# ESTUDO TÉCNICO
# PARA A COMISSÃO DE TRANSPORTE, TRÂNSITO E SERVIÇOS PÚBLICOS MUNICIPAIS

**“A PROIBIÇÃO DA PUBLICIDADE DE ANÚNCIOS E OFERTAS EM MÍDIAS EXTERNAS COMO OUTDOORS, BUSDOORS, TAXIDOORS, TRIEDROS, EMPENAS, PAINÉIS E MOBILIÁRIO URBANO PARA INFORMAÇÃO (MUPI) EM LETRA MIÚDA NO MUNICÍPIO DE SALVADOR E OUTRAS PROVIDÊNCIAS”**
**Autor: vereador DUDA SANCHES**

Katiane da Silva Souza
Função: Analista Legislativa,
pela Comissão de Transporte, Trânsito e Serviços Públicos Municipais
com Abordagem de Engenharia de Tráfego, Assessoria Executiva,
Administração Pública e Urbanismo

ESTUDO TÉCNICO
DO
PLE Nº. 492/2017

ABRIL/2026

O conteúdo deste trabalho não representa a posição da Coordenação das Comissões, tampouco da Câmara Municipal de Salvador, sendo exclusiva responsabilidade de seus autores.

# ESTUDO TÉCNICO DO PLE Nº 492/2017

## 1. CONTEXTUALIZAÇÃO E AMPARO REGIMENTAL

O presente Estudo Técnico analisa o Projeto de Lei nº 492/2017, que dispõe sobre a proibição de publicidade de anúncios e ofertas em mídias externas (outdoors, busdoors, taxidoors, triedros, empenas, painéis e MUPIs) em caracteres reduzidos ("letras miúdas") e com contrastes que dificultem a visibilidade no Município de Salvador.

A análise deste projeto pela Comissão Permanente que trata de Transporte, Trânsito e Serviços Públicos Municipais fundamenta-se no Artigo 68, inciso IV do Regimento Interno:

- Alínea "c": Que atribui a esta Comissão a responsabilidade sobre serviços públicos, higiene e postura municipal. A regulação de anúncios em mídias externas (outdoors, mupis etc.) é uma questão de ordenamento urbano e postura.
- Alínea "h": Que trata da fiscalização e controle de atos do Poder Executivo e de concessionárias, o que abrange o mobiliário urbano concedido para publicidade.

## 2. DESENVOLVIMENTO

Exordialmente, MUPI é a sigla para *Mobiliário Urbano para Informação*. São estruturas fixas, geralmente instaladas em calçadas ou pontos de ônibus, que possuem faces envidraçadas e iluminadas para a exibição de anúncios publicitários e informações de interesse público.

O PLE nº 492/2017, de autoria do vereador Duda Sanches, é extremamente relevante para a Postura Municipal e a Proteção do Consumidor. Ele ataca a publicidade enganosa ou de difícil compreensão em mídias externas, algo que impacta diretamente o cotidiano de quem circula por Salvador.

Publicidades em *busdoors* ou *outdoors* que utilizam letras miúdas são formas de "publicidade camuflada" que ocultam restrições contratuais. Além de proteger o consumidor, o projeto melhora a Segurança Viária, pois evita que

motoristas tentem ler textos pequenos enquanto dirigem, o que é um fator de distração perigoso.

2.1 O Código de Polícia Administrativa de Salvador (Lei nº 5.503/1999)

O Código de Polícia Administrativa de Salvador, em seu capítulo sobre a Exploração de Meios de Publicidade, estabelece que nenhum anúncio pode ser exposto ao público sem prévia licença da Prefeitura. O PLE 492/2017 complementa esta norma ao definir critérios de legibilidade e clareza, impedindo que o mobiliário urbano seja utilizado para induzir o cidadão ao erro através de "letras miúdas" ou contrastes inadequados.

2.2 Direitos do Consumidor: Esfera Federal, Estadual e Municipal

A. Constituição Federal (Brasil):

- Art. 5º, Inciso XXXII: Estabelece que "o Estado promoverá, na forma da lei, a defesa do consumidor". Este é um direito fundamental.
- Art. 5º, Inciso XIV: Assegura a todos o acesso à informação, o que corrobora a proibição de letras que dificultem a compreensão.
- Art. 170, Inciso V: Coloca a defesa do consumidor como um princípio da ordem econômica.

B. Código Civil e Código Penal:

- O Código Civil (Art. 422) exige a probidade e a boa-fé objetiva nos contratos. Publicidade com letras miúdas fere a boa-fé.
- O Código Penal (Art. 171) trata do estelionato (obter vantagem ilícita induzindo alguém em erro), o que, em casos extremos de publicidade abusiva, pode ser correlacionado.

C. Constituição da Bahia e Lei Orgânica de Salvador:

- A Constituição do Estado da Bahia (Art. 280) determina que o Estado e os Municípios devem promover a defesa do consumidor.
- A Lei Orgânica de Salvador (Art. 182) reforça que a política urbana deve assegurar o bem-estar dos habitantes, o que inclui a proteção contra abusos publicitários no espaço público.

2.3 Legislação Comparada e Analogia

- Legislação Municipal (São Paulo): A famosa Lei Cidade Limpa (Lei nº 14.223/2006) é o maior exemplo de restrição à poluição visual e clareza de anúncios.
- Legislação Federal (Lei nº 8.078/1990 - CDC): O Art. 31 do Código de Defesa do Consumidor é taxativo: a oferta deve assegurar informações corretas, claras e precisas.
- Analogia (Online e Impressos): O Decreto Federal nº 5.903/2006, que regulamenta o CDC, exige que em impressos e sites, o preço e as condições devem ser expostos com caracteres legíveis (corpo de letra não inferior a doze). Se o ambiente digital e o papel já exigem essa clareza, com maior razão as mídias externas, onde o tempo de leitura do pedestre ou motorista é muito menor.

## 3. CONSIDERAÇÕES GERAIS

Este estudo técnico envolveu um conjunto estruturado de ações analíticas, jurídicas e comparativas.

Inicialmente, procedeu-se à contextualização normativa, identificando o amparo regimental que autoriza a Comissão de Transporte, Trânsito e Serviços Públicos Municipais a analisar matérias relacionadas ao ordenamento urbano, fiscalização de serviços públicos e controle do mobiliário urbano destinado à publicidade.

Em seguida, foi realizada a caracterização técnica do objeto, explicando o que são MUPIs e demais mídias externas, bem como sua função no espaço urbano. A análise avançou para a avaliação dos impactos do projeto, destacando riscos à segurança viária e problemas de publicidade enganosa.

Posteriormente, desenvolveu-se uma examinação jurídica multiescalar, abrangendo legislação municipal, estadual e federal. Em que foram analisados o Código de Polícia Administrativa de Salvador, a Constituição Federal, o Código Civil, o Código Penal, a Constituição da Bahia e a Lei Orgânica do Município, sempre relacionando tais normas à proteção do consumidor e à clareza das informações publicitárias.

Por fim, foram feitos também estudos comparados, especialmente com a Lei Cidade Limpa de São Paulo e foi feita analogia normativa, como o Decreto

Federal nº 5.903/2006, que exige legibilidade mínima em impressos e meios digitais.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS


BAHIA. [Constituição (1989)]. Constituição do Estado da Bahia. Salvador: Assembleia Legislativa, 1989.

BRASIL. [Constituição (1988)]. Constituição da República Federativa do Brasil. Brasília, DF: Presidência da República, [2026].

BRASIL. Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990. Código de Defesa do Consumidor. Brasília, DF, 1990.

BRASIL. Decreto nº 5.903, de 20 de setembro de 2006. Regulamenta a Lei nº 8.078/1990 para estabelecer regras sobre a fixação de preços e afixação de informações. Brasília, DF, 2006.

SALVADOR (Município). Lei nº 5.503, de 18 de fevereiro de 1999. Institui o Código de Polícia Administrativa do Município de Salvador. Salvador: DOM, 1999.

SALVADOR (Município). Lei Orgânica do Município de Salvador. Salvador: Câmara Municipal, 1990.

SALVADOR (Município). Regimento Interno da Câmara Municipal de Salvador. Salvador: CMS, 2026.

OUTROS.