



CÂMARA DOS DEPUTADOS

PROJETO DE LEI N.º 585-B, DE 2021

(Da Sra. Lauriete)

Estabelece proibição de outdoors eletrônicos às margens de vias de rolamento, visando evitar distrações ao motorista; tendo parecer da Comissão de Viação e Transportes, pela rejeição (relator: DEP. CARLOS CHIODINI); e da Comissão de Comunicação, pela aprovação, com substitutivo (relator: DEP. DAVID SOARES).

DESPACHO:

ÀS COMISSÕES DE:
VIAÇÃO E TRANSPORTES;
COMUNICAÇÃO E
CONSTITUIÇÃO E JUSTIÇA E DE CIDADANIA (ART. 54 RICD)

APRECIAÇÃO:

Proposição Sujeita à Apreciação do Plenário - Art. 24 II, "g"

S U M Á R I O

I - Projeto inicial

II - Na Comissão de Viação e Transportes:

- Parecer do relator
- Parecer da Comissão

III - Na Comissão de Comunicação:

- Parecer do relator
- Substitutivo oferecido pelo relator
- Parecer da Comissão
- Substitutivo adotado pela Comissão

Estabelece proibição de outdoors eletrônicos às margens de vias de rolamento, visando evitar distrações ao motorista

O CONGRESSO NACIONAL decreta:

Art. 1º Fica proibida a utilização de outdoors eletrônicos às margens das vias de rolamento.

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

JUSTIFICAÇÃO

Diz o artigo 3º da Resolução 242 do Contran que é “proibida a instalação, em veículo automotor, de equipamento capaz de gerar imagens para fins de entretenimento”. Nesse sentido, tendo em vista a premissa já estabelecida pela mencionada resolução, a utilização de *outdoor* eletrônico – muitos deles com animações e efeitos chamativos – às margens das vias de rolamento, também deve ser coibida por trazer inevitáveis distrações aos motoristas.

Por sua vez, a instalação de faróis de xenon (gás xenônio) em veículos foi proibida pelo Contran (Conselho Nacional de Trânsito) em todo o país. A resolução 384, que proíbe as potentes lâmpadas de xenon foi implantada para garantir a segurança do motorista, já que a luz forte pode ofuscar a visão e causar acidentes. Nessa toada, há de se destacar que os *outdoors* eletrônicos têm utilizado iluminação exagerada direcionada diretamente aos motoristas que, além se distraírem com propagandas simultâneas, podem ter sua visão ofuscada em razão do brilho exacerbado e cores vibrantes.

Diante do exposto, é necessária a aprovação deste projeto, com o fito de proibir a utilização de outdoors eletrônicos às margens das vias de rolamento. Conto com o apoio dos colegas parlamentares para a aprovação da presente medida.



* c d 2 1 2 2 8 5 2 3 2 2 0 0 *

Sala das Sessões, 11 de fevereiro de 2021.

**DEPUTADA LAURIETE
PSC/ES**

Apresentação: 24/02/2021 17:49 - Mesa

PL n.585/2021

Documento eletrônico assinado por Lauriete (PSC/ES), através do ponto SDR_56281, na forma do art. 102, § 1º, do RICD c/c o art. 2º, do Ato da Mesa n. 80 de 2016.



* c d 2 1 2 2 8 5 2 3 2 2 0 0 *

LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA

Coordenação de Organização da Informação Legislativa - CELEG
Serviço de Tratamento da Informação Legislativa - SETIL
Seção de Legislação Citada - SELEC

RESOLUÇÃO Nº 242, DE 22 DE JUNHO DE 2007

Dispõe sobre a instalação e utilização de equipamentos Geradores de imagens nos veículos automotores.

O CONSELHO NACIONAL DE TRÂNSITO - CONTRAN, no uso da competência que lhe confere o art. 12, inciso I, da Lei nº 9.503, de 23 de setembro de 1997, que instituiu o Código de Trânsito Brasileiro, e tendo em vista o disposto no Decreto nº 4.711, de 29 de maio de 2003, que dispõe sobre a coordenação do Sistema Nacional de Trânsito.

Considerando o constante dos Processos: 80001.005795/2004-11, 80001.003132/2004-54, 80001.003142/2004-90 e 80001.014897/2006-81;

Considerando o disposto no art. 103 c/c § 2º do art. 105 da Lei nº 9.503/97;

Considerando a necessidade de atualizar a legislação de trânsito em consonância com o desenvolvimento tecnológico dos sistemas de suporte à direção, resolve:

Art. 1º Fica permitida a instalação e utilização de aparelho gerador de imagem cartográfica com interface de geo processamento destinado a orientar o condutor quanto ao funcionamento do veículo, a sua visualização interna e externa, sistema de auxílio à manobra e para auxiliar na indicação de trajetos ou orientar sobre as condições da via, por intermédio de mapas, imagens e símbolos.

Art. 2º Os equipamentos de que trata o artigo anterior poderão ser previstos pelo fabricante do veículo ou utilizados como acessório de caráter provisório.

§ 1º - Considera-se como instalação do equipamento qualquer meio de fixação permanente ou provisória no interior do habitáculo do veículo.

§ 2º - Os equipamentos com instalação provisória devem estar fixados no pára-brisa ou no painel dianteiro, quando o veículo estiver em circulação.

Art. 3º Fica proibida a instalação, em veículo automotor, de equipamento capaz de gerar imagens para fins de entretenimento, salvo se:

I - instalado na parte dianteira, possuir mecanismo automático que o torne inoperante ou o comute para a função de informação de auxílio à orientação do condutor, independente da vontade do condutor e/ou dos passageiros, quando o veículo estiver em movimento;

II - instalado de forma que somente os passageiros ocupantes dos bancos traseiros possam visualizar as imagens.

Art. 4º O descumprimento do disposto nesta Resolução constitui-se em infração de trânsito prevista no art. 230, inciso XII do Código de Trânsito Brasileiro.

RESOLUÇÃO Nº 384, DE 2 DE JUNHO DE 2011

Altera a Resolução nº 292, de 29 de agosto de 2008, do CONTRAN, que dispõe sobre modificações de veículos previstas nos arts. 98 e 106 da Lei nº 9503, de 23 de setembro de 1997, que instituiu o Código de Trânsito Brasileiro e dá outras providências.

O CONSELHO NACIONAL DE TRÂNSITO - CONTRAN, usando da competência que lhe confere o artigo 12 da Lei nº 9.503, de 23 de setembro de 1997, que instituiu o Código de Trânsito Brasileiro - CTB, e conforme o Decreto nº 4.711, de 29 de maio de 2003, que dispõe sobre a coordenação do Sistema Nacional de Trânsito, CONSIDERANDO a necessidade de estabelecer requisitos mais seguros para alteração do sistema de iluminação e sinalização de veículos automotores;

CONSIDERANDO o constante nos processos nº 80001.003214/2008-22, resolve:

Art. 1º Acrescentar o inciso V e parágrafo único ao art. 8º da Resolução nº 292/2008 - CONTRAN, com a seguinte redação:

'Art. 8º

V- A instalação de fonte luminosa de descarga de gás em veículos automotores, excetuada a substituição em veículo originalmente dotado deste dispositivo.

Parágrafo único. Veículos com instalação de fonte luminosa de descarga de gás com CSV emitido até a data da entrada em vigor desta Resolução poderão circular até a data de seu sucateamento, desde que o equipamento esteja em conformidade com a resolução 227/2007 - CONTRAN.'

Art. 2º Alterar o item 32 do Anexo da Resolução nº 292/2008 - CONTRAN (com alteração dada pela Resolução nº 319/2009 - CONTRAN), que passa a ter a seguinte redação:

.....

COMISSÃO DE VIAÇÃO E TRANSPORTES

PROJETO DE LEI Nº 585, DE 2021

Estabelece proibição de outdoors eletrônicos às margens de vias de rolamento, visando evitar distrações ao motorista

Autora: Deputada LAURIETE

Relator: Deputado CARLOS CHIODINI

I - RELATÓRIO

Chega a esta Comissão para análise de mérito da matéria o PL nº 585, 2021, de autoria da Deputada Lauriete, que “Estabelece proibição de outdoors eletrônicos às margens de vias de rolamento, visando evitar distrações ao motorista”.

A proposição foi distribuída às Comissões de Viação de Transportes (CVT) e de Ciência e Tecnologia, Comunicação e Informática (CCTCI), para análise de mérito; e de Constituição e Justiça e de Cidadania (CCJC), para análise quanto à constitucionalidade e juridicidade. O projeto está sujeito à apreciação conclusiva pelas Comissões e segue em regime de tramitação ordinária.

Durante o prazo regimental, não foi apresentada emenda nesta Comissão.

É o relatório.



Assinado eletronicamente pelo(a) Dep. Carlos Chiodini
Para verificar a assinatura, acesse <https://infoleg-autenticidade-assinatura.camara.leg.br/CD215426564100>



* C D 2 1 5 4 2 2 6 5 6 1 0 0 *

II - VOTO DO RELATOR

Está sob análise o PL nº 585, 2021, de autoria da Deputada Lauriete, que “Estabelece proibição de outdoors eletrônicos às margens de vias de rolamento, visando evitar distrações ao motorista”. Na justificação do projeto, faz-se analogia com outros dispositivos cuja instalação já é proibida pela legislação de trânsito, como o farol de xênon e equipamento capaz de gerar imagens para fins de entretenimento no campo visual do motorista.

Primeiramente, é importante ressaltar que é louvável a preocupação da Autora para com a segurança do trânsito. Não obstante, importa dizer que não encontramos estudos que comprovam relação de causalidade entre painéis eletrônicos e aumento do índice de accidentalidade, ou mesmo comprometimento da atenção necessária para a condução de veículos. Pelo contrário, estudo¹ publicado pela Administração de Rodovias Federais dos Estados Unidos não relatou problema de segurança no trânsito relacionado a painéis eletrônicos. O estudo sobre Sinalização Eletrônica Comercial de Mensagem Variada e Comportamento Visual do Motorista utilizou sensor de movimento de olhos (rastreamento ocular) durante viagens, tanto durante o dia como à noite, em 2 trajetos distintos, que continham trechos com painéis eletrônicos e comerciais convencionais.

O primeiro ponto a se destacar foi que a probabilidade de se olhar para frente em todos os trechos foi alta. Foram observadas somente 4 ocorrências de fixação por mais de 2 segundos (1 em painel eletrônico e 3 em convencionais). Todavia, nessas, os painéis estavam na visão frontal do motorista, e, portanto, com acesso à informação de objetos à sua frente por meio da visão periférica.

O estudo conclui que motoristas direcionam a maior parte de sua atenção à tarefa de dirigir. Embora às vezes olhem os painéis nas imediações, não o fazem de forma a diminuir a atenção para a frente da via.

Certamente, tal estudo não nos traz respostas definitivas sobre o assunto e novas pesquisas devem ser feitas para aprofundamento no tema.

1 CEVMS and Driver Visual Behavior Study - Peer reviewed report FHWA-HEP-16-036. Disponível em: https://www.fhwa.dot.gov/real_estate/oac/visual_behavior_report/final/. Assinado eletronicamente pelo(a) Dep. Carlos Chiodini
Para verificar a assinatura, acesse <https://infoleg-autenticidade-assinatura.camara.leg.br/CD215426564100>



* C D 2 1 5 4 2 6 5 6 4 1 0 0 *

Importa dizer que o poder público já dispõe de mecanismos para regulamentar o uso dos painéis e evitar situações que comprometam a segurança do trânsito. No âmbito federal, como exemplo, trazemos a Resolução nº 7, de 2 de março de 2021, que “Dispõe sobre o uso das faixas de domínio de rodovias federais sob circunscrição do Departamento Nacional de Infraestrutura de Transportes”, que impõe requisitos específicos para os painéis de publicidade em seu Anexo VI, no qual está disposto que:

No caso de painel eletrônico, a quantidade de brilho máximo a ser emitida terá como referência os seguintes parâmetros:

I - Seiscentas candelas por metro quadrado - 600 cd/m², nas fases do amanhecer e anoitecer.

II - Seis mil candelas por metro quadrado - 6.000 cd/m², durante o dia.

III - Quinhentas candelas por metro quadrado - 500 cd/m², durante a noite.

IV - O controle gradual da luminosidade deverá ser através de sensores de acordo com a luminosidade do ambiente.

Esses limites buscam precisamente evitar iluminação excessiva que prejudique a visão dos condutores. Outros requisitos estão dispostos no Capítulo IX, do qual doravante transcrevemos alguns dispositivos de interesse:

Das especificações técnicas

Art. 55. Alguns critérios técnicos deverão ser observados para a determinação das condições mais adequadas para a instalação e definição dos locais das estruturas destinadas à veiculação de mensagens publicitárias, exceto em casos de interesse da melhoria das condições gerais de segurança e circulação do trânsito.

§ 1º Os painéis não podem provocar reflexos, nem ser iluminados por piscapiscas ou luzes intermitentes ou conter sinais de trânsito, mesmo com formas adaptadas ou alteradas, exceto quando se tratar de mensagem institucional educativa ou de advertência.

§ 2º A iluminação dos painéis deve ser projetada de tal forma que os raios ou fachos de luz não sejam dirigidos a qualquer parte da pista de rolamento ou do acostamento.



Assinado eletronicamente pelo(a) Dep. Carlos Chiodini

Para verificar a assinatura, acesse <https://infoleg-autenticidade-assinatura.camara.leg.br/CD215426564100>



§ 3º As cores utilizadas como fundo visível das mensagens devem ser diferentes das cores utilizadas nas placas de sinalização de trânsito.

§ 4º Para a definição dos locais deverão ser observadas as disposições constantes no Anexo VI desta Resolução.

Art. 56. Em relação a dispositivos publicitários, é vedada:

(...)

III - a interferência do dispositivo publicitário na visibilidade do usuário sobre a via, cuja localização do dispositivo será objeto de análise do DNIT nos aspectos de preservação da segurança local;

IV - a interferência na visualização das placas de sinalização de trânsito;

V - a implantação de painéis publicitários em pontos considerados críticos; e

(...)

Art. 59. As mudanças de imagem, em painéis eletrônicos, devem se realizar instantaneamente, devendo cada imagem permanecer por um período mínimo de 3 (três) segundos.

Vê-se, portanto, que inúmeras medidas podem ser adotadas para minimizar os impactos dos painéis publicitários na visão e atenção dos condutores. Salientamos que regulação nesses moldes podem ser adotadas também em vias estaduais e municipais.

Diante da ausência de estudos que atestem prejuízos à segurança viária e ainda da possibilidade de regulamentação para evitar comprometimento na visão e atenção dos motoristas, não encontramos razão para a vedação completa dos painéis eletrônicos.

Em face do exposto, no que cabe a esta Comissão analisar, somos pela REJEIÇÃO do PL nº 585, de 2021.

Sala da Comissão, em _____ de _____ de 2021.

Deputado CARLOS CHIODINI
 Relator



Assinado eletronicamente pelo(a) Dep. Carlos Chiodini
 Para verificar a assinatura, acesse <https://infoleg-autenticidade-assinatura.camara.leg.br/CD215426564100>



* C D 2 1 5 4 2 6 5 6 4 1 0 0 *



CÂMARA DOS DEPUTADOS

COMISSÃO DE VIAÇÃO E TRANSPORTES

PROJETO DE LEI Nº 585, DE 2021

III - PARECER DA COMISSÃO

A Comissão de Viação e Transportes, em reunião extraordinária realizada hoje, mediante votação ocorrida por processo simbólico, concluiu pela rejeição do Projeto de Lei nº 585/2021, nos termos do Parecer do Relator, Deputado Carlos Chiodini.

Registraram presença à reunião os seguintes membros:

Carlos Chiodini - Presidente, Gutemberg Reis, Hugo Leal e Jaqueline Cassol - Vice-Presidentes, Abou Anni, Acácio Favacho, Alcides Rodrigues, Alexandre Leite, Bosco Costa, Bozzella, Charlles Evangelista, Christiane de Souza Yared, Fábio Henrique, Gelson Azevedo, Haroldo Cathedral, Henrique do Paraíso, Herculano Passos, Isnaldo Bulhões Jr., Leônidas Cristino, Lucas Gonzalez, Luiz Antônio Corrêa, Marcio Alvino, Mauro Lopes, Pastor Gil, Paulo Guedes, Paulo Vicente Caleffi, Ronaldo Carletto, Rosana Valle, Cezinha de Madureira, Daniel Trzeciak, Delegado Pablo, Eduardo Costa, Eli Corrêa Filho, Evair Vieira de Melo, Felipe Rigoni, Franco Cartafina, Glaustin da Fokus, Neucimar Fraga, Nicoletti, Paulo Ganime, Rodrigo Coelho, Roman, Vinicius Carvalho e Zé Neto.

Sala da Comissão, em 13 de julho de 2021.

Deputado CARLOS CHIODINI
Presidente



Assinado eletronicamente pelo(a) Dep. Carlos Chiodini
Para verificar a assinatura, acesse <https://infoleg-autenticidade-assinatura.camara.leg.br/CD210558375200>



**Comissão de Comunicação****Projeto de Lei Nº 585, DE 2021**

Apresentação: 21/05/2025 10:09:24.727 - CCOM
PRL2 CCOM => PL 585/2021

PRL n.2

Estabelece a proibição de outdoors eletrônicos às margens de vias de rolamento, visando evitar distrações ao motorista.

Autor: Deputada LAURIETE

Relator: Deputado DAVID SOARES

I - Relatório

O Projeto de Lei nº 585, de 2021, de autoria da nobre Deputada Lauriete, estabelece a vedação de outdoors eletrônicos às margens de vias de rolamento, visando evitar distrações ao motorista.

A autora da proposta alega que os *outdoors* devem ser coibidos por trazerem inevitáveis distrações aos motoristas, além de uma luminosidade excessiva, capaz de atrapalhar e cegar motoristas no trânsito.

A proposição foi distribuída à Comissão de Viação e Transporte e Comissão de Comunicação para a análise e apreciação de mérito, e para a Comissão de Constituição e Justiça e de Cidadania, para parecer quanto à constitucionalidade ou juridicidade da matéria, nos termos do art. 54 do Regimento Interno da Câmara dos Deputados. A matéria está sujeita à apreciação conclusiva das comissões e tramita sob o rito ordinário.

Na Comissão de Viação e Transportes, mediante votação ocorrida por processo simbólico, concluiu-se pela rejeição do Projeto de Lei nº 585/2021, nos termos do Parecer do Relator, Deputado Carlos Chiodini.





Nesta Comissão de Comunicação foi aberto o prazo de cinco sessões para a apresentação de emendas à matéria. Esgotado o prazo, não foram apresentadas emendas.

É o relatório.

Apresentação: 21/05/2025 10:09:24.727 - CCOM
PRL2 CCOM => PL 585/2021

PRL n.2



* C D 2 2 5 0 4 8 6 0 0 1 6 0 0 *

II – Voto do Relator

Anexo IV – Gabinete 235 – Tels: (61) 3215.3235- CEP 70.160-900

Brasília – DF – e-mail: dep.davidsoares@camara.leg.br



O Projeto de Lei nº 585, de 2021, propõe a restrição total da instalação de *outdoors* eletrônicos às margens de vias de rolamento, com a legítima preocupação de promover a segurança viária e reduzir riscos de acidentes.

Entretanto, entendemos que o texto original poderia ensejar impactos desproporcionais sobre o setor de mídia Out of Home (OOH), que desempenha relevante papel econômico, social e cultural no país. A mídia OOH, presente em ruas, avenidas, transportes e centros comerciais, atinge ampla parcela da população, contribuindo para a divulgação de campanhas públicas e privadas, além de impulsionar negócios de todos os portes, com destaque para micro e pequenas empresas.

O substitutivo ora apresentado aprimora a redação original, ao estabelecer limites claros para a instalação e a operação de elementos publicitários, especialmente no que se refere à **segurança viária, à proteção ambiental e à harmonia visual urbana**. Isto sem descurar da necessidade de preservar o espaço urbano e garantir a segurança dos usuários das vias públicas.

Além disso, o novo texto também considera a importância econômica do setor de mídia OOH, buscando **conciliar o interesse público com o estímulo à atividade econômica**. A nova redação define parâmetros técnicos para luminosidade, localização e estrutura dos painéis, reforçando a proteção ao patrimônio ambiental e cultural, e respeitando a competência municipal para regulamentar essas matérias conforme as peculiaridades locais.

Desse modo, o substitutivo atinge um equilíbrio necessário: protege a segurança viária e a harmonia da paisagem urbana, sem inviabilizar a atividade econômica e o desenvolvimento da mídia OOH em nosso país.

É relevante destacar que a regulamentação federal conferirá maior segurança jurídica ao setor, incentivando investimentos e parcerias que beneficiam diretamente o Poder Público, a iniciativa privada e a sociedade, com ganhos em infraestrutura, arrecadação e geração de renda.

Por todo o exposto, voto pela **APROVAÇÃO do Projeto de Lei nº 585, de 2021, na forma do Substitutivo que ora apresentamos.**

Anexo IV – Gabinete 235 – Tels: (61) 3215.3235- CEP 70.160-900

Brasília – DF – e-mail: dep.davidsoares@camara.leg.br





CÂMARA DOS DEPUTADOS

Gabinete do Deputado David Soares

Apresentação: 21/05/2025 10:09:24.727 - CCOM
PRL2 CCOM => PL 585/2021

PRL n.2

Comissão de Comunicação

Anexo IV – Gabinete 235 – Tels: (61) 3215.3235- CEP 70.160-900

Brasília – DF – e-mail: dep.davidsoares@camara.leg.br



Para verificar a assinatura, acesse <https://infoleg-autenticidade-assinatura.camara.leg.br/CD250486001600>
Assinado eletronicamente pelo(a) Dep. David Soares



* C D 2 5 0 4 8 6 0 0 1 6 0 0 *



SUBSTITUTIVO ao Projeto de Lei Nº 585 DE 2021

Define diretrizes nacionais para a publicidade e a mídia OOH (out of home), com foco na segurança viária e na preservação ambiental, visando reduzir impactos no trânsito e no meio ambiente.

O Congresso Nacional decreta:

CAPÍTULO I

DEFINIÇÕES, OBJETIVOS E DIRETRIZES

Art. 1º. Esta Lei estabelece diretrizes nacionais para a veiculação de publicidade e mídia Out of Home (OOH), com foco na segurança viária, na proteção ambiental e na harmonia da paisagem urbana.

Art. 2º. São objetivos desta lei:

I - a proteção, preservação e recuperação do patrimônio cultural, histórico, artístico e paisagístico, bem como do meio ambiente natural ou construído da cidade;

II - zelo pela segurança da população, das edificações e do logradouro público;

III - estimular o equilíbrio entre a arrecadação decorrente da contrapartida pelos benefícios concedidos e o dispêndio de recursos necessário à implementação dos direitos de exploração publicitária propostos.

Art. 3º. Constituem diretrizes a serem observadas na colocação dos elementos que compõem a paisagem urbana:

I - garantir o livre acesso de pessoas e bens à infraestrutura urbana, sem comprometer a segurança ou a mobilidade urbana;

II - respeitar a sinalização de interesse público, de modo a não confundir motoristas na condução de veículos e garantir a livre e segura locomoção de pedestres;





III - promover a gestão da harmonia visual urbana, planejando previamente os locais onde poderão ser exercidos os direitos de exploração publicitária em harmonia com a paisagem urbana e natural;

IV - proteger e preservar o patrimônio cultural, histórico, artístico, paisagístico e o meio ambiente natural ou construído;

V - compatibilizar as modalidades de anúncios com os locais onde possam ser veiculados, de acordo com a importância estética, histórica ou ambiental das áreas.

Art. 4º. Para fins desta lei, entende-se por:

I - Elementos publicitários: estruturas, dispositivos e meios, analógicos ou digitais, estáticos ou dinâmicos, utilizados para exibir mensagens promocionais em espaços públicos ou privados, visando promover produtos, serviços, marcas ou causas, e englobam painéis, empenas, topes de edifícios, outdoors e mobiliário urbano, entre outros formatos, respeitando as normas de segurança e ordenamento urbano.

II - Mídia *Out of Home* (OOH): veículo de comunicação visual instalado fora do ambiente residencial, visível ao público em espaços abertos ou fechados de circulação comum, englobando anúncios publicitários, painéis, totens e demais formas de mídia, analógicos ou digitais, estáticos ou dinâmicos, destinadas à veiculação de publicidade.

III - Paisagem urbana: espaço aéreo e a superfície externa de qualquer elemento natural ou construído, tais como água, fauna, flora, construções, edifícios, anteparos, superfícies aparentes de equipamentos de infra-estrutura, de segurança e de veículos automotores, anúncios de qualquer natureza, elementos de sinalização urbana, equipamentos de informação e comodidade pública e logradouros públicos, visíveis por qualquer observador situado em áreas de uso comum do povo.

IV – Ambiente urbano: espaço formado por elementos naturais e construídos, destinado ao uso comum, que inclui vias públicas, praças, parques, edifícios, e outros espaços de convivência coletiva.

V - Segurança viária: conjunto de métodos, ações e normas existentes necessários para a circulação segura de pessoas e veículos nas ruas e rodovias, com a finalidade de prevenir e reduzir o risco de acidentes.

VI - Harmonia visual urbana: equilíbrio e organização dos elementos na paisagem urbana de forma a promover o bem-estar, a segurança, a valorização do ambiente, a fluidez nos deslocamentos e a preservação dos elementos culturais e naturais.



* C D 2 5 0 4 8 6 0 0 1 6 0 0 *



VII - Anúncio: qualquer veículo de comunicação visual presente na paisagem visível do logradouro público, composto de área de exposição e estrutura.

VIII - Anúncio indicativo: aquele que visa apenas identificar, no próprio local da atividade, os estabelecimentos e/ou profissionais que dele fazem uso.

IX - Anúncio publicitário: aquele destinado à veiculação de publicidade, instalado fora do local onde se exerce a atividade;

X- Anúncio especial: aquele que possui características específicas, com finalidade cultural, eleitoral, educativa ou imobiliária.

XI - Outdoor: formato tradicional de mídia exterior, geralmente encontrado às margens de ruas e rodovias, com tamanho padrão de 9m x 3m e usado para veiculação de campanhas publicitárias em períodos bissemanais.

XII- Frontlight: painel publicitário com estrutura metálica no qual a propaganda é impressa em uma lona e possui iluminação externa e frontal, com as luzes posicionadas em frente ao painel, iluminando a imagem de forma indireta.

XIII- Backlight: painel publicitário com estrutura metálica no qual a propaganda é impressa em uma lona e possui iluminação traseira, de dentro para fora.

XIV - Fachada: qualquer das faces externas de uma edificação principal ou complementar, tais como torres, caixas d`água, chaminés ou similares.

XV - Empena: estruturas grandes que exibem publicidade em paredes cegas de edifícios, ou seja, paredes sem janelas, e que comportam anúncios de grande escala, comuns em áreas urbanas densas, podendo ser analógicos ou digitais, estáticos ou dinâmicos.

XVI - Topos de prédios: anúncios colocados no topo de edifícios, visíveis de grandes distâncias e usados para criar uma presença marcante na paisagem urbana, analógicos ou digitais, estáticos ou dinâmicos.

XVII - Painel rodoviário: painéis de grande porte, instalados ao longo das zonas rurais dos municípios, podendo ser iluminados de forma indireta e que estão com a publicidade voltadas para as rodovias;

XVIII - Mobiliário urbano: conjunto de elementos que podem ocupar o espaço público, implantados, direta ou indiretamente, pela Administração Municipal nas seguintes formas:

a. abrigo de ônibus





- b. relógios de hora e temperatura
- c. placas topográficas
- d. bancas de Jornal / Revista
- e. academia de ginástica
- f. circulação e transportes;
- g. ornamentação da paisagem e ambientação urbana;
- h. descanso e lazer;
- i. serviços de utilidade pública;
- j. comunicação e publicidade;
- k. atividade comercial;
- l. acessórios à infraestrutura;
- m. dentre outros.

XIX - 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 Município, e suas áreas envoltórias.

CAPÍTULO II

DA PROTEÇÃO AO AMBIENTE

Art. 5º. O direito a um ambiente urbano equilibrado é fundamental para a qualidade de vida nas cidades, devendo ser garantido por meio de políticas que promovam a harmonia dos elementos instalados em áreas públicas e privadas e a paisagem urbana.

Art. 6º. A proteção ao ambiente urbano inclui a obrigação de assegurar que a instalação de anúncios respeite a integridade estética e ambiental das cidades, evitando a degradação do espaço público.

Art. 7º. Nos termos e nos limites do artigo 30, incisos VIII e IX da Constituição Federal, a competência para regulamentar e fiscalizar a instalação de anúncios em



* C D 2 5 0 4 8 6 0 0 1 6 0 0 *



zonas urbanas ou rurais, em áreas públicas ou privadas, cabe aos municípios, os quais devem estabelecer normas específicas para garantir a preservação do meio ambiente local, considerando as particularidades de cada região.

Art. 8º. É proibida a instalação de anúncios em leitos de rios, cursos d'água, reservatórios, lagos e represas, de acordo com a legislação específica de cada município.

Art. 9º. Os municípios regrarão a instalação de anúncios em sítios e edifícios protegidos, visando a conciliar a preservação de sua integridade e valor histórico, cultural, estético e ambiental, dentre os quais são protegidos:

I - os sítios e edifícios com valor histórico, arquitetônico, estético ou cultural: monumentos, edifícios tombados, espaços arquitetônicos singulares e outros bens reconhecidos por seu valor cultural e histórico, que são protegidos por legislação específica em níveis municipal, estadual ou federal.

II - os sítios naturais: parques, reservas naturais, jardins, praças públicas, cursos d'água e canais, que são preservados por sua relevância ecológica e estão listados em registros municipais específicos para áreas naturais e de preservação ambiental.

III - instituições educacionais diante do seu valor simbólico, cultural ou educacional significativo.

Art. 10. Os municípios, em suas respectivas competências, devem adotar medidas para assegurar que a instalação de elementos publicitários:

I - não comprometa a integridade das áreas de preservação ambiental e dos recursos hídricos, respeitando as restrições estabelecidas em legislações federais, estaduais e municipais;

II - respeite a vegetação arbórea e outros elementos naturais, evitando a remoção de vegetação significativa para a instalação de anúncios;

III - garanta que os elementos publicitários sejam integrados de maneira harmoniosa ao ambiente urbano.

Art. 11. A fiscalização e a aplicação de sanções relativas à instalação irregular de anúncios em áreas protegidas ou de interesse ambiental deverão ser realizadas pelas autoridades municipais competentes, com o apoio de órgãos federais e estaduais quando necessário.



* C D 2 5 0 4 8 6 0 0 1 6 0 0



CAPÍTULO III

DA SEGURANÇA VIÁRIA

Art. 12. A instalação de anúncios publicitários em zonas urbanas e rurais deve ser realizada de forma a garantir a segurança viária, minimizando os riscos de acidentes e assegurando a fluidez e a organização do trânsito.

Art. 13. É vedada a instalação de anúncios que prejudiquem a visibilidade de sinais de trânsito, semáforos, placas de sinalização ou qualquer outro elemento destinado à orientação de motoristas e pedestres.

Art. 14. Os anúncios, sejam eles instalados em áreas públicas ou privadas, em zonas urbanas ou rurais, incluindo vias públicas e rodovias, devem ser instalados de modo a não prejudicar o trânsito seguro de veículos, especialmente em áreas de grande fluxo, de alta velocidade, de cruzamentos, de curvas, de faixas de pedestres e de zonas escolares.

Art. 15. A localização de anúncios deve ser cuidadosamente planejada para não obstruir a visão de motoristas e pedestres, especialmente em trechos críticos como entradas e saídas de garagens e túneis, rotatórias e interseções.

Art. 16. A instalação de anúncios em proximidade com passarelas, pontes e viadutos devem observar normas específicas que garantam que tais estruturas não sejam comprometidas, tanto em termos de visibilidade quanto de segurança estrutural.

Art. 17. Os anúncios devem ser instalados de modo a não interferir no funcionamento de dispositivos de controle de tráfego, como sensores de velocidade, radares e câmeras de monitoramento, garantindo que esses dispositivos continuem a operar com eficiência e precisão.

Art. 18. A instalação de elementos publicitários em rodovias federais, estaduais e municipais, incluindo suas áreas lindeiras e faixas de domínio, deve observar as normas de proteção ambiental e ordenamento territorial, conforme a regulamentação estabelecida por parte de cada ente federativo responsável pela administração da respectiva rodovia e as normas de segurança viária estabelecidas pelo órgão federal do Sistema Nacional de Trânsito – SNT, podendo os Estados e Municípios complementarem as normas federais de segurança.

§1º. As faixas de domínio, compreendendo o espaço destinado à circulação de veículos e à implantação de serviços auxiliares, têm sua utilização regulamentada pelo órgão competente da administração rodoviária, que deverá estabelecer critérios para a instalação de anúncios, garantindo a segurança viária e a preservação do ambiente natural.



* C D 2 5 0 4 8 6 0 0 1 6 0 0 *



§2º. As áreas lindeiras, entendidas como as faixas de terreno adjacentes às faixas de domínio das rodovias, estão sujeitas à regulamentação do Município no que tange à instalação de publicidade, observando as diretrizes locais de ordenamento urbano, preservação do meio ambiente e harmonia paisagística.

Art. 19. A permissão de uso de painéis digitais para publicidade externa deve garantir que a luminosidade seja ajustada para assegurar segurança e conforto visual, respeitando os parâmetros de luminosidade recomendados para diferentes períodos do dia, utilizando-se de luz branca do anoitecer até o amanhecer um total de 600 cd/m².

§1º. Os painéis luminosos devem estar equipados com sensores automáticos ou sistema de gerenciamento de ajuste de brilho, garantindo que a luminosidade seja ajustada de maneira dinâmica conforme as condições de luz ambiente.

Art. 20. A fiscalização da conformidade dos anúncios com as normas de segurança viária será realizada pelos órgãos competentes, que devem aplicar sanções em caso de descumprimento.

Art. 21. Os demais requisitos técnicos, padrões operacionais e disposições complementares necessários à segurança viária serão definidos pelo Conselho Nacional de Trânsito (Contran), no âmbito de sua competência.

CAPÍTULO IV

DO INTERESSE PÚBLICO E PRIVADO E DO RETORNO ECONÔMICO

Art. 22. A autorização para exploração publicitária em espaços públicos urbanos deverá ser precedida de procedimento administrativo, que poderá incluir procedimento licitatório competitivo, e que associe o direito de ativação e utilização dos equipamentos de publicidade à entrega de equipamentos e/ou serviços públicos aos cidadãos.

§1º. O procedimento administrativo mencionado no *caput*, preferencialmente e sempre que possível, deverá ocorrer mediante processo licitatório e precedido de estudos de viabilidade econômico-financeira, estabelecendo as regras competitivas aos potenciais licitantes.

Art. 23. O prazo de autorização para exploração publicitária deverá ser o mínimo necessário para viabilizar economicamente a entrega, manutenção e operação dos equipamentos e/ou serviços de interesse do Município, devendo respeitar os limites previstos na Lei Federal n. 14.133/2021 ou naquela(s) que lhe(s) vier(em) a substituir.



* C D 2 5 0 4 8 6 0 0 1 6 0 0 *



Art. 24. As regulamentações municipais quanto ao uso publicitário devem respeitar os princípios da liberdade econômica, nos termos do artigo 170 da Constituição Federal e da Lei nº 13.874/2019, garantindo a simplificação de processos e a redução da burocracia.

Art. 25. A instalação de painéis publicitários e outros meios de comunicação visual voltados para logradouros públicos deverá obedecer às diretrizes de zoneamento e às normas específicas de ordenamento urbano estabelecidas pelo Município.

CAPÍTULO V

DISPOSIÇÕES FINAIS

Art. 26. Esta lei estabelece um quadro normativo que busca equilibrar o desenvolvimento econômico da publicidade externa com a proteção ao meio ambiente e à segurança das pessoas, proporcionando um ambiente urbano organizado, seguro e esteticamente valorizado.

Art. 27. Esta lei entra em vigor na data de sua publicação, aplicando-se a todos os elementos publicitários instalados no território nacional.

Sala da Comissão, em 22 de maio de 2025.

Deputado DAVID SOARES
Relator

Anexo IV – Gabinete 235 – Tels: (61) 3215.3235- CEP 70.160-900

Brasília – DF – e-mail: dep.davidsoares@camara.leg.br



* C D 2 5 0 4 8 6 0 0 1 6 0 0 *



Câmara dos Deputados

COMISSÃO DE COMUNICAÇÃO

PROJETO DE LEI Nº 585, DE 2021

III - PARECER DA COMISSÃO

A Comissão de Comunicação, em reunião extraordinária realizada hoje, mediante votação ocorrida por processo simbólico, concluiu pela aprovação do Projeto de Lei nº 585/2021, com Substitutivo, nos termos do Parecer do Relator, Deputado David Soares.

Registraram presença à reunião os seguintes membros:

Julio Cesar Ribeiro - Presidente, Amaro Neto, André Figueiredo, Antonio Andrade, Bia Kicis, Cabo Gilberto Silva, Capitão Alberto Neto, Cezinha de Madureira, Cleber Verde, David Soares, Fábio Teruel, Juscelino Filho, Ossesio Silva, Rodrigo da Zaeli, Rodrigo Estacho, Silas Câmara, Simone Marquetto, Albuquerque, Bibo Nunes, Delegado Paulo Bilynskyj, Franciane Bayer, Gustavo Gayer, Lucas Ramos e Luizianne Lins.

Sala da Comissão, em 28 de maio de 2025.

Deputado JULIO CESAR RIBEIRO
Presidente



Para verificar a assinatura, acesse <https://infoleg-autenticidade-assinatura.camara.leg.br/CD253572061000>

Assinado eletronicamente pelo(a) Dep. Julio Cesar Ribeiro



COMISSÃO DE COMUNICAÇÃO

SUBSTITUTIVO ADOTADO AO PROJETO DE LEI Nº 585, DE 2021

Define diretrizes nacionais para a publicidade e a mídia OOH (out of home), com foco na segurança viária e na preservação ambiental, visando reduzir impactos no trânsito e no meio ambiente.

O Congresso Nacional decreta:

CAPÍTULO I

DEFINIÇÕES, OBJETIVOS E DIRETRIZES

Art. 1º Esta Lei estabelece diretrizes nacionais para a veiculação de publicidade e mídia Out of Home (OOH), com foco na segurança viária, na proteção ambiental e na harmonia da paisagem urbana.

Art. 2º São objetivos desta lei:

I - a proteção, preservação e recuperação do patrimônio cultural, histórico, artístico e paisagístico, bem como do meio ambiente natural ou construído da cidade;

II - zelo pela segurança da população, das edificações e do logradouro público;

III - estimular o equilíbrio entre a arrecadação decorrente da contrapartida pelos benefícios concedidos e o dispêndio de recursos necessário à implementação dos direitos de exploração publicitária propostos.

Art. 3º Constituem diretrizes a serem observadas na colocação dos elementos que compõem a paisagem urbana:

I - garantir o livre acesso de pessoas e bens à infraestrutura urbana, sem comprometer a segurança ou a mobilidade urbana;

II - respeitar a sinalização de interesse público, de modo a não confundir motoristas na condução de veículos e garantir a livre e segura locomoção de pedestres;





CÂMARA DOS DEPUTADOS COMISSÃO DE COMUNICAÇÃO

III - promover a gestão da harmonia visual urbana, planejando previamente os locais onde poderão ser exercidos os direitos de exploração publicitária em harmonia com a paisagem urbana e natural;

IV - proteger e preservar o patrimônio cultural, histórico, artístico, paisagístico e o meio ambiente natural ou construído;

V - compatibilizar as modalidades de anúncios com os locais onde possam ser veiculados, de acordo com a importância estética, histórica ou ambiental das áreas.

Art. 4º Para fins desta lei, entende-se por:

I - Elementos publicitários: estruturas, dispositivos e meios, analógicos ou digitais, estáticos ou dinâmicos, utilizados para exibir mensagens promocionais em espaços públicos ou privados, visando promover produtos, serviços, marcas ou causas, e englobam painéis, empenas, topos de edifícios, outdoors e mobiliário urbano, entre outros formatos, respeitando as normas de segurança e ordenamento urbano.

II - Mídia Out of Home (OOH): veículo de comunicação visual instalado fora do ambiente residencial, visível ao público em espaços abertos ou fechados de circulação comum, englobando anúncios publicitários, painéis, totens e demais formas de mídia, analógicos ou digitais, estáticos ou dinâmicos, destinadas à veiculação de publicidade.

III - Paisagem urbana: espaço aéreo e a superfície externa de qualquer elemento natural ou construído, tais como água, fauna, flora, construções, edifícios, anteparos, superfícies aparentes de equipamentos de infra-estrutura, de segurança e de veículos automotores, anúncios de qualquer natureza, elementos de sinalização urbana, equipamentos de informação e comodidade pública e logradouros públicos, visíveis por qualquer observador situado em áreas de uso comum do povo.

IV - Ambiente urbano: espaço formado por elementos naturais e construídos, destinado ao uso comum, que inclui vias públicas, praças, parques, edifícios, e outros espaços de convivência coletiva.

V - Segurança viária: conjunto de métodos, ações e normas existentes necessários para a circulação segura de pessoas e veículos nas ruas e rodovias, com a finalidade de prevenir e reduzir o risco de acidentes.

VI - Harmonia visual urbana: equilíbrio e organização dos elementos na paisagem urbana de forma a promover o bem-estar, a

Apresentação: 23/06/2025 11:36:11.877 - CCOM
SBT-A 1 CCOM => PL 585/2021

SBT-A n.1





CÂMARA DOS DEPUTADOS COMISSÃO DE COMUNICAÇÃO

segurança, a valorização do ambiente, a fluidez nos deslocamentos e a preservação dos elementos culturais e naturais.

VII - Anúncio: qualquer veículo de comunicação visual presente na paisagem visível do logradouro público, composto de área de exposição e estrutura.

VIII - Anúncio indicativo: aquele que visa apenas identificar, no próprio local da atividade, os estabelecimentos e/ou profissionais que dele fazem uso.

IX - Anúncio publicitário: aquele destinado à veiculação de publicidade, instalado fora do local onde se exerce a atividade;

X - Anúncio especial: aquele que possui características específicas, com finalidade cultural, eleitoral, educativa ou imobiliária.

XI - Outdoor: formato tradicional de mídia exterior, geralmente encontrado às margens de ruas e rodovias, com tamanho padrão de 9m x 3m e usado para veiculação de campanhas publicitárias em períodos bissemanais.

XII- Frontlight: painel publicitário com estrutura metálica no qual a propaganda é impressa em uma lona e possui iluminação externa e frontal, com as luzes posicionadas em frente ao painel, iluminando a imagem de forma indireta.

XIII- Backlight: painel publicitário com estrutura metálica no qual a propaganda é impressa em uma lona e possui iluminação traseira, de dentro para fora.

XIV - Fachada: qualquer das faces externas de uma edificação principal ou complementar, tais como torres, caixas d`água, chaminés ou similares.

XV - Empena: estruturas grandes que exibem publicidade em paredes cegas de edifícios, ou seja, paredes sem janelas, e que comportam anúncios de grande escala, comuns em áreas urbanas densas, podendo ser analógicos ou digitais, estáticos ou dinâmicos.

XVI - Topos de prédios: anúncios colocados no topo de edifícios, visíveis de grandes distâncias e usados para criar uma presença marcante na paisagem urbana, analógicos ou digitais, estáticos ou dinâmicos.

XVII - Painel rodoviário: painéis de grande porte, instalados ao longo das zonas rurais dos municípios, podendo ser iluminados de forma indireta e que estão com a publicidade voltadas para as rodovias;





CÂMARA DOS DEPUTADOS COMISSÃO DE COMUNICAÇÃO

XVIII - Mobiliário urbano: conjunto de elementos que podem ocupar o espaço público, implantados, direta ou indiretamente, pela Administração Municipal nas seguintes formas:

- a. abrigo de ônibus
- b. relógios de hora e temperatura
- c. placas toponímicas
- d. bancas de Jornal / Revista
- e. academia de ginástica
- f. circulação e transportes;
- g. ornamentação da paisagem e ambientação urbana;
- h. descanso e lazer;
- i. serviços de utilidade pública;
- j. comunicação e publicidade;
- k. atividade comercial;
- l. acessórios à infraestrutura;
- m. dentre outros.

XIX - 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 Município, e suas áreas envoltórias.

CAPÍTULO II DA PROTEÇÃO AO AMBIENTE

Art. 5º O direito a um ambiente urbano equilibrado é fundamental para a qualidade de vida nas cidades, devendo ser garantido por meio de políticas que promovam a harmonia dos elementos instalados em áreas públicas e privadas e a paisagem urbana.

Art. 6º A proteção ao ambiente urbano inclui a obrigação de assegurar que a instalação de anúncios respeite a integridade estética e ambiental das cidades, evitando a degradação do espaço público.

Art. 7º Nos termos e nos limites do artigo 30, incisos VIII e IX da Constituição Federal, a competência para regulamentar e fiscalizar a instalação de anúncios em zonas urbanas ou rurais, em áreas públicas ou privadas, cabe aos municípios, os quais devem

Apresentação: 23/06/2025 11:36:11.877 - CCOM
SBT-A 1 CCOM => PL 585/2021

SBT-A n.1





CÂMARA DOS DEPUTADOS
COMISSÃO DE COMUNICAÇÃO

estabelecer normas específicas para garantir a preservação do meio ambiente local, considerando as particularidades de cada região.

Art. 8º É proibida a instalação de anúncios em leitos de rios, cursos d'água, reservatórios, lagos e represas, de acordo com a legislação específica de cada município.

Art. 9º Os municípios regrarão a instalação de anúncios em sítios e edifícios protegidos, visando a conciliar a preservação de sua integridade e valor histórico, cultural, estético e ambiental, dentre os quais são protegidos:

I - os sítios e edifícios com valor histórico, arquitetônico, estético ou cultural: monumentos, edifícios tombados, espaços arquitetônicos singulares e outros bens reconhecidos por seu valor cultural e histórico, que são protegidos por legislação específica em níveis municipal, estadual ou federal.

II - os sítios naturais: parques, reservas naturais, jardins, praças públicas, cursos d'água e canais, que são preservados por sua relevância ecológica e estão listados em registros municipais específicos para áreas naturais e de preservação ambiental.

III - instituições educacionais diante do seu valor simbólico, cultural ou educacional significativo.

Art. 10 Os municípios, em suas respectivas competências, devem adotar medidas para assegurar que a instalação de elementos publicitários:

I - não comprometa a integridade das áreas de preservação ambiental e dos recursos hídricos, respeitando as restrições estabelecidas em legislações federais, estaduais e municipais;

II - respeite a vegetação arbórea e outros elementos naturais, evitando a remoção de vegetação significativa para a instalação de anúncios;

III - garanta que os elementos publicitários sejam integrados de maneira harmoniosa ao ambiente urbano.

Art. 11 A fiscalização e a aplicação de sanções relativas à instalação irregular de anúncios em áreas protegidas ou de interesse ambiental deverão ser realizadas pelas autoridades municipais competentes, com o apoio de órgãos federais e estaduais quando necessário.

CAPÍTULO III



* C D 2 5 2 6 1 9 0 2 9 9 0 0 *



**CÂMARA DOS DEPUTADOS
COMISSÃO DE COMUNICAÇÃO**

DA SEGURANÇA VIÁRIA

Art. 12 A instalação de anúncios publicitários em zonas urbanas e rurais deve ser realizada de forma a garantir a segurança viária, minimizando os riscos de acidentes e assegurando a fluidez e a organização do trânsito.

Art. 13 É vedada a instalação de anúncios que prejudiquem a visibilidade de sinais de trânsito, semáforos, placas de sinalização ou qualquer outro elemento destinado à orientação de motoristas e pedestres.

Art. 14 Os anúncios, sejam eles instalados em áreas públicas ou privadas, em zonas urbanas ou rurais, incluindo vias públicas e rodovias, devem ser instalados de modo a não prejudicar o trânsito seguro de veículos, especialmente em áreas de grande fluxo, de alta velocidade, de cruzamentos, de curvas, de faixas de pedestres e de zonas escolares.

Art. 15 A localização de anúncios deve ser cuidadosamente planejada para não obstruir a visão de motoristas e pedestres, especialmente em trechos críticos como entradas e saídas de garagens e túneis, rotatórias e interseções.

Art. 16 A instalação de anúncios em proximidade com passarelas, pontes e viadutos devem observar normas específicas que garantam que tais estruturas não sejam comprometidas, tanto em termos de visibilidade quanto de segurança estrutural.

Art. 17 Os anúncios devem ser instalados de modo a não interferir no funcionamento de dispositivos de controle de tráfego, como sensores de velocidade, radares e câmeras de monitoramento, garantindo que esses dispositivos continuem a operar com eficiência e precisão.

Art. 18 A instalação de elementos publicitários em rodovias federais, estaduais e municipais, incluindo suas áreas lindeiras e faixas de domínio, deve observar as normas de proteção ambiental e ordenamento territorial, conforme a regulamentação estabelecida por parte de cada ente federativo responsável pela administração da respectiva rodovia e as normas de segurança viária estabelecidas pelo órgão federal do Sistema Nacional de Trânsito – SNT, podendo os Estados e Municípios complementarem as normas federais de segurança.

§1º As faixas de domínio, compreendendo o espaço destinado à circulação de veículos e à implantação de serviços auxiliares, têm sua utilização regulamentada pelo órgão competente da administração rodoviária, que deverá estabelecer critérios para a instalação de

Apresentação: 23/06/2025 11:36:11.877 - CCOM
SBT-A 1 CCOM => PL 585/2021

SBT-A n.1





CÂMARA DOS DEPUTADOS
COMISSÃO DE COMUNICAÇÃO

anúncios, garantindo a segurança viária e a preservação do ambiente natural.

§2º As áreas lindeiras, entendidas como as faixas de terreno adjacentes às faixas de domínio das rodovias, estão sujeitas à regulamentação do Município no que tange à instalação de publicidade, observando as diretrizes locais de ordenamento urbano, preservação do meio ambiente e harmonia paisagística.

Art. 19 A permissão de uso de painéis digitais para publicidade externa deve garantir que a luminosidade seja ajustada para assegurar segurança e conforto visual, respeitando os parâmetros de luminosidade recomendados para diferentes períodos do dia, utilizando-se de luz branca do anoitecer até o amanhecer um total de 600 cd/m².

§1º Os painéis luminosos devem estar equipados com sensores automáticos ou sistema de gerenciamento de ajuste de brilho, garantindo que a luminosidade seja ajustada de maneira dinâmica conforme as condições de luz ambiente.

Art. 20 A fiscalização da conformidade dos anúncios com as normas de segurança viária será realizada pelos órgãos competentes, que devem aplicar sanções em caso de descumprimento.

Art. 21 Os demais requisitos técnicos, padrões operacionais e disposições complementares necessários à segurança viária serão definidos pelo Conselho Nacional de Trânsito (Contran), no âmbito de sua competência.

CAPÍTULO IV

DO INTERESSE PÚBLICO E PRIVADO E DO RETORNO ECONÔMICO

Art. 22 A autorização para exploração publicitária em espaços públicos urbanos deverá ser precedida de procedimento administrativo, que poderá incluir procedimento licitatório competitivo, e que associe o direito de ativação e utilização dos equipamentos de publicidade à entrega de equipamentos e/ou serviços públicos aos cidadãos.

§1º O procedimento administrativo mencionado no caput, preferencialmente e sempre que possível, deverá ocorrer mediante processo licitatório e precedido de estudos de viabilidade econômico-financeira, estabelecendo as regras competitivas aos potenciais licitantes.

Art. 23 O prazo de autorização para exploração publicitária deverá ser o mínimo necessário para viabilizar economicamente a





CÂMARA DOS DEPUTADOS
COMISSÃO DE COMUNICAÇÃO

Apresentação: 23/06/2025 11:36:11.877 - CCOM
SBT-A 1 CCOM => PL 585/2021
SBT-A n.1

entrega, manutenção e operação dos equipamentos e/ou serviços de interesse do Município, devendo respeitar os limites previstos na Lei Federal n. 14.133/2021 ou naquela(s) que lhe(s) vier(em) a substituir.

Art. 24 As regulamentações municipais quanto ao uso publicitário devem respeitar os princípios da liberdade econômica, nos termos do artigo 170 da Constituição Federal e da Lei nº 13.874/2019, garantindo a simplificação de processos e a redução da burocracia.

Art. 25 A instalação de painéis publicitários e outros meios de comunicação visual voltados para logradouros públicos deverá obedecer às diretrizes de zoneamento e às normas específicas de ordenamento urbano estabelecidas pelo Município.

CAPÍTULO V

DISPOSIÇÕES FINAIS

Art. 26 Esta lei estabelece um quadro normativo que busca equilibrar o desenvolvimento econômico da publicidade externa com a proteção ao meio ambiente e à segurança das pessoas, proporcionando um ambiente urbano organizado, seguro e esteticamente valorizado.

Art. 27 Esta lei entra em vigor na data de sua publicação, aplicando-se a todos os elementos publicitários instalados no território nacional.

Sala da Comissão, em 28 de maio de 2025.

Deputado **Julio Cesar Ribeiro**
Presidente



* C D 2 5 2 6 1 9 0 2 9 9 0 0 *

FIM DO DOCUMENTO