo dispõe a Constituição Federal, insere-se no âmbito da competência legislativa concorrente dos entes da Federação, nos termos do art. 24, inciso V c/c art. 30, incisos I e II.

Aliás, a Carta Magna, em seu art. 170, inciso V, erigiu como princípio da ordem econômica a defesa do consumidor e a Lei Federal n. 8.078/90, Código de Defesa do Consumidor, dispõe que a União, Estados, Distrito Federal e Municípios fiscalizarão e controlarão a produção, industrialização, distribuição, a publicidade de produtos e serviços e o mercado de consumo, no interesse da preservação da vida, da saúde, da segurança, da informação e do bem-estar do consumidor, baixando as regras que se fizerem necessárias (art. 55, parágrafo 1o).

Por fim, ressaltamos que a proposta vai ao encontro do que dispõe a Seção 2.4.1 da Lei nº 11.228, de 25 de junho de 1992, segundo o qual “é obrigatória a assistência de profissional habilitado na elaboração de projetos, na execução e implantação de obras, sempre que assim o exigir a legislação federal relativa ao exercício profissional, ou a critério da PMSP, sempre que entender conveniente, ainda que a legislação federal não o exija”, facilitando inclusive sua fiscalização seja por parte do Poder Público, seja por parte da comunidade.

O projeto está amparado nos arts. 30, incisos I e II; 24, inciso V e 170, inciso V, da Constituição Federal, nos arts. 13, inciso I; 37, caput; 160 e 165, todos da LOM; e no art. 55, parágrafo 1º, do Código de Defesa do Consumidor.

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 artigo 46, inciso X, do Regimento Interno desta Casa.

Ante o exposto somos,

PELA LEGALIDADE na forma do substitutivo a seguir apresentando com o intuito de adequar a proposta à melhor técnica legislativa.

#### **SUBSTITUTIVO Nº DA COMISSÃO DE CONSTITUIÇÃO, JUSTIÇA E LEGISLAÇÃO PARTICIPATIVA AO PROJETO DE LEI Nº 0024/2010.**

Altera a redação da Lei nº 11.507, de 13 de abril de 1994, que dispõe sobre a publicidade de lançamentos imobiliários, e dá outras providências.

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

Art. 1º Fica alterado o artigo 1º da Lei nº 11.507, de 13 de abril de 1994, que passa a vigorar com a seguinte redação:

Art. 1º Nos anúncios de lançamentos imobiliários veiculados por órgãos de comunicação escrita, digital, falada e televisionada, bem como nos materiais publicitários, deverá constar obrigatoriamente, de maneira clara e legível, o nome e o registro no Conselho Regional de Engenharia, Arquitetura e Agronomia de São Paulo – CREA SP do arquiteto e/ou engenheiro autor e co-autor do projeto, em

todos os seus aspectos técnicos e artísticos, assim como os responsáveis pela execução dos trabalhos.

Art. 2º Fica alterado o artigo 2º da Lei nº 11.507, de 13 de abril de 1994, que passa a vigorar com a seguinte redação:

Art. 2º O empreendedor, responsável pela veiculação da publicidade, que não cumprir o disposto nesta Lei estará sujeito à multa que pode variar entre R\$ 500,00 (quinhentos reais) a R\$ 5.000,00 (cinco mil reais), de acordo com o porte do empreendimento.

§ 1º O valor da multa será reajustado anualmente pela variação do Índice de Preços ao Consumidor Amplo – IPCA, apurado pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE, acumulada no exercício anterior, sendo que, no caso de extinção deste índice, será adotado outro criado por legislação federal e que reflita a perda do poder aquisitivo da moeda.

§ 2º O empreendedor que reincidir na veiculação da publicidade de modo a não cumprir o disposto nesta Lei estará obrigado a pagar em dobro a multa prevista no caput deste artigo.

Art. 3º As despesas decorrentes com a execução desta Lei correrão por conta das verbas orçamentárias próprias, suplementadas se necessário.

Art. 4º Esta Lei entra em vigor na data da sua publicação, revogadas as disposições em contrário.

Sala da Comissão de Constituição, Justiça e Legislação Participativa, em 20/10/2010.

Ítalo Cardoso – PT - Presidente

Netinho de Paula – PC do B – Relator

Abou Anni – PV

Aurélio Miguel – PR

Carlos A. Bezerra Jr. – PSDB

Floriano Pesaro – PSDB

Gabriel Chalita – PSB

João Antonio – PT

Kamia – DEM