



Câmara Municipal de Jundiaí  
São Paulo

LEI Nº. 8.584, de 14/01/2016

VETO PARCIAL  
REJEITADO

Vencimento
01/03/16

W. Manfredi Nº  
Diretoria Legislativa  
18/01/16 08

Processo: 74.175

### PROJETO DE LEI Nº. 11.948

Autoria: PREFEITO MUNICIPAL (PEDRO BIGARDI)

Ementa: Disciplina a publicidade ao ar livre; e revoga a correlata Lei 3.566/90 e suas alterações.

Arquive-se

W. Manfredi  
Diretoria Legislativa  
24/02/2016



**PROJETO DE LEI Nº. 11.948**

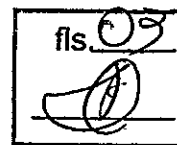
<b>Diretoria Legislativa</b>  À Diretoria Financeira, após a Consultoria Jurídica.  <i>W. Manfredi</i> Diretora 15/12/2015	<b>Prazos:</b>	<b>Comissão</b>	<b>Relator</b>
	projetos 20 dias vetos 10 dias orçamentos 20 dias contas 15 dias aprazados 7 dias	20 dias 10 dias 20 dias 15 dias 7 dias	7 dias - - - 3 dias
Parecer CJ nº. 1107		<b>QUORUM: MS</b>	

Comissões	Para Relatar:	Voto do Relator:
À CJR.  <i>W. Manfredi</i> Diretora Legislativa 16/12/15	<input checked="" type="checkbox"/> avoco  _____ Presidente 16/12/15	<input checked="" type="checkbox"/> favorável <input checked="" type="checkbox"/> contrário <input checked="" type="checkbox"/> CEO <input type="checkbox"/> CDCIS <input type="checkbox"/> CECLAT <input checked="" type="checkbox"/> CIMU <input type="checkbox"/> COSAP <input type="checkbox"/> COPUMA <input type="checkbox"/> Outras: _____ _____ Relator / / 1352
À CFO  <i>W. Manfredi</i> Diretora Legislativa 16/12/15	<input checked="" type="checkbox"/> avoco  _____ Presidente 16/12/15	<input checked="" type="checkbox"/> favorável <input type="checkbox"/> contrário _____ Relator 16/12/15 1352
À C.F.R. (Veto)  Diretora Legislativa 02/02/2016	<input checked="" type="checkbox"/> avoco  _____ Presidente 02/02/2016	<input type="checkbox"/> favorável <input checked="" type="checkbox"/> contrário _____ Relator 02/02/16 1389
À _____  Diretora Legislativa / /	<input type="checkbox"/> avoco  _____ Presidente / /	<input type="checkbox"/> favorável <input type="checkbox"/> contrário _____ Relator / /
À _____  Diretora Legislativa / /	<input type="checkbox"/> avoco  _____ Presidente / /	<input type="checkbox"/> favorável <input type="checkbox"/> contrário _____ Relator / /

--	--	--



**PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE JUNDIAÍ - SP**



**OF. GP.L. n° 515/2015**

**Processo n° 20.989-1/2013**

**Jundiaí, 08 de dezembro de 2015.**

**Excelentíssimo Senhor Presidente:**

Permitimo-nos encaminhar à esclarecida apreciação dessa Colenda Casa de Leis, a presente Projeto de Lei que visa regulamentar a publicidade ao ar livre no Município, bem como revogar a Lei n° 3.566, de 18 de junho de 1990 e suas alterações, além de outras leis esparsas relacionadas à matéria.

Na oportunidade, reiteramos nossos protestos de elevada estima e distinta consideração.

Atenciosamente,

  
**PEDRO BIGARDI**  
Prefeito Municipal

Ao

Exmo. Sr.

**Vereador MARCELO ROBERTO GASTALDO**

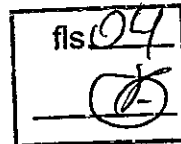
Presidente da Câmara Municipal de Jundiaí

Nesta

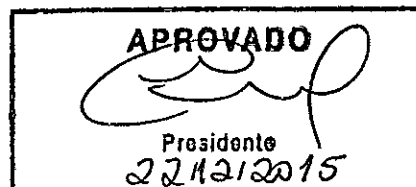
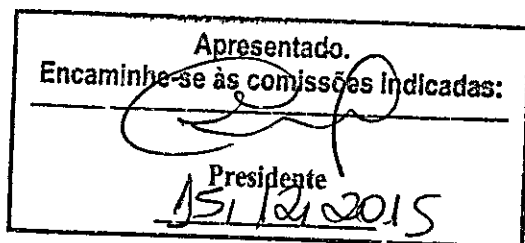
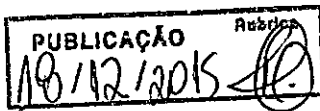
scc.1



PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE JUNDIAÍ - SP



Processo nº 20.989-1/2013



PROJETO DE LEI Nº 11.948

Capítulo I - Dos Objetivos

Art. 1º. A publicidade ao ar livre no Município de Jundiaí reger-se-á pelas disposições desta Lei e, independentemente de sua modalidade, tipo e localização, dependerá de prévia licença da Prefeitura, visando a:

I - ordenar a exploração, ocupação e uso do espaço e do mobiliário urbano para a veiculação de mensagens ou anúncios de publicidade;

II - preservar a paisagem urbana e rural da degradação e da poluição visual, tendo em vista o interesse coletivo e a sustentabilidade ambiental, social e econômica do Município;

III - favorecer o equilíbrio entre os direitos dos cidadãos e os interesses dos anunciantes e agentes de publicidade, objetivando o bem coletivo e o pleno desenvolvimento das funções sociais da cidade.

§ 1º O interesse social, a segurança e a saúde públicas, a preservação e a recuperação da paisagem contra a degradação ambiental, sobrepõe-se aos interesses dos anunciantes e dos agentes de publicidade.

§ 2º A paisagem constitui direito difuso de todos, e o Poder Público Municipal tem o dever de preservá-la, assegurando a boa qualidade estética bem como os referenciais paisagísticos de interesse coletivo e valor sociocultural e histórico.



**Capítulo II - Dos Conceitos e Definições**

Art. 2º. Considera-se publicidade ao ar livre todo anúncio na forma de mensagem de comunicação visual, presente na paisagem e visível a partir de logradouro público, composto da área de exposição e seu suporte ou estrutura.

Art. 3º. Anúncio é a indicação de referência a produto, serviço, atividade ou evento; de promoção e divulgação comercial e institucional, de pessoas ou de ideias, realizada por quaisquer meios e formas de comunicação, incluindo o uso de texto, imagem, desenho e grafismo.

§ 1º Para efeitos desta Lei, os anúncios serão classificados em:

I - pequeno porte: anúncios de até 3,99m<sup>2</sup> (três metros e noventa e nove centímetros quadrados);

II - médio porte: anúncios entre 4,0 (quatro metros quadrados) e 14,99m<sup>2</sup> (quatorze metros e noventa e nove centímetros quadrados);

III - grande porte: anúncios a partir de 15m<sup>2</sup> (quinze metros quadrados).

§ 2º Considera-se luminoso o anúncio com sistema de iluminação embutido na estrutura (back-light) ou com iluminação projetada sobre ele (front-light).

Art. 4º. Anunciante é a empresa, instituição, profissional liberal ou pessoa beneficiária do anúncio.

Art. 5º. Agente de publicidade é a empresa de propaganda, promoção ou comunicação visual, proprietária ou responsável pelo veículo de divulgação ou pela campanha.

Art. 6º. Paisagem é o bem público constituído da interação contínua e dinâmica entre os elementos naturais, edificados ou criados e o próprio homem, numa constante relação de escala, forma, função e movimento.

Art. 7º. Veículo de divulgação ou de propaganda é qualquer meio de divulgação visual e audiovisual, os painéis, placas, cartazes, panfletos, banners, faixas; as pinturas, projeções visuais, fotografias, apliques adesivados ou afixados, além de outros meios e recursos assemelhados, inclusive os que se utilizem de pessoas como suporte (homens-seta, homens-



placa), meio e aparato para a divulgação de mensagens de propaganda ao público, visível a partir de logradouro público.

Art. 8º. Áreas de interesse paisagístico são sítios significativos, vias e espaços públicos ou privados e demais bens de relevante interesse paisagístico, sociocultural, turístico, histórico, arquitetônico ou ambiental, legalmente definidos.

Art. 9º. Mobiliário urbano é o conjunto de equipamentos e recursos instalados nos logradouros e espaços públicos e que constituem a infraestrutura urbana, tais como, postes e suportes de iluminação e sinalização públicas, telefonia, abrigos e pontos de parada do transporte público, coletores de lixo, hidrantes, entre outros.

### Capítulo III - Dos Anúncios: suas Modalidades e Tipos

Art. 10. Para fins de definição e enquadramento, os anúncios são classificados de acordo com as seguintes modalidades:

I - indicativo: identifica o negócio ou atividade, necessariamente exercida no local em que está instalado, informando apenas o nome, que pode ser acompanhado de símbolo ou logomarca, a atividade principal, o endereço e o telefone;

II - promocional: divulga e ou promove marcas, produtos, empresas ou instituições, negócios e eventos, ideias ou pessoas;

III - promocional-especial: usado para a divulgação de campanhas eventuais, promoções comerciais por tempo determinado, veiculada nos espaços e imóveis privados, obrigatoriamente sob responsabilidade de empresa inscrita no Cadastro Fiscal Municipal, por período de exposição de até 30 (trinta) dias.

IV - Institucional: transmite informações do Poder Público e organizações culturais; das entidades representativas da sociedade civil e organizações beneficentes ou similares, sem finalidade comercial - eventos realizados por instituição da mesma natureza, com sede no município, por período de exposição de até 60 (sessenta) dias.

V - concessional-cooperativo: o anúncio instalado em equipamento ou próprio público, inscrito ou afixado em peças do mobiliário urbano, decorrente de regular processo de outorga ou termo de cooperação firmado com o poder público municipal, observadas as disposições legais.



**Capítulo IV – Das Condições Gerais para o Licenciamento, Cadastro de Anúncios e de Empresas de Publicidade.**

Art. 11. Nenhum anúncio ou veículo de divulgação poderá ser instalado ou exposto ao público, ou ainda mudado de local, sem prévio licenciamento ou autorização da Secretaria Municipal de Planejamento e Meio Ambiente.

§ 1º O pedido de licença ou autorização para a veiculação de anúncio deverá ser instruído com a seguinte documentação:

I - requerimento com dados do responsável e da publicidade a ser licenciada, acompanhado dos demais documentos indicados nos incisos deste parágrafo;

II - desenho do anúncio com descrição das estruturas de sustentação;

III - foto atual do imóvel;

IV - croqui de localização dos anúncios no imóvel e endereço dos locais de instalação;

V - autorização do proprietário do imóvel;

VI - declaração de responsabilidade em face do conteúdo do anúncio; das normas técnicas e dos eventuais danos que as peças venham causar a terceiros.

§ 2º O requerimento para licenciamento deverá ser apresentado diretamente ao protocolo ou por meio da internet, portal da Prefeitura, devidamente instruído e acompanhado da documentação que vier a ser exigida, de acordo com a modalidade e tipo do anúncio, nos termos desta Lei.

§ 3º A critério dos órgãos municipais competentes, poderão ser exigidos laudos e pareceres técnicos complementares, conforme o caso.

§ 4º Os pedidos de licenciamento serão analisados no prazo máximo de 60 (sessenta) dias, a contar da data do protocolo do pedido.

Art. 12. Apurada qualquer irregularidade em anúncio autorizado, seu proprietário será notificado para corrigi-la no prazo máximo de 15 (quinze) dias, ou em até 24 horas, no caso de oferecer riscos à população, sob pena de cancelamento do licenciamento e demais sanções legais.



## PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE JUNDIAÍ - SP

fls. 08

0

Parágrafo único. Em caso de risco iminente, a área em torno do anúncio deverá ser isolada pelos responsáveis até que sejam eliminadas as causas do problema.

Art. 13. Os anúncios, bem como os seus suportes, devem estar contidos no interior dos imóveis e obedecer aos limites de afastamento em relação aos vizinhos, nos termos previstos nesta Lei.

§ 1º Nos casos de painéis com duas ou mais faces, cada uma delas será considerada para efeito de medição da área do anúncio.

§ 2º O anúncio, em nenhuma hipótese, poderá:

I - vedar a fachada principal da edificação;

II - prejudicar o acesso a serviço ou à livre circulação bem como apresentar potenciais de risco.

§ 3º Quando se tratar de anúncio luminoso, em nenhuma hipótese, poderá ter sua luminosidade projetada de modo a provocar incômodo ou ofuscamento;

§ 4º Todo anúncio, independente da modalidade e tipo, atenderá as normas técnicas pertinentes à segurança e estabilidade de seus elementos, bem como àquelas emitidas pela ABNT-Associação Brasileira de Normas Técnicas, em especial as relacionadas às distâncias das redes de distribuição de energia elétrica e gás.

§ 5º O anúncio, ainda:

I - respeitará a vegetação arbórea significativa, assim definida pelos setores de planejamento urbano e meio ambiente;

II - será mantido em bom estado de conservação, quanto à estabilidade, resistência dos materiais e aspecto visual;

III - não poderá causar confusão ou dúvida em relação à sinalização de trânsito ou a mensagens institucionais de orientação ao público, numeração imobiliária e denominação de logradouros;

IV - não poderá prejudicar a visualização de bens de valor cultural, arquitetônico e ou paisagísticos, legalmente definidos.

§ 6º A fachada do imóvel deverá encontrar-se em bom estado de conservação.

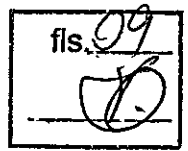
§ 7º Todo anúncio no alto de edifícios será considerado anúncio promocional, para os efeitos desta Lei.

0





## PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE JUNDIAÍ - SP



§ 8º Independente da modalidade ou tipo, é vedada a instalação de anúncios em toldos e telhados ou apoiados em marquises.

Art. 14. Será exigida a apresentação da Anotação de Responsabilidade Técnica – ART ou Registro de Responsabilidade Técnica – RRT e memorial descritivo para os anúncios de médio e grande porte.

Parágrafo único. A critério dos setores técnicos, desde que justificada a necessidade, poderão ser exigidas Anotação de Responsabilidade Técnica – ART ou Registro de Responsabilidade Técnica - RRT, além de outras garantias, independente das dimensões e características do anúncio.

Art. 15. Na publicidade mediante emprego de balão, utilizar-se-á o processo de inflar ou a gás, observado o seguinte:

I - no caso de utilização de processo a gás, este deverá ser não inflamável, atóxico, não-corrosivo, inodoro, inerte e não-reativo, de modo a não trazer risco de acidentes à saúde da população;

II - o interessado deverá apresentar laudo da empresa competente, assegurando as condições estabelecidas no inciso anterior;

III - declaração de atendimento as regras do Comando da Aeronáutica – COMAR.

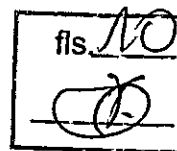
Art. 16. A instalação de anúncio em imóvel adjacente à via pavimentada fica condicionada à existência de passeio e à execução de serviços de limpeza do terreno, conservação e pintura de muros, grades e fachadas, na forma prevista na legislação aplicável à espécie.

Art. 17. As estruturas de sustentação e suportes dos anúncios que permanecerem instalados e visíveis, ainda que as peças com as mensagens ou imagens tenham sido removidas, estão sujeitas às regras e restrições impostas por esta Lei e continuam passíveis das sanções decorrentes.

Art. 18. É permitido aos operadores dos serviços de transporte de passageiros individual e coletivo urbano, afixar publicidade comercial em seus veículos, respeitadas as disposições da legislação municipal aplicável e do Código de Trânsito Brasileiro.



## PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE JUNDIAÍ - SP



Art. 19. Para os efeitos desta Lei, não serão considerados anúncios:

I - as indicações das unidades e serviços da Administração Direta, autarquias e empresas públicas, bem como as mensagens de divulgação de obras, programas e projetos oficiais, campanhas e eventos realizadas pela Administração Direta e demais órgãos públicos;

II - as mensagens institucionais, com ou sem patrocínio, colocadas em áreas de proteção ambiental e bens do patrimônio histórico;

III - os dispositivos que contenham mensagens indicativas, de segurança ou utilidade pública, quando não estiverem acompanhadas de citações ou logomarcas de cunho publicitário;

IV - as placas e dispositivos, inscrição ou pintura com mensagens obrigatórias por legislação federal, estadual ou municipal;

V - as placas indicativas e informativas, nas obras de construção civil, dos nomes de empresas que executam ou fornecem serviços e materiais, engenheiros e arquitetos responsáveis pelos projetos ou execução das obras;

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

VII - as inscrições ou placas com o nome de prédios e condomínios;

VIII - placas ou adesivos com indicação de monitoramento de empresas de segurança desde que não ultrapassem a área de 0,04m<sup>2</sup> (quatro centésimos de metro quadrado);

IX - logomarcas inscritas em bombas, densímetros e similares nos postos de abastecimento;

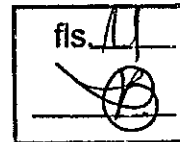
X - adesivos, pinturas ou apliques com a bandeira dos cartões de crédito, recargas de celulares e assemelhados, desde que não ultrapassem a área de 0,09m<sup>2</sup> (nove centésimos de metro quadrado);

XI - cartazes e pôsteres afixados nas bancas de jornais e revistas, desde que exclusivamente de promoção das publicações comercializadas, até o limite de 1/3 (um terço) do espaço ocupado pela banca.

Art. 20. Deverá ser fixado no canto inferior esquerdo dos anúncios indicativos e promocionais, de forma legível, o número do Cadastro Municipal de Anúncios – CadAn.



## PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE JUNDIAÍ - SP



Parágrafo único. A Prefeitura disponibilizará o acesso ao CadAn em seu portal na internet, visando informar ao cidadão:

I - o período do licenciamento do anúncio;

II - o nome da pessoa física ou jurídica a quem foi concedida a licença.

Art. 21. É vedada a propaganda:

I - em postes de iluminação pública, sinalização de trânsito e indicação de lugares;

II - em árvores;

III - num raio de 15 (quinze) metros de distância de semáforos;

IV - em calçadas, vias e logradouros públicos, sob a forma de cavaletes, abordagem de pessoas ou quaisquer outras;

V - que exceda 12 (doze) metros de altura, considerando o ponto mais alto de sua estrutura;

VI - em próprio público, abrigo para passageiros, coletor de resíduos e demais itens do mobiliário urbano, salvo quando se tratar de publicidade nas modalidades autorizadas por esta lei;

VII - que se utilize de pessoas ou animais, como suporte (homens-seta, homens-placa e semelhantes).

### Seção I – Do Anúncio Indicativo

Art. 22. O *anúncio indicativo*, necessariamente instalado no local onde o anunciante exerce sua atividade, deverá atender aos seguintes limites e condições:

I - nos imóveis com testada de até 50m (cinquenta metros):

a) área máxima, em metros quadrados, correspondente à metade da largura da testada, até o limite de 12,00m<sup>2</sup> (doze metros quadrados);

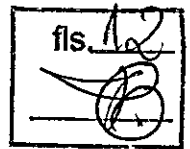
b) afastamento mínimo de 0,50m (cinquenta centímetros) em relação aos imóveis vizinhos, edificadas ou não;

II - nos imóveis com testada superior a 50,00m (cinquenta metros) e até 100,00m (cem metros):

5



## PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE JUNDIAÍ - SP



III - área máxima, em metros quadrados, correspondente à metade da largura da testada, aumentada na proporção de  $1,00\text{m}^2$  (um metro quadrado) para cada metro linear de recuo do anúncio em relação ao alinhamento frontal, até o limite de  $37,00\text{m}^2$  (trinta e sete metros quadrados);

IV - afastamento mínimo de  $4,00\text{m}$  (quatro metros) em relação aos imóveis vizinhos, edificados ou não;

V - nos imóveis com testada superior a  $100,00\text{m}$  (cem metros):

a) área máxima, em metros quadrados, correspondente à metade da largura da testada, aumentada na proporção de  $1,00\text{m}^2$  (um metro quadrado) para cada metro linear de recuo do anúncio em relação ao alinhamento frontal, até o limite de  $81,00\text{m}^2$  (oitenta e um metros quadrados);

b) afastamento mínimo de  $8,00\text{m}$  (oito metros) em relação aos imóveis vizinhos, edificados ou não.

§ 1º. Independente da largura da testada, o anúncio indicativo instalado deverá ter:

I - altura máxima de  $6,00\text{m}$  (seis metros) quando instalado junto ao alinhamento, podendo chegar a  $12,00\text{m}$  (doze metros) mediante o aumento do limite na proporção de  $1,00\text{m}$  (um metro) de altura para cada metro de recuo do anúncio em relação ao alinhamento frontal;

II - altura mínima de  $2,20\text{m}$  (dois metros e vinte centímetros), medida da base do anúncio ou suporte até o piso, quando o painel ou sua estrutura avançar sobre o passeio público;

III - avanço máximo de  $0,20\text{m}$  (vinte centímetros) sobre o passeio público, permitido apenas quando não houver recuo da edificação em relação ao alinhamento.

§ 2º. o anúncio indicativo pintado diretamente em caixas d'água, torres, empenas, fachadas ou muros não está sujeito ao limite de altura.

Art. 23. Nas edificações de uso comercial ou misto, com mais de três unidades comerciais, distribuídas em mais de um pavimento, deverá ser disponibilizado espaços individualizados para a publicidade das atividades, em painel instalado no nível do passeio público ou do pavimento térreo, quando houver recuo da edificação.

Art. 24. Os anúncios indicativos com área total de até  $2,0\text{m}^2$  (dois metros quadrados), inscritos no Cadastro de Anúncios – CadAn, estarão isentos do pagamento da taxa de publicidade.



Art. 25. Quando no mesmo imóvel forem instalados anúncios indicativos e promocionais, o limite de área máxima a ser considerado, somados todos os anúncios, é aquele definido para o anúncio promocional.

Parágrafo único. O anúncio promocional, neste caso, também estará sujeito às regras previstas na Seção II deste Capítulo.

Art. 26. As regras para os anúncios indicativos instalados nos imóveis da região central do Município serão definidas por Decreto.

Parágrafo único. Poderão ser instituídas, por meio de Decreto, outras áreas especiais e de interesse específico, com regras diferenciadas, visando a atender as peculiaridades do local, tais como áreas de interesse paisagístico, histórico ou arquitetônico, bem como os centros comerciais nos bairros.

### Seção II - Do Anúncio Promocional

Art. 27. O **anúncio promocional**, para instalação em imóveis edificadas ou não, deverá atender aos limites e condições estabelecidas por esta Lei, de acordo com sua tipologia, a saber:

- I - tipo I: anúncio com área máxima de 12m<sup>2</sup>;
- II - tipo II: anúncio com área máxima de 27m<sup>2</sup>;
- III - tipo III: anúncio com área máxima de 54m<sup>2</sup>;
- IV - tipo IV: anúncio com área máxima de 108m<sup>2</sup>.

Art. 28. O licenciamento para o **anúncio promocional** será efetuado de acordo com a testada do imóvel para a qual o anúncio faz frente, conforme tipo definido pelo art. 27 e pelos incisos seguintes:

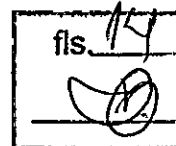
- I - nos imóveis com testada igual ou superior a 15m: anúncio tipo I (até 12m<sup>2</sup>);
- II - nos imóveis com testada superior a 25m: anúncio do tipo II (até 27m<sup>2</sup>);
- III - nos imóveis com testada superior a 50m: anúncio do tipo III (até 54m<sup>2</sup>);
- IV - nos imóveis com testada superior a 100m: anúncio do tipo IV (até 108m<sup>2</sup>).

§ 1º Para os anúncios na modalidade promocional será exigido seu afastamento mínimo em relação aos imóveis vizinhos, edificadas ou não, de acordo com o tipo, conforme segue:

D



## PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE JUNDIAÍ - SP



- I - para os anúncios do tipo I e II: 5,0m (cinco) metros de afastamento mínimo;
- II - para os anúncios do tipo III e IV: 10,0m (dez) metros de afastamento mínimo.

§ 2º Visando à preservação da estética, da perspectiva panorâmica e da visibilidade, o licenciamento de anúncios com área superior a 27m<sup>2</sup> (vinte e sete metros quadrados) somente serão permitidos nos imóveis com frente para rodovias ou vias marginais, após análise e autorização da Secretaria de Planejamento e Meio Ambiente.

§ 3º É vedada a pintura ou adesivagem de anúncio promocional diretamente sobre muros e paredes externas ou fachadas da edificação.

Art. 29. Não serão permitidos anúncios promocionais nos imóveis localizados, nas áreas e vias indicadas abaixo, conforme classificação da Lei de Zoneamento e Ocupação do Solo:

- I - Área Central - compreendida pelo Polígono de Proteção do Patrimônio Histórico e Zona de Serviço e Comércio Central (ZS1);
- II - Território de Gestão da Serra do Japi;
- III - áreas especiais – que vierem a ser instituídas por Decreto;
- IV - na macrozona rural.

### Subseção I – Do anúncio promocional de empreendimento imobiliário

Art. 30. A publicidade de empreendimento imobiliário somente será autorizada após aprovação do projeto respectivo pela Administração e seu registro imobiliário, quando for o caso.

§ 1º Dos anúncios constarão, em caracteres facilmente legíveis:

- I - número do processo administrativo cujo projeto foi aprovado;
- II - número do registro imobiliário do empreendimento, quando for o caso;
- III - nome e número de registro dos responsáveis técnicos pelo projeto.

§ 2º A infração ao disposto neste artigo implica, além das sanções administrativas e penais cabíveis.

I - cumulativamente:

- a) recolhimento ou retirada do anúncio, conforme o caso, no prazo de 5 (cinco) dias;



- b) multa de R\$ 6.600,00 (seis mil e seiscentos reais).
- II - se não atendida no prazo a exigência do inciso I do §2º deste artigo:
  - a) recolhimento ou retirada imediata do anúncio;
  - b) multa de R\$ 6.600,00 (seis mil e seiscentos reais) cada 5 (cinco) dias de manutenção da infração;
  - c) suspensão das obras até que as irregularidades sejam corrigidas.

**Subsecção II - Da Publicidade por meio de Folhetos e Similares Distribuídos nas Vias  
Públicas**

Art. 31. A publicidade realizada através de folhetos equipara-se, no que couber, à publicidade promocional e sua distribuição somente será permitida:

I - diretamente nos estabelecimentos comerciais, domicílios ou portarias dos loteamentos fechados e condomínios, entregue diretamente às pessoas ou colocadas nas caixas de correio;

II - pelo prazo de 30 (trinta) dias, no período compreendido entre 07h00 e 19h00;

III - após o licenciamento prévio, feito junto à Secretaria Municipal de Planejamento e Meio Ambiente.

§ 1º Do pedido de licenciamento prévio deverá constar o requerimento da campanha com:

- I - a qualificação da empresa e pessoa responsável pelo licenciamento;
- II - locais de distribuição pretendidos;
- III - número de agentes distribuidores;
- IV - período de distribuição;
- V - nota fiscal da empresa que confeccionou os impressos;
- VI - número da nota fiscal do prestador de serviço responsável pela distribuição, quando inscrito em Jundiaí;
- VII - quantidade de panfletos a serem distribuídos, não inferior ao somatório das quantidades mínimas para cada bairro, conforme tabelas anexas a esta Lei;
- VIII - prova de recolhimento da taxa respectiva.



§ 2º O prazo da campanha poderá ser prorrogado uma única vez, além dos trinta dias iniciais, após pedido fundamentado, a critério da Secretaria Municipal de Planejamento e Meio Ambiente.

§ 3º É proibida:

- I - a distribuição de folhetos e similares nas ruas e demais logradouros públicos;
- II - a entrega aos motoristas, bem como a colocação nos veículos estacionados;
- III - o lançamento em garagens, jardins e quintais;
- IV - o abandono ou descarte em áreas públicas ou particulares;
- V - a abordagem de pessoas.

§ 4º O descumprimento do disposto neste artigo sujeita os infratores às seguintes penalidades, cumulativamente:

- I - apreensão do material;
- II - cancelamento da licença e autorização respectiva;
- III - multa de R\$ 1.320,00 (um mil trezentos e vinte reais), dobrada na reincidência.

### Subsecção III - Do Anúncio Promocional-especial

Art. 32. O anúncio *promocional-especial*, de caráter eventual, usado para a veiculação de mensagens promocionais de natureza comercial, como faixa, banner, adesivo, placa móvel, cavalete ou assemelhado, deverá atender aos limites e condições a seguir:

I - área do anúncio limitada a 20% (vinte por cento) da área máxima prevista para o imóvel, até o limite de 3 peças;

II - exposição exclusivamente no interior do imóvel, sendo vedado o uso das paredes externas da edificação, quando não houver recuo em relação a divisa com o passeio público, bem como de toldos, marquises, coberturas e telhados.

Art. 33. Os anúncios das agências imobiliárias, instalados nos imóveis oferecidos para locação ou venda, deverão obedecer aos limites a seguir:

I - a área ou a soma das áreas dos anúncios não ultrapasse a 0,50m<sup>2</sup> (cinquenta decímetros quadrados);





II - as placas, faixas e assemelhados com as mensagens de venda ou locação estejam afixadas na fachada, muros ou grades de fechamento do imóvel anunciado ou estejam contidas dentro do lote.

Parágrafo único. Os anúncios em desacordo com o previsto neste artigo serão tratados como anúncios promocionais.

### Seção III – Do Anúncio Institucional

Art. 34. O *anúncio institucional* é modalidade orientada para a divulgação de evento de interesse ou utilidade pública, promovida pelo poder público, organizações sociais e entidades sem fins lucrativos, com sede ou filial no município de Jundiaí, sendo sua veiculação permitida, inclusive em espaços públicos, por período de exposição de no máximo 60 (sessenta) dias.

Parágrafo único. A Secretaria Municipal de Planejamento e Meio Ambiente poderá autorizar a exposição de anúncio institucional em espaços públicos previamente definidos, ouvidas a Secretaria Municipal de Transportes e a Secretaria Municipal de Serviços Públicos, no que couber.

### Seção IV – Do Anúncio Concessional-Cooperativo

Art. 35. A publicidade em terrenos públicos, próprios municipais e no mobiliário urbano, poderá ser admitida, na forma de concessão pública e ou na forma de projetos de cooperação entre o Poder Público Municipal e a iniciativa privada ou organizações sociais, observadas as seguintes condições:

I - no caso de concessão de uso de terrenos, próprios municipais e equipamentos públicos, mediante procedimento licitatório e o regular processo de outorga;

II - no caso dos projetos de cooperação entre o Poder Público e a iniciativa privada ou organizações sociais – para exposição de anúncios em próprios municipais ou logradouros, mediante parceria, firmada após avaliação da secretaria ou órgão municipal que propôs o ajuste, de acordo o disposto na legislação específica.

§ 1º Independente da modalidade, o espaço destinado à publicidade terá os mesmos limites e condições previstas para a publicidade promocional.



§ 2º A publicidade e os seus suportes atualmente expostos e que estejam em desacordo com as normas ora instituídas, deverão ser adequadas no prazo de 1 (um) ano a contar da data de publicação desta lei.

### Capítulo V - Dos Prazos e das Taxas de Licenciamento dos Anúncios

Art. 36. O licenciamento ou autorização será concedida por tempo determinado, de acordo com a modalidade e tipo do anúncio, conforme segue:

- I - para o *anúncio indicativo*, pelo prazo de 2 (dois) anos;
- II - para o *anúncio promocional*, pelo prazo de 2 (dois) anos;
- III - para o *anúncio promocional-especial*, pelo período máximo de 30 (trinta) dias;
- IV - para o *anúncio institucional*, pelo período máximo de 60 (sessenta) dias;
- V - para o anúncio concessional-cooperativo, pelo período previsto no termo de outorga ou cooperação.

Parágrafo único. Os prazos para os anúncios tratados neste artigo não se aplicam à publicidade por meio de folhetos e similares.

Art. 37. A Taxa de Fiscalização de Licença de Publicidade para anúncios indicativos e promocionais será cobrada anualmente, de acordo com o Código Tributário Municipal, por meio da emissão da guia de recolhimento sob a responsabilidade da Secretaria Municipal de Planejamento e Meio Ambiente.

Parágrafo único. Na ausência de pedido expresso de cancelamento da licença, ao final do período de vigência, a mesma será automaticamente prorrogada com o recolhimento da taxa correspondente.

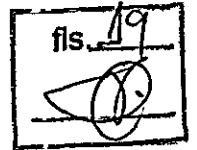
### Capítulo VI - Das Responsabilidades, Infrações e Penalidades

Art. 38. São considerados solidariamente responsáveis pela publicidade exposta e por eventuais danos dela decorrentes:

- I - o proprietário ou o possuidor do veículo de divulgação;
- II - o proprietário do imóvel onde se encontra instalada.
- III - o anunciante;



## PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE JUNDIAÍ - SP



IV - o profissional técnico responsável e a empresa instaladora.

Art. 39. A infração a dispositivo desta Lei, sujeitará os infratores às seguintes penalidades:

I - notificação para a regularização ou remoção do anúncio, observados os seguintes prazos máximos:

a) 24 horas a partir da notificação, para a remoção de anúncio instalado sem o licenciamento prévio obrigatório em local ou via onde é expressamente vedada a instalação;

b) 15 dias a partir da notificação, para a regularização ou remoção de anúncio instalado sem licença ou em desacordo com o desenho aprovado;

c) 30 dias a partir da notificação, para a remoção de anúncio com o licenciamento vencido e para o qual não houve prorrogação;

II - aplicação de multa conforme estabelecido nesta Lei e no Código Tributário Municipal, dobrada na reincidência;

III - cancelamento da licença com a consequente remoção do anúncio pela Prefeitura, as expensas do infrator.

Art. 40. Constitui, ainda, infração punível nos termos desta Lei a exibição de publicidade:

I - em mau estado de conservação ou sem ostentar o número de licença ou cadastro de forma legível: multa diária correspondente a 10% (dez por cento) do valor da licença;

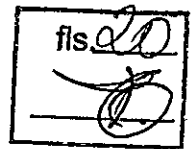
II - para a qual haja a determinação de remoção: multa diária correspondente a 20% (vinte por cento) do valor da licença.

§ 1º Os responsáveis pelo anúncio deverão manter a disposição da fiscalização a documentação comprobatória do licenciamento e cadastro do anúncio bem como os comprovantes de pagamento das taxas, no que for de sua responsabilidade.

§ 2º A permanência da estrutura de sustentação ou suporte de anúncio, ainda que removida a peça com a mensagem, constitui infração análoga à descrita no inciso I do artigo 40 e sujeita os responsáveis à mesma penalidade.



## PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE JUNDIAÍ - SP



Art. 41. O licenciamento para a instalação de anúncios não implica no reconhecimento pela Administração, da segurança e estabilidade de sua estrutura de sustentação ou suporte.

### Capítulo VII - Da Fiscalização

Art. 42. A fiscalização da publicidade ao ar livre será exercida pela Secretaria Municipal de Planejamento e Meio Ambiente, visando:

- I - orientar e incentivar a aplicação das normas e legislação pertinentes;
- II - notificar, advertir, autuar e multar os infratores;
- III - determinar a remoção da publicidade irregular;
- IV - providenciar, no âmbito de suas competências, a suspensão ou cancelamento do CadAn;
- V - propor ou determinar o cancelamento da licença concedida;
- VI - propor ações que viabilizem a aplicação e o cumprimento das normas e posturas municipais previstas por esta Lei, prevenindo riscos à segurança e à saúde públicas, corrigindo distorções, inadequações, abusos e ilegalidades constatadas.

Parágrafo único. Na exploração de publicidade em abrigos de ônibus, paradas, estações, terminais de transporte coletivo e pontos de transporte individual, a fiscalização e controle será exercida, no que couber, em conjunto com a Secretaria Municipal de Transportes.

### Capítulo VII - Das Disposições Gerais e Transitórias

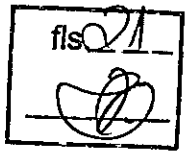
Art. 43. A publicidade no interior dos centros de compra, galerias e assemelhados, quando não sejam visíveis a partir de logradouro público, não está sujeita aos limites e condições de instalação estabelecidas por esta Lei, porém estão sujeitas ao licenciamento e ao pagamento das taxas.

Parágrafo único. Para o licenciamento, o responsável ou anunciante deverá protocolar no setor de protocolo requerimento acompanhado de desenho ou arte dos anúncios pretendidos e Declaração de responsabilidade.

Art. 44. Os valores arrecadados com tarifas, taxas, licenças e multas, provenientes da aplicação desta Lei serão destinados ao Fundo Municipal de Conservação da Qualidade Ambiental, criado pela Lei Complementar nº 341 de 14 de junho de 2002.



## PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE JUNDIAÍ - SP



Art. 45. A publicidade atualmente exposta e licenciada que esteja em desacordo com as normas ora instituídas, deverá ser regularizada na renovação do licenciamento.

§ 1º A publicidade considerada não regularizável deverá ser retirada no prazo máximo de 30 (trinta) dias, contados da data da notificação;

§ 2º Findo o prazo para a remoção e verificada a persistência da infração, o órgão competente fará a remoção da publicidade as expensas do infrator, sem prejuízo de aplicação de multa ao responsável;

§ 3º A publicidade exposta em área pública sem a devida autorização, será removida pela Prefeitura, independente de notificação, ficando o infrator sujeito à multa e ao reembolso das despesas decorrentes da remoção;

§ 4º Em caso de risco iminente para pedestres, bens públicos ou de terceiros, a publicidade será retirada de imediato, sem prejuízo das sanções cabíveis.

Art. 46. As disposições desta Lei aplicam-se à propaganda eleitoral, naquilo que não contrariar a legislação federal e estadual específicas.

Art. 47. Esta lei entrará em vigor na data de sua publicação.

Art. 48. Ficam revogadas as Leis nºs. 3.566, de 18 de junho de 1990, 3.958 de 02 de julho de 1992, 3.982 de 17 de setembro de 1992, 3.998, de 6 de outubro de 1992; 4.005, de 19 de outubro de 1992; 4.095, de 15 de fevereiro de 1993; 4.132, de 10 de maio de 1993; 4.500, de 21 de dezembro de 1994; 4.594, de 14 de junho de 1995; 4.615, de 16 de agosto de 1995; 5.092, de 06 de fevereiro de 1998; 5.124, de 05 de maio de 1998; 5.209, de 08 de dezembro de 1998; 5.235, de 18 de março de 1999; 5.635 de 26 de junho de 2001; 5.776 de 15 de abril de 2002; 5.872 de 09 de agosto de 2002; 6.449 de 26 de novembro de 2004; 6.543 de 16 de maio de 2005; 6.733 de 14 de agosto de 2006; 7.019 de 17 de março de 2008; 7.051 de 15 de maio de 2008; 7.239 de 20 de fevereiro de 2009; 7.448 de 28 de abril de 2010; 7.534 de 31 de agosto de 2010; 7.907 de 31 de agosto de 2012; 7.969 de 07 de dezembro de 2012; 8.097 de 25 de novembro de 2013 e 8.253 de 11 de julho de 2014.

  
**PEDRO BIGARDI**  
Prefeito Municipal

scc.1



PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE JUNDIAÍ - SP

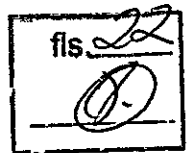


TABELA I

TAXA DE PUBLICIDADE - Panfletos - QTDE MÍNIMOS POR BAIRRO		
Cód.	BAIRRO	TOTAL DE IMÓVEIS CONSTRUÍDOS
Tabela para Distribuição de Panfletos em todos os Imóveis		
1	Agapeama	2.404
2	Alvorada Vl.	3.778
3	Anhangabaú	3.437
4	Arens Vl. / Progresso Vl.	5.536
5	Caxambú	943
6	Cecap	1.592
7	Centenário Pq.	438
8	Centro (exceto quadrilátero área central)	6.814
9	Colégio Pq. Do	1.519
10	Colônia	2.124
11	Curupira	169
12	Eloy Chaves Pq.	3.765
13	Pq. Industrial Jundiaí/ Almerinda/ Varjão	1.130
14	Horto Florestal	692
15	Hortolândia	3.222
16	Ivoturucaia	596
17	Jundiaí Mirim	2.070
18	Lago Jd. Do	4.557
19	Malota	273
20	Maringá Vl.	3.699
21	Medeiros	1.503
22	Municipal Vl.	1.426
23	Nambi Vl.	928
24	Pacaembú Jd.	2.738
25	Ponte São João	3.232
26	Rami Vl.	3.653
27	Retiro	2.683
28	Rio Branco Vl.	2.972
29	Samambaia Jd.	650
30	Santa Gertrudes Jd.	1.755
31	São Camilo Jd.	1.652
32	Setor Industrial/ Lot. Residencial Faz. Grande	1.440
33	Tamoio Jd.	2.242
34	Torres de São José	2.259
35	Tulipas Jd. Das	1.263
36	Vianelo /Bonfiglioli	5.908
37	TODO O MUNICÍPIO (exceto quadrilátero central)	85.062





PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE JUNDIAÍ - SP

fls. 23

TABELA II

TAXA DE PUBLICIDADE - Panfletos - QTDE MÍNIMOS POR BAIRRO		
Cód.	BAIRRO:	RESID. E APTOS EM CONDOMÍNIOS
Tabela para Distribuição de Panfletos somente em Residências e Apartamentos		
1	Agapeama	2.217
2	Alvorada Vl.	3.538
3	Anhangabaú	2.879
4	Arens Vl. / Progresso Vl.	4.514
5	Caxambú	818
6	Cecap	1.560
7	Centenário Pq.	396
8	Centro (exceto quadrilátero central)	4.495
9	Colégio Pq. Do	1.260
10	Colônia	1.898
11	Curruçupira	151
12	Eloy Chaves Pq.	3.597
13	Pq. Industrial Jundiaí/ Almerinda/ Varjão	1.080
14	Horto Florestal	639
15	Hortolândia	2.838
16	Ivoturucaia	568
17	Jundiaí Mirim	1.851
18	Lago Jd. Do	4.300
19	Malota	272
20	Maringá Vl.	3.452
21	Medeiros	1.362
22	Municipal Vl.	1.027
23	Nambi Vl.	848
24	Pacaembú Jd.	2.590
25	Ponte São João	2.642
26	Rami Vl.	3.103
27	Retiro	2.324
28	Rio Branco Vl.	2.644
29	Samambaia Jd.	620
30	Santa Gertrudes Jd.	1.601
31	São Camilo Jd.	1.559
32	Setor Industrial/ Lot. Residencial Faz. Grande	1.410
33	Tamoio Jd.	1.894
34	Torres de São José	1.982
35	Tulipas Jd. Das	1.160
36	Vianelo /Bonfiglioli	5.026
37	TODO O MUNICÍPIO (exceto quadrilátero central)	74.115



PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE JUNDIAÍ - SP

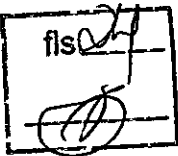


TABELA III

TAXA DE PUBLICIDADE - Panfletos - QTDE MÍNIMOS POR BAIRRO		
Cód.	BAIRRO:	RESIDÊNCIAS:
Tabela para Distribuição de Panfletos somente em Residências		
1	Agapeama	1.989
2	Alvorada Vl.	2.875
3	Anhangabaú	2.142
4	Arens Vl. / Progresso Vl.	3.494
5	Caxambú	818
6	Cecap	1.560
7	Centenário Pq.	396
8	Centro (exceto quadrilátero área central)	2.643
9	Colégio Pq. Do	945
10	Colônia	1.794
11	Curruçã	151
12	Eloy Chaves Pq.	1.812
13	Pq. Industrial Jundiaí/ Almerinda/ Varjão	1.080
14	Horto Florestal	639
15	Hortolândia	2.396
16	Ivoturucaia	568
17	Jundiaí Mirim	1.851
18	Lagoa Jd. Do	4.244
19	Malota	272
20	Maringá Vl.	2.332
21	Medeiros	1.312
22	Municipal Vl.	836
23	Nambi Vl.	848
24	Pacaembú Jd.	2.278
25	Ponte São João	2.310
26	Rami Vl.	2.456
27	Retiro	844
28	Rio Branco Vl.	2.451
29	Samambaia Jd.	604
30	Santa Gertrudes Jd.	1.601
31	São Camilo Jd.	1.559
32	Setor Industrial/ Lot. Residencial Faz. Grande	1.410
33	Tamoio Jd.	1.512
34	Torres de São José	1.534
35	Tulipas Jd. Das	1.160
36	Vianelo /Bonfiglioli	3.397
37	TODO O MUNICÍPIO (exceto quadrilátero central)	60.113





PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE JUNDIAÍ - SP

fls. 25  
D

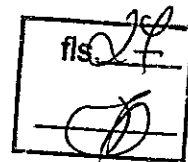
TABELA I V

TAXA DE PUBLICIDADE - Panfletos - QTDE MÍNIMOS POR BAIRRO		
Cód.	BAIRRO:	COMERCIO E OUTROS
Tabela para Distribuição de Panfletos somente em Comércio		
1	Agapeama	187
2	Alvorada Vl.	240
3	Anhangabaú	558
4	Arens Vl. / Progresso Vl.	1.022
5	Caxambú	125
6	Cecap	32
7	Centenário Pq.	42
8	Centro (exceto quadrilátero área central)	2.319
9	Colégio Pq. Do	259
10	Colônia	226
11	Curupira	18
12	Eloy Chaves Pq.	168
13	Pq. Industrial Jundiaí/ Almerinda/ Varjão	50
14	Horto Florestal	53
15	Hortolândia	384
16	Ivoturucaia	28
17	Jundiaí Mirim	219
18	Lago Jd. Do	257
19	Malota	1
20	Maringá Vl.	247
21	Medeiros	141
22	Municipal Vl.	399
23	Nambi Vl.	80
24	Pacaembú Jd.	148
25	Ponte São João	590
26	Rami Vl.	550
27	Retiro	359
28	Rio Branco Vl.	328
29	Samambaia Jd.	30
30	Santa Gertrudes Jd.	154
31	São Camilo Jd.	93
32	Setor Industrial/ Lot. Residencial Faz. Grande	30
33	Tamoio Jd.	348
34	Torres de São José	277
35	Tulipas Jd. Das	103
36	Vianelo /Bonfiglioli	882
37	TODO O MUNICÍPIO (exceto quadrilátero central)	10.947



TABELA V

TAXA DE PUBLICIDADE - Panfletos - QTDE MÍNIMOS POR BAIRRO		
Cód.	BAIRRO:	APARTAMENTOS EM CONDOMÍNIO
Tabela para Distribuição de Panfletos somente em Apartamentos		
1	Agapeama	228
2	Alvorada Vl.	663
3	Anhangabaú	737
4	Arens Vl. / Progresso Vl.	1.020
5	Caxambú	0
6	Cecap	0
7	Centenário Pq.	0
8	Centro (exceto quadrilátero área central)	1.852
9	Colégio Pq. Do	315
10	Colônia	104
11	Curupira	0
12	Eloy Chaves Pq.	1.785
13	Pq. Industrial Jundiaí/ Almerinda/ Varjão	0
14	Horto Florestal	0
15	Hortolândia	442
16	Ivoturucaia	0
17	Jundiaí Mirim	0
18	Lago Jd. Do	56
19	Malota	0
20	Maringá Vl.	1.120
21	Medeiros	50
22	Municipal Vl.	191
23	Nambi Vl.	0
24	Pacaembú Jd.	312
25	Ponte São João	332
26	Rami Vl.	647
27	Retiro	1.480
28	Rio Branco Vl.	193
29	Samambaia Jd.	16
30	Santa Gertrudes Jd.	0
31	São Camilo Jd.	0
32	Setor Industrial/ Lot. Residencial Faz. Grande	0
33	Tamoio Jd.	382
34	Torres de São José	448
35	Tulipas Jd. Das	0
36	Vianelo /Bonfiglioli	1.629
37	TODO O MUNICÍPIO (exceto quadrilátero central)	14.002



JUSTIFICATIVA

**Excelentíssimo Senhor Presidente;**

**Senhores Vereadores:**

Submetemos a apreciação dessa E. Edilidade o presente Projeto de Lei que visa regulamentar a publicidade ao ar livre no Município, bem como revogar a Lei nº 3.566, de 18 de junho de 1990 e suas alterações, além de outras leis esparsas relacionadas à matéria.

A medida se justifica em razão da necessidade de atualização da legislação vigente, que se apresenta defasada, eis que parte dela é datada do início da década de 1990 e já não atende às demandas atuais, frente à dinâmica social. Ademais, as diversas alterações e regulamentos, que superam o número de 30 (trinta), acabam dificultando o entendimento e a aplicação das regras.

Importante registrar, também, que o Estatuto da Cidade, instituído pela Lei Federal nº 10.257/2001, elevou a preservação da paisagem urbana ao patamar de direito difuso coletivo.

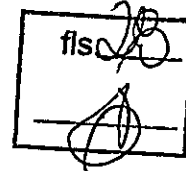
Sob essa ótica, a presente iniciativa visa assegurar, dentre outros objetivos, a proteção, preservação e recuperação do meio ambiente natural e construído, do patrimônio cultural, histórico, artístico, paisagístico e arqueológico neste Município, constituindo relevantes ações de política pública.

Nesse sentido, a publicidade ao ar livre, se não for ordenada pelo Poder Público, certamente se tornará causa importante de degradação da paisagem e até poderá conflitar com sinalizações de trânsito.

Assim sendo, a presente propositura converge para o atendimento dos anseios da sociedade, na medida em que serve de instrumento para regular e organizar a publicidade ao ar livre, em harmonia com os parâmetros paisagísticos-urbanísticos, buscando o crescimento planejado da cidade.



## PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE JUNDIAÍ - SP



A medida tem adequação orçamentária, conforme demonstrativo de impacto que acompanha a presente, vez que não haverá assunção de despesa pública.

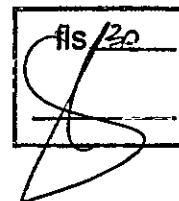
Desta forma, demonstrados os motivos que ensejam o presente Projeto de Lei, certos estamos de contar com o total apoio dos Nobres Edis, para a sua integral aprovação.



**PEDRO BIGARDI**  
Prefeito Municipal

scc.1





(Compilação – última alteração: Lei nº 8.253, de 11/07/2014)\*

LEI N.º 3.566, DE 18 DE JUNHO DE 1990

Consolida as leis sobre Propaganda.

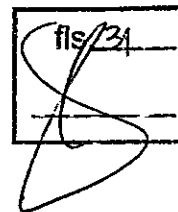
ÍNDICE

CAPÍTULO I	<u>DA PROPAGANDA EM LOGRADOUROS PÚBLICOS</u>	02
Seção I	DA PROPAGANDA EM PLACAS TOPONÍMICAS	02
Seção II	DA PROPAGANDA EM ABRIGOS PARA PASSAGEIROS	03
Seção III	DA PROPAGANDA EM PONTOS	03
Seção IV	DA PROPAGANDA EM MARCADORES LUMINOSOS	03
Seção V	DA PROPAGANDA EM BANCOS DE GRANITO	04
Seção VI	DA PROPAGANDA EM COLETORES DE RESÍDUOS E PROTETORES DE ÁRVORES	04
Seção VI-A	DA DISTRIBUIÇÃO DE FOLHETOS E SIMILARES EM VIAS PÚBLICAS	05
Seção VII	DAS PROIBIÇÕES	06
CAPÍTULO II	<u>DA PROPAGANDA EM EDIFICAÇÕES, MUROS E TAPUMES</u>	07
CAPÍTULO III	<u>DA PROPAGANDA EM ÔNIBUS, TÁXI E VEÍCULO DE TRANSPORTE ESCOLAR</u>	08
CAPÍTULO IV	<u>DA PROPAGANDA EM PRAÇAS ESPORTIVAS E TERRENOS PÚBLICOS</u>	08
Seção I	DA PROPAGANDA EM PRAÇAS ESPORTIVAS	09
Seção II	DA PROPAGANDA EM TERRENOS PÚBLICOS	10
CAPÍTULO V	<u>DA PROPAGANDA EM TERRENOS ADJACENTES ÀS ESTRADAS MUNICIPAIS</u>	10
Seção I	DISPOSIÇÕES PRELIMINARES	10
Seção II	DOS ANÚNCIOS	11
Seção III	DAS CONDIÇÕES DE LOCALIZAÇÃO	12
Seção IV	DA LICENÇA	13
Seção V	DA FISCALIZAÇÃO	14
Seção VI	DAS DISPOSIÇÕES FINAIS	15
CAPÍTULO V-A	<u>DA PROPAGANDA EM TERRENOS ADJACENTES ÀS VIAS PÚBLICAS</u>	15
CAPÍTULO V-B	<u>DA PROPAGANDA LUMINOSA AÉREA PERPENDICULAR ÀS VIAS PÚBLICAS</u>	16
CAPÍTULO VI	<u>DOS PRAZOS, TARIFAS E TAXAS</u>	16
CAPÍTULO VII	<u>DAS SANÇÕES</u>	17
CAPÍTULO VIII	<u>DISPOSIÇÕES GERAIS</u>	17

\* Esta compilação foi elaborada pela Câmara Municipal de Jundiaí com a finalidade de facilitar a consulta por munícipes e demais interessados. Ela não substitui as leis publicadas na Imprensa Oficial do Município.



Câmara Municipal de Jundiaí  
Estado de São Paulo



(Compilação da Lei nº 3.566/1990 -- pág. 2)

LEI N.º 3.566, DE 18 DE JUNHO DE 1990

Consolida as leis sobre Propaganda.

O PREFEITO DO MUNICÍPIO DE JUNDIAÍ, Estado de São Paulo, de acordo com o que decretou a Câmara Municipal, em Sessão Ordinária, realizada no dia 23 de maio de 1990, PROMULGA a seguinte lei:

CAPÍTULO I  
DA PROPAGANDA EM LOGRADOUROS PÚBLICOS

SEÇÃO I  
DA PROPAGANDA EM PLACAS TOPONÍMICAS

Art. 1º É autorizada a outorga de concessão para execução dos serviços de colocação de placas toponímicas, luminosas ou não, com direito à exploração de propaganda comercial.

Parágrafo único. A propaganda comercial deverá ser previamente submetida à aprovação do órgão municipal competente.

Art. 2º Do edital de concorrência deverão constar cláusulas assecuratórias do cumprimento das seguintes exigências pelo concessionário:

I – a sinalização deverá respeitar as normas impostas pelo órgão municipal competente;

II – indicação das dimensões e descrições dos materiais a serem empregados na confecção das placas e dos seus suportes;

III – as placas instaladas, bem como os seus acessórios, passarão a integrar automaticamente o patrimônio municipal, a título de doação, sem ônus para os cofres públicos;

IV – pagamento mensal do consumo de energia elétrica no valor equivalente a 48 (quarenta e oito) Kw/h, em relação a cada placa luminosa instalada, com base no preço cobrado à Prefeitura pela Eletricidade de São Paulo S/A - ELETROPAULO, excetuados os casos em que a ligação se efetuar sob responsabilidade direta do concessionário;

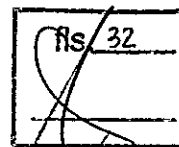
V – obrigação de manter as placas em perfeito estado de conservação e funcionamento, efetuando, sempre que necessário, os reparos e substituições.

Art. 3º O não cumprimento, pelo concessionário, dos dispositivos desta lei, bem como das cláusulas do contrato de concessão, ensejará a imediata rescisão deste pela Prefeitura, independentemente de indenização.

SEÇÃO II  
DA PROPAGANDA EM ABRIGOS PARA PASSAGEIROS



Câmara Municipal de Jundiá  
Estado de São Paulo



(Compilação da Lei nº 3.566/1990 – pág. 3)

Art. 4º Toda empresa poderá construir, a suas expensas, abrigo para passageiros em pontos de ônibus e de táxis, usando-os para publicidade comercial.

§ 1º A Administração estabelecerá:

- a) o projeto-padrão do abrigo;
- b) a localização do abrigo.

§ 2º À empresa interessada caberão:

- a) os reparos do local pela construção do abrigo;
- b) a conservação do abrigo, enquanto nele mantiver publicidade.

§ 3º A publicidade sujeitar-se-á a aprovação prévia pela Administração.

§ 4º Os serviços de construção e de publicidade deverão ser feitos de forma a não causar prejuízos à estética da paisagem urbana.

§ 5º O abrigo considerar-se-á incorporado ao patrimônio público de imediato, sem qualquer indenização em favor da empresa.

Art. 5º O direito ao uso publicitário do abrigo extinguir-se-á antes do prazo estabelecido no art. 62, no caso de:

- I – remoção do abrigo por interesse público;
- II – transferência ou extinção do ponto.

Parágrafo único. Em qualquer caso, não caberá indenização em favor da empresa, que, porém, nos casos dos itens I e II terá preferência em relação a outro ponto.

SEÇÃO III  
DA PROPAGANDA EM PONTOS

Art. 6º É autorizada outorga de concessão para colocação de placas de indicação de pontos de parada de ônibus, observado, no que couber, o disposto nos arts. 1º a 3º

SEÇÃO IV  
DA PROPAGANDA EM MARCADORES LUMINOSOS

Art. 7º É autorizada a outorga, mediante concorrência, de concessão de uso de logradouros públicos para instalação de luminosos publicitários, dotados de serviço de hora oficial, temperatura local e índice de poluição.

Art. 8º Os módulos, no mínimo 5 (cinco), terão suas especificações técnicas e localização em logradouros indicados pela Prefeitura e concessionário.

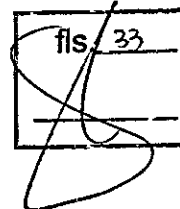
Art. 9º A concessão será formalizada por contrato e nenhum ônus acarretará à Prefeitura. Findo o prazo, o concessionário se obriga a retirar os módulos, efetuando, nos locais, os reparos necessários.

Art. 10. As despesas decorrentes da manutenção dos módulos correrão por conta do concessionário,





Câmara Municipal de Jundiaí  
Estado de São Paulo



(Compilação da Lei nº 3.566/1990 – pág. 4)

inclusive as emergentes da alimentação, por energia elétrica, dos luminosos. O concessionário terá também a obrigação de conservar os módulos em perfeito estado, reparando ou substituindo-os quando danificados, ou quando apresentarem defeitos de funcionamento.

Art. 11. Será de exclusiva responsabilidade do concessionário o conserto dos logradouros eventualmente danificados com a instalação dos módulos. Responderá também o concessionário pela correta execução dos reparos que venham a se tornar necessários, bem como por eventuais danos causados à canalização de luz, telefone, água e esgoto.

Art. 12. A qualquer tempo poderá a Prefeitura determinar a remoção dos módulos, quando assim exigir a execução de obras ou serviços públicos programados.

SEÇÃO V

DA PROPAGANDA EM BANCOS DE GRANITO

Art. 13. A Prefeitura Municipal é autorizada a receber, por doação, de estabelecimentos comerciais, industriais e bancários deste Município, bancos de granito para serem colocados nos jardins públicos. Parágrafo único. Enquadram-se nesta lei as pessoas jurídicas civis, organizadas para prestação de serviços profissionais e profissionais liberais.

Art. 14. Os bancos objeto da doação a que alude o artigo anterior obedecerão a um tipo padrão uniforme a ser adotado pela Prefeitura.

Art. 15. Serão permitidos nos bancos doados conforme esta lei, inscrições das quais constem o nome e a propaganda da firma doadora.

Art. 16. A Prefeitura Municipal é autorizada a instalar bancos de concreto de que trata o art. 13, em número nunca inferior a 5 (cinco), preferencialmente nos bairros do Município.

SEÇÃO VI

DAS PROIBIÇÕES

DA PROPAGANDA EM COLETORES DE RESÍDUOS E PROTETORES DE ÁRVORES

(Redação dada pela Lei n.º 5.124, de 05 de maio de 1998)

Art. 16-A. Toda empresa pode, mediante autorização da Prefeitura Municipal, construir ou instalar coletores de resíduos e protetores de árvores, a suas expensas, utilizando-os para publicidade comercial.

§ 1º A Administração estabelecerá:

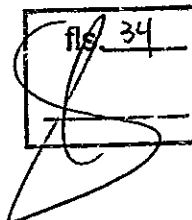
- a) projeto ou tipo-padrão;
- b) localização.

§ 2º À empresa interessada caberão:

- a) reparação do local;



Câmara Municipal de Jundiaí  
Estado de São Paulo



(Compilação da Lei nº 3.566/1990 – pág. 5)

b) manutenção e conservação permanentes dos coletores e protetores. (Artigo acrescido pela Lei nº 5.124, de 05 de maio de 1998)

SEÇÃO VI-A

DA DISTRIBUIÇÃO DE FOLHETOS E SIMILARES EM VIAS PÚBLICAS (Seção acrescida pela Lei nº 7.534, de 31 de agosto de 2010)

Art. 16-B. Toda distribuição de publicidade em via pública, gratuita ou remunerada, por qualquer forma e de qualquer tipo, é permitida, desde que:

~~I – no material haja mensagem educativa contra o seu lançamento no leito da via pública;~~

I – no material haja mensagem educativa contra o seu lançamento no leito da via pública e reprodução de imagens de pessoas desaparecidas no Município, preferencialmente crianças e adolescentes; (Inciso com redação dada pela Lei nº 7.969, de 07 de dezembro de 2012)

II – a distribuição seja feita:

a) em locais autorizados pelo órgão competente, já existente, da Prefeitura Municipal;

b) no período compreendido entre 07h00 e 19h00;

c) por agente uniformizado portador de crachá;

III – entrega direta a pessoas;

IV – colocação em caixas de correio;

V – entrega à recepção de condomínios comerciais ou industriais;

VI – mediante cadastramento da empresa respectiva junto ao órgão competente, já existente, da Prefeitura Municipal, e licenciamento ou autorização correlata, a requerimento instruído com:

a) indicação dos locais de distribuição pretendidos;

b) prova de recolhimento da taxa respectiva.

§ 1º Excetuam-se do disposto nesta lei os folhetos de caráter religioso.

§ 2º São vedados:

I – colocação em veículos estacionados;

II – entrega a motoristas de veículos, junto a semáforos;

III – lançamento em quintais, jardins, garagens e espaços similares e em imóveis abandonados;

IV – abandono ou descarte em logradouros públicos;

~~V – emprego de menores de idade para a distribuição.~~

V – emprego de menores de 16 (dezesseis) anos para a distribuição. (Inciso com redação dada pela Lei nº 8.253, de 11 de julho de 2014) (Artigo acrescido pela Lei nº 7.534, de 31 de agosto de 2010)

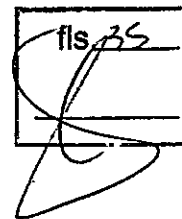
Art. 16-C. O descumprimento do disposto no art. 16-B sujeita o infrator às seguintes penalidades:

I – vetado;

II – apreensão do material, se faltar a respectiva licença ou autorização do Poder Público;



Câmara Municipal de Jundiaí  
Estado de São Paulo



(Compilação da Lei nº 3.566/1990 – pág. 6)

III – cancelamento da licença ou autorização respectiva, no caso de infração do disposto no inciso V do art. 16-B;

III – cancelamento da licença ou autorização respectiva, no caso de infração do disposto no inciso V do § 2º do art. 16-B; (Inciso com redação dada pela Lei n.º 8.253, de 11 de julho de 2014)

IV – multa no valor de R\$ 500,00 (quinhentos reais), dobrada na reincidência. (Inciso acrescido pela Lei n.º 8.253, de 11 de julho de 2014)

§ 1º Ao infrator é garantido o direito ao contraditório e a ampla defesa, no caso da aplicação das penalidades.

§ 2º A constatação do emprego de menores de idade para realização da distribuição obriga a autoridade administrativa a comunicar o fato à Delegacia Regional do Trabalho e ao Ministério Público. (Artigo acrescido pela Lei n.º 7.534, de 31 de agosto de 2010)

SEÇÃO VII

DA PROPAGANDA EM EDIFICAÇÕES, MUROS E TAPUMES  
DAS PROIBIÇÕES (Redação dada pela Lei n.º 5.124, de 05 de maio de 1998)

Art. 17. É vedado propaganda em:

I – postes de iluminação pública;

II – postes portadores de:

a) sinalização de trânsito;

b) indicação de lugares;

III – árvores;

IV – raio de 15 m. de distância de semáforos;

V – em calçadas, vias e logradouros públicos, sob a forma de caveletes, lançamento de volantes ou outras quaisquer;

Art. 17. É vedada propaganda:

I – em postes de:

a) iluminação pública;

b) sinalização de trânsito;

c) indicação de lugares;

II – em árvores; (“Caput” e incisos I e II com redação dada pela Lei n.º 5.124, de 05 de maio de 1998)

III – em árvores, excetuando-se em respectivos protetores; (Redação dada pela Lei n.º 3.982, de 17 de setembro de 1992)

III – num raio de 15,00m de distância de semáforos;

IV – em calçadas, vias e logradouros públicos, sob a forma de caveletes, lançamento de volantes ou quaisquer outras; (Incisos III e IV com redação dada pela Lei n.º 5.124, de 05 de maio de 1998)



~~V – em calçadas, vias e logradouros públicos, sob a forma de cavaldetes, lançamento de volantes ou outras quaisquer, à exceção dos coletores de resíduos. (Redação dada pela Lei n.º 3.982, de 17 de setembro de 1992)~~

~~V – em próprio público, abrigo para passageiros, coletor de resíduos e protetor de árvore, de: (Redação dada pela Lei n.º 5.124, de 05 de maio de 1998)~~

V – em próprio público, abrigo para passageiros, coletor de resíduos, protetor de árvore, e num raio de 800m (oitocentos metros) das escolas, de: (Redação dada pela Lei n.º 6.543, de 16 de maio de 2005)

a) fumo e seus derivados;

b) bebidas alcoólicas. (Alíneas acrescidas pela Lei n.º 5.124, de 05 de maio de 1998)

~~VI – pontes e viadutos, exceto por afixação de cartazes e painéis; (Inciso acrescido pela Lei n.º 4.597, de 19 de junho de 1995, que foi revogada pela Lei n.º 5.205, de 27 de novembro de 1998)~~

VI – grade fixada em via ou passeio público para delimitar o trânsito de pedestres; (Inciso acrescido pela Lei n.º 4.615, de 16 de agosto de 1995)

VII – de armas de fogo e munição. (Inciso acrescido pela Lei n.º 6.449, de 26 de novembro de 2004)

VIII – em pessoas. (Inciso acrescido pela Lei n.º 8.253, de 11 de julho de 2014)

~~Parágrafo único. A propaganda, na forma excepcional prevista nos incisos III e V deste artigo, dependerá de prévia permissão da Prefeitura Municipal, devendo os protetores de árvores e coletores de resíduos obedecer um tipo padrão uniforme adotado pela Prefeitura. (Parágrafo único acrescido pela Lei n.º 3.982, de 17 de setembro de 1992, e revogado pela Lei n.º 5.124, de 05 de maio de 1998)~~

## CAPÍTULO II

### DA PROPAGANDA EM EDIFICAÇÕES, MUROS E TAPUMES

Art. 18. A publicidade na parte externa de edificações particulares, muros e tapumes no Município deverá ser feita após a concessão de licença da Prefeitura Municipal.

§ 1º A publicidade a ser colocada nos muros e paredes laterais das edificações, voltada para área particular, dependerá de:

a) anuência do proprietário do imóvel onde será colocada a publicidade;

b) anuência do proprietário do imóvel para o qual estará voltada a publicidade;

c) comprovação de propriedade ou de posse legítima dos imóveis em questão. (Parágrafo acrescido pela Lei n.º 3.998, de 06 de outubro de 1992)

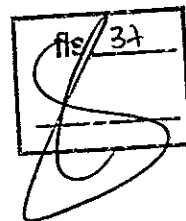
§ 2º Não será concedida licença de publicidade de cigarros, charutos, bebidas alcoólicas e medicamentos. (Parágrafo único renumerado pela Lei n.º 3.998, de 06 de outubro de 1992)

Art. 19. É vedada a instalação ou fixação de meios de publicidade em edifícios públicos.

~~Parágrafo único. Exceptuam-se da proibição os muros das escolas municipais, cujo uso para propaganda far-se-á mediante autorização da respectiva associação de pais e mestres, revertendo-se-lhe integralmente a renda auferida. (Parágrafo acrescido pela Lei n.º 4.095, de 15 de fevereiro de 1993)~~



Câmara Municipal de Jundiaí  
Estado de São Paulo



(Compilação da Lei nº 3.566/1990 – pág. 8)

Parágrafo único. Excetuam-se da proibição os muros das escolas municipais, cujo uso para propaganda far-se-á mediante autorização da respectiva associação de pais e mestres e da Secretaria Municipal de Educação, respeitadas as disposições da presente norma, revertendo-se integralmente a renda auferida à associação em tela. (Redação dada pela Lei n.º 5.635, de 26 de junho de 2001)

Art. 20. São considerados meios de publicidade os cartazes, avisos, programas, anúncios, painéis, quadros, letreiros e outros quaisquer veículos de publicidade a serem fixados ou pintados, excluída a propaganda eleitoral, na forma da lei que a regula.

Art. 21. Após o término da vigência do prazo da licença concedida, os meios empregados na publicidade deverão ser retirados.

CAPÍTULO III

DA PROPAGANDA EM TÁXIS

DA PROPAGANDA EM TÁXI E ÔNIBUS (Redação dada pela Lei n.º 4.500, de 21 de dezembro de 1994)

DA PROPAGANDA EM ÔNIBUS, TÁXI E VEÍCULO DE TRANSPORTE ESCOLAR (Redação dada pela Lei n.º 7.019, de 17 de março de 2008)

~~Art. 22. É permitido aos permissionários dos serviços de transportes de passageiros — táxi — afixar publicidade comercial em seus veículos, respeitadas as disposições do Código Nacional de Trânsito.~~

~~Art. 22. É permitido aos operadores dos serviços de transporte de passageiros, individual e coletivo urbano — táxi e ônibus de linha municipal —, afixar publicidade comercial em seus veículos, respeitadas as disposições do Código Nacional de Trânsito. (Redação dada pela Lei n.º 4.500, de 21 de dezembro de 1994)~~

Art. 22. Respeitada a lei federal de trânsito, é permitido afixar propaganda comercial em:

I – ônibus;

II – táxi;

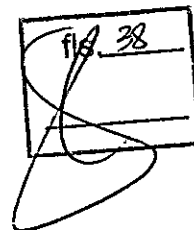
III – veículo de transporte escolar. (Incisos acrescidos e redação do “caput” dada pela Lei n.º 7.019, de 17 de março de 2008)

§ 1º Nos ônibus de linha municipal, bem como nos passes, será obrigatória veiculação de mensagem institucional alertando a população sobre prevenção da aids e sobre os males causados pelas drogas, fumo e álcool.

§ 2º As Organizações Não Governamentais – ONGs e as entidades assistenciais que tratam de dependentes químicos, de álcool e fumo, bem como de pessoas portadoras de aids, ficam autorizadas a divulgar nesses espaços seus nomes, endereços e telefones para conhecimento da população.

§ 3º Somente poderão realizar essa divulgação as entidades e ONGs ativas e constituídas no Município.

§ 4º O Executivo determinará forma, medidas e locais em que poderão ser afixados os cartazes. (§§ 1.º a 3.º acrescidos e parágrafo único convertido em § 4.º pela Lei n.º 5.872, de 09 de agosto de 2002)



CAPÍTULO IV  
DA PROPAGANDA EM PRAÇAS ESPORTIVAS E TERRENOS PÚBLICOS

SEÇÃO I  
DA PROPAGANDA EM PRAÇAS ESPORTIVAS

Art. 23. A permissão de uso de área em praça esportiva para instalação de publicidade regula-se nesta seção.

§ 1º A permissão dar-se-á mediante licitação.

§ 2º A receita advinda da execução desta seção será aplicada nos próprios públicos referidos neste artigo.

§ 3º Não será permitida a publicidade de cigarros e bebidas alcoólicas.

Art. 24. Do edital de concorrência constará:

I – a localização das áreas sob licitação;

II – um preço mínimo previamente estabelecido, a critério do poder concedente, e a obrigatoriedade do concessionário assegurar à Prefeitura esse preço;

III – as exigências mínimas a serem atendidas pelo concessionário visando resguardar o interesse do Município, principalmente no que se refere à segurança e poluição visual.

Parágrafo único. As propostas deverão compreender a totalidade das áreas e locais postos em concorrência.

Art. 25. O concessionário obrigar-se-á a não realizar obras nas áreas concedidas, sem prévia aprovação das unidades competentes da Prefeitura.

Art. 26. Findo o prazo da concessão, passarão à plena posse e propriedade do Município todos os equipamentos ou benfeitorias empregados na colocação dos anúncios, independentemente de qualquer pagamento ou indenização, seja a que título for.

Art. 27. A instalação, execução, remoção e conservação dos equipamentos, benfeitorias e anúncios correrão por conta direta e exclusiva do concessionário, não respondendo a Prefeitura por quaisquer prejuízos ou danos.

Art. 28. O concessionário obrigar-se-á a retirar ou remover os equipamentos, benfeitorias ou anúncios, dentro do prazo determinado pela Prefeitura; ou, antes, sempre que o exigir a execução de obras ou serviços públicos ou ocorram outras circunstâncias que, a juízo da Prefeitura, tornem necessárias ou aconselháveis tais providências.

Art. 29. Verificado o não cumprimento de alguma das condições estabelecidas nesta seção ou no contrato de concessão, será o concessionário advertido e, na reincidência, multado.

Parágrafo único. Persistindo a infração, será rescindida a concessão, passando todos os equipamentos ou benfeitorias empregados na colocação dos anúncios, à plena posse e propriedade do Município, independentemente de qualquer pagamento ou indenização, seja a que título for.



SEÇÃO II  
DA PROPAGANDA EM TERRENOS PÚBLICOS

Art. 30. A permissão de uso de área em terreno vago do patrimônio público para instalação de publicidade comercial regula-se nesta seção.

§ 1º O anúncio e a sua estrutura não poderão prejudicar o aspecto visual do local.

§ 2º Vetado.

§ 3º O interessado providenciará, mediante prévio termo de compromisso, conservação e melhoramentos no local.

§ 4º A permissão limitar-se-á a um só imóvel, em relação ao mesmo interessado.

Art. 31. O interessado apresentará ao Prefeito Municipal requerimento instruído com croqui do imóvel, assinalando a área necessária e as características do anúncio e da sua estrutura.

Parágrafo único. Deferida a permissão, o permissionário responderá:

- a) pela instalação, conservação e remoção do anúncio e da sua estrutura;
- b) pelos danos decorrentes das atividades permitidas.

Art. 32. A permissão será revogada:

- I – se o permissionário descumprir obrigação decorrente deste capítulo;
- II – se o interesse público o exigir, mediante notificação com antecedência mínima de três meses.

Parágrafo único. Em qualquer caso, o permissionário não terá qualquer compensação.

Art. 32-A. Os espaços das áreas públicas em que se permita propaganda eleitoral serão, para tal fim, divididos pela Prefeitura publicamente, por sorteio, entre os partidos políticos participantes das eleições.

§ 1º Os espaços serão sorteados por juiz eleitoral, a convite da Prefeitura.

§ 2º As especificações dos anúncios, respeitada cada modalidade de propaganda, serão uniformes, seguindo as disposições do regulamento. (Artigo e parágrafos acrescidos pela Lei n.º 4.005, de 19 de outubro de 1992)

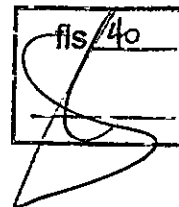
CAPÍTULO V  
DA PROPAGANDA EM TERRENOS ADJACENTES ÀS ESTRADAS MUNICIPAIS

SEÇÃO I  
DISPOSIÇÕES PRELIMINARES

~~Art. 33. A colocação de anúncios em terrenos adjacentes às estradas municipais dependerá de prévia licença da Secretaria de Obras Públicas, observadas as disposições estabelecidas neste capítulo.~~



Câmara Municipal de Jundiaí  
Estado de São Paulo



(Compilação da Lei nº 3.566/1990 – pág. 11)

~~Art. 33. A colocação de anúncios em terrenos adjacentes às estradas municipais dependerá de prévia licença da Secretaria Municipal de Finanças, observadas as disposições estabelecidas neste capítulo. (Redação dada pela Lei n.º 3.958, de 02 de julho de 1992)~~

Art. 33. A colocação de anúncios em terrenos adjacentes às estradas municipais dependerá de prévia licença da Secretaria Municipal de Planejamento e Meio Ambiente, observadas as disposições estabelecidas neste capítulo e do pagamento antecipado da Taxa de Fiscalização de Licença de Publicidade, a ser lançada pela Secretaria Municipal de Finanças, na forma disposta na legislação tributária vigente. (Redação dada pela Lei n.º 7.907, de 31 de agosto de 2012)

Art. 34. A licença será concedida a título precário, por prazo certo, podendo, todavia, ser cancelada a qualquer tempo por motivo de interesse público, independentemente de compensação ou indenização de qualquer espécie.

Art. 35. Consideram-se anúncios ou painéis de anúncios quaisquer formas de comunicação visual, constituídas por signos literais ou numéricos, imagens ou desenhos, colocados em qualquer ponto visível aos usuários da estrada.

Parágrafo único. Classificam-se os anúncios de acordo com a natureza de sua mensagem em:

- a) indicativos: os que identifiquem a propriedade ou a atividade exercida no local em que estiverem instalados, podendo ser associados ou não à propaganda; e
- b) provisórios: os que contenham mensagens de caráter transitório e com prazo de exposição inferior a 60 (sessenta) dias.

SEÇÃO II  
DOS ANÚNCIOS

Art. 36. Somente será autorizada a colocação de anúncios dos tipos previstos no art. 35 cujas características, quanto aos materiais a serem empregados na sua confecção, obedecem normas técnicas a serem baixadas por decreto.

~~Art. 37. Não será permitido anúncio mediante o emprego de balão.~~

Art. 37. Será permitido anúncio mediante emprego de balão, utilizando-se de processo de inflar ou a gás. (Redação dada pela Lei n.º 5.092, de 06 de fevereiro de 1998)

§ 1º No caso de utilização de processo a gás, este deverá apresentar as seguintes características: não inflamável, atóxico, não corrosivo, inodoro, inerte e não reativo, de modo a não trazer risco de acidentes ou à saúde da população.

§ 2º O requerente deverá apresentar laudo da empresa competente, assegurando as condições estabelecidas no parágrafo anterior. (§§ 1º e 2º acrescidos pela Lei n.º 5.092, de 06 de fevereiro de 1998)

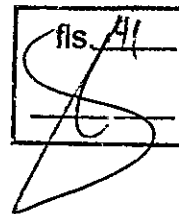
Art. 38. Os anúncios serão redigidos em vernáculo e não conterão expressões ou desenhos atentatórios à moral, aos bons costumes e à ordem pública.

§ 1º É vedado, no anúncio, o emprego de formas ou expressões que aludam à sinalização de trânsito.





Câmara Municipal de Jundiaí  
Estado de São Paulo



(Compilação da Lei nº 3.566/1990 – pág. 12)

§ 2º Será inscrito diretamente sobre os anúncios, no seu ângulo inferior esquerdo, o nome do interessado, bem como o número do processo em que foi autorizada sua instalação.

Art. 39. Os anúncios serão esteticamente adequados ao ambiente em que vierem a ser exibidos, devendo apresentar bom acabamento em todo o conjunto.

Art. 40. Excluída a face do anúncio, todas as demais partes visíveis do conjunto serão pintadas em cor verde.

Art. 41. Os anúncios não serão inscritos ou aplicados em árvores ou qualquer tipo de vegetação, pontes, viadutos, cercas, porteiças, postes, barrancos e pedras.

Art. 42. Os anúncios não serão refletivos, móveis, no todo ou em parte, e nem iluminados por piscapiscas ou luzes intermitentes.

Parágrafo único. Somente será permitida a iluminação nos anúncios se esta for projetada de tal forma que os raios ou fochos não incidam em qualquer parte da faixa de domínio da estrada, não possuam brilho ou intensidade que possam ocasionar ofuscamento, não prejudiquem a visão dos motoristas e não interfiram na operação ou sinalização de trânsito.

Art. 43. Nos casos de construção de trevos, de obras de arte, alargamento ou duplicação de estradas e outras alterações técnicas necessárias à segurança do trânsito e do tráfego, os anúncios instalados que vierem a ficar em desacordo com as disposições deste capítulo deverão ser removidos pelos interessados, ficando canceladas as respectivas licenças.

§ 1º Ocorrendo qualquer das hipóteses acima, o interessado será notificado para que, no prazo de 90 (noventa) dias, a contar do recebimento da notificação, proceda à remoção do anúncio.

§ 2º Descumprida a exigência do parágrafo anterior, o anúncio será removido pela Secretaria de Obras Públicas, e o infrator ficará sujeito às penalidades cabíveis.

SEÇÃO III  
DAS CONDIÇÕES DE LOCALIZAÇÃO

Art. 44. A colocação de anúncios em terrenos adjacentes à faixa de domínio do Município somente será permitida quando não prejudique a estética, a visibilidade e a perspectiva panorâmica.

§ 1º Os anúncios, sejam indicativos ou provisórios, serão instalados a uma distância mínima de 5 (cinco) metros das cercas ou linhas delimitadoras da faixa de domínio do Município.

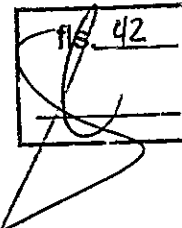
§ 2º A distância referida no parágrafo anterior será medida perpendicular e horizontalmente às cercas ou linhas delimitadoras da faixa de domínio do Município, a partir do ponto do anúncio mais próximo destas.

Art. 45. Os anúncios indicativos associados à propaganda atenderão às condições de localização estabelecidas para os anúncios publicitários.

SEÇÃO IV



Câmara Municipal de Jundiaí  
Estado de São Paulo



(Compilação da Lei nº 3.566/1990 – pág. 13)

DA LICENÇA

~~Art. 46. O pedido de licença será protocolado na Secretaria de Obras Públicas e instruído com:~~

~~Art. 46. O pedido de licença será protocolado na Secretaria Municipal de Finanças e instruído com:  
(“Caput” com redação dada pela Lei n.º 3.958, de 02 de julho de 1992)~~

Art. 46. O pedido de licença será protocolado na Secretaria Municipal de Planejamento e Meio Ambiente e instruído com: (“Caput” com redação dada pela Lei n.º 7.907, de 31 de agosto de 2012)

I – modelo do anúncio;

II – croqui dotado da situação do anúncio com as seguintes indicações: estrada, trecho, lado e distância da cerca ou linha delimitadora da faixa de domínio do Município;

III -- desenho e especificação dos materiais de estrutura de sustentação do anúncio, assinado por profissional competente;

IV – nos casos de anúncio indicativo ou provisório, comprovação, conforme o caso, da:

a) atividade exercida no local;

b) propriedade ou posse legítima;

c) autorização do proprietário ou de quem detenha a posse a justo título.

V – prova de vistoria de instalação, pelo setor municipal competente.

Art. 47. Durante o prazo de vigência da licença, mediante nova vistoria de instalação, é facultada a substituição do anúncio por outro de área equivalente, prevalecendo o prazo inicial.

Parágrafo único. O pedido de substituição será instruído com o modelo a que se refere o inciso I do art. 46.

Art. 48. O interessado deverá estar com o anúncio instalado no prazo máximo de 90 (noventa) dias, contados da data da outorga da licença.

Parágrafo único. A inobservância do prazo estabelecido no “caput” deste artigo acarretará automaticamente a caducidade da licença e a perda da respectiva vistoria de instalação.

Art. 49. No prazo de 30 (trinta) dias, contados do termo da licença, será retirado o anúncio pelo interessado.

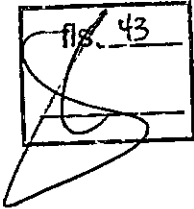
~~Parágrafo único. Descumprida essa obrigação, a Secretaria de Obras Públicas promoverá a retirada do anúncio, sem prejuízo da aplicação das penalidades previstas nesta lei.~~

~~Parágrafo único. Descumprida essa obrigação, a Secretaria Municipal de Serviços Públicos, por solicitação da Secretaria Municipal de Finanças, promoverá a retirada do anúncio, sem prejuízo da aplicação das penalidades previstas nesta lei. (Parágrafo com redação dada pela Lei n.º 3.958, de 02 de julho de 1992)~~

Parágrafo único. Descumprida essa obrigação a Secretaria Municipal de Planejamento e Meio Ambiente tomará as providências para remoção do anúncio irregular e aplicação das demais penalidades previstas nesta Lei. (Parágrafo único com redação dada pela Lei n.º 7.907, de 31 de agosto de 2012)



Câmara Municipal de Jundiaí  
Estado de São Paulo



(Compilação da Lei nº 3.566/1990 – pág. 14)

Art. 50. O licenciamento para a instalação de anúncios não implica no reconhecimento, pela Administração, da segurança e estabilidade de sua estrutura de sustentação.

Art. 51. Durante o prazo de vigência da licença, o interessado é obrigado a promover a conservação e a manutenção adequadas do anúncio.

§ 1º Pela inobservância do disposto neste artigo, será o interessado notificado, para que, no prazo de 30 (trinta) dias, a contar da data do recebimento da notificação, atenda à determinação.

§ 2º O não atendimento da notificação acarretará a retirada do anúncio, com o automático cancelamento da licença, sem prejuízo das penalidades previstas no Capítulo VII.

Art. 52. A prorrogação da licença implica nova vistoria.

SEÇÃO V  
DA FISCALIZAÇÃO

~~Art. 53. A fiscalização da instalação e da manutenção dos anúncios será de competência da Secretaria de Obras Públicas.~~

~~Art. 53. A fiscalização da instalação e da manutenção dos anúncios será de competência da Secretaria Municipal de Finanças. (Redação dada pela Lei n.º 3.958, de 02 de julho de 1992)~~

Art. 53. A fiscalização das condições de instalação e de manutenção dos anúncios licenciados é de competência da Secretaria Municipal de Planejamento e Meio Ambiente. (Redação dada pela Lei n.º 7.907, de 31 de agosto de 2012)

Art. 54. No caso de instalação de anúncio em desacordo com as condições da licença mas com possibilidade de ser regularizado no local, o interessado será notificado, para que, no prazo de 30 (trinta) dias, contados da data do recebimento da notificação, atenda à determinação.

§ 1º Na impossibilidade de regularização de anúncio como previsto no "caput" deste artigo, será o interessado notificado para que no prazo de 30 (trinta) dias, contados da data do recebimento da notificação, proceda a sua remoção.

§ 2º Findos os prazos acima referidos e não sanada a irregularidade ou não efetivada a remoção do anúncio, ficará o infrator sujeito à penalidade de multa prevista no inciso I do art. 65.

§ 3º Se reincidente, ficará o infrator sujeito às penalidades capituladas nos incisos I e IV do art. 65.

Art. 55. Os anúncios instalados sem a competente licença, ainda que atendidas as especificações técnicas deste capítulo, serão removidos e os infratores sujeitos às penalidades previstas nos incisos I e IV do art. 65.

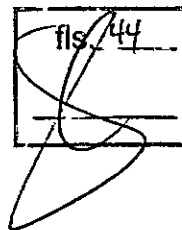
~~Art. 56. As despesas resultantes da desmontagem e da remoção do anúncio serão apropriadas pela Secretaria de Obras Públicas e ressarcidas pelo infrator.~~

~~Art. 56. Cabe à Secretaria Municipal de Serviços Públicos:~~

~~I— providenciar a desmontagem e a remoção do anúncio;~~



Câmara Municipal de Jundiaí  
Estado de São Paulo



(Compilação da Lei nº 3.566/1990 -- pág. 15)

~~II – estimar a despesa daí resultante. (“Caput” e incisos com redação dada pela Lei n.º 3.958, de 02 de julho de 1992)~~

Art. 56. Cabe à Secretaria Municipal de Planejamento e Meio Ambiente, por intermédio dos órgãos próprios municipais ou mediante a contratação de serviços de terceiros, tomar as seguintes providências visando:

I – a desmontagem e a remoção do anúncio; e

II – estimar a despesa resultante. (“Caput” e incisos com redação dada pela Lei n.º 7.907, de 31 de agosto de 2012)

~~Parágrafo único. A despesa referida no item II será cobrada do infrator. (Parágrafo único acrescido pela Lei n.º 3.958, de 02 de julho de 1992)~~

Parágrafo único. A despesa referida no item II será cobrada do infrator mediante procedimento administrativo próprio. (Parágrafo único com redação dada pela Lei n.º 7.907, de 31 de agosto de 2012)

Art. 57. O material resultante da demolição do anúncio permanecerá no depósito municipal pelo prazo máximo de 90 (noventa) dias, à disposição do interessado, que poderá proceder a sua remoção, atendidas as formalidades legais.

Parágrafo único. Findo o prazo concedido, o material será doado ao serviço social do Município.

Art. 58. Sem prejuízo da aplicação de multa, o infrator será notificado para, no prazo de 30 (trinta) dias, a contar da data do recebimento da notificação, cumprir as exigências deste capítulo.

Art. 59. Cancelada a licença, o infrator somente poderá requerê-la novamente para o mesmo local, e no trecho compreendido entre 200 m (duzentos metros), aquém e além daquele ponto, em ambas as margens da estrada, após 30 (trinta) dias, contados da data do despacho de cancelamento.

SEÇÃO VI  
DAS DISPOSIÇÕES FINAIS

Art. 60. Os responsáveis pelos anúncios instalados em terrenos adjacentes às estradas municipais respondem por qualquer dano ou prejuízo causado em decorrência de sua instalação e manutenção, à rodovia, a sua sinalização ou a terceiros, seja por dolo, culpa, ignorância ou omissão, exonerado o Município de qualquer responsabilidade.

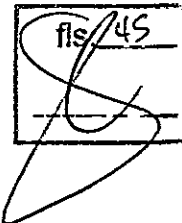
Art. 60-A. Os responsáveis pelos anúncios terão prazo de 8 (oito) dias após o término da campanha para retirá-los do local onde foram colocados. (Artigo acrescido pela Lei n.º 7.239, de 20 de fevereiro de 2009)

Art. 61. Ficam criadas áreas destinadas à inserção de mensagens institucionais de utilidade pública, aprovadas, privativamente, pelo Prefeito Municipal.

CAPÍTULO V-A



Câmara Municipal de Jundiaí  
Estado de São Paulo



(Compilação da Lei nº 3.566/1990 – pág. 16)

DA PROPAGANDA EM TERRENOS ADJACENTES ÀS VIAS PÚBLICAS (Capítulo acrescido pela  
Lei n.º 4.594, de 14 de junho de 1995)

Art. 61-A. À propaganda em terrenos adjacentes às vias públicas aplica-se o disposto no Capítulo V – Da Propaganda em Terrenos Adjacentes às Estradas Municipais. (Artigo acrescido pela Lei n.º 4.594, de 14 de junho de 1995)

CAPÍTULO V-B

DA PROPAGANDA LUMINOSA AÉREA PERPENDICULAR ÀS VIAS PÚBLICAS (Capítulo  
acrescido pela Lei n.º 5.209, de 08 de dezembro de 1998)

Art. 61-B. À propaganda luminosa aérea perpendicular às vias públicas aplica-se, no que não conflitar com o disposto neste capítulo, o disposto no Capítulo V – Da Propaganda em Terrenos Adjacentes às Estradas Municipais. (Artigo acrescido pela Lei n.º 5.209, de 08 de dezembro de 1998)

Art. 61-C. A propaganda prevista neste capítulo far-se-á

I – em acrílico ou a gás néon;

II – fixada:

a) nas paredes dos prédios em cada lado da via, mediante autorização dos proprietários;

b) deixando livres o passeio e os fios das redes de energia elétrica e de telefonia.

Parágrafo único. Os luminosos poderão conter publicidade de atividade comercial, industrial ou profissional, em ambos os lados da placa. (Artigo acrescido pela Lei n.º 5.209, de 08 de dezembro de 1998)

CAPÍTULO VI

DOS PRAZOS, TARIFAS E TAXAS

Art. 62. O prazo das outorgas será de até 2 (dois) anos, admitida sua prorrogação por igual prazo, a critério da Prefeitura.

§ 1º O pedido de prorrogação deverá ser apresentado com antecedência mínima de:

a) 60 (sessenta) dias;

b) 10 (dez) dias, no caso do art. 35, parágrafo único, letra “b”. (Parágrafo único convertido em § 1.º pela Lei n.º 5.124, de 05 de maio de 1998)

§ 2º No caso dos arts. 4º e 16-A, o prazo máximo para exploração da publicidade será de 10 (dez) anos. (Parágrafo acrescido pela Lei n.º 5.124, de 05 de maio de 1998)

Art. 63. A vistoria referida no capítulo far-se-á mediante pagamento de tarifa a ser fixada em decreto.

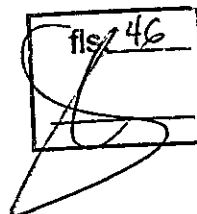
Art. 64. Toda propaganda sujeitar-se-á à Taxa de Licença para publicidade e às tarifas que couberem.

Parágrafo único. Excetua-se do disposto no artigo os bancos de granito.

Parágrafo único. Excetua-se do disposto no artigo a propaganda em:



Câmara Municipal de Jundiaí  
Estado de São Paulo



(Compilação da Lei nº 3.566/1990 – pág. 17)

- a) ~~banco de granito;~~
- b) ~~muro de escola pública;~~
- e) ~~imóvel de entidade assistencial sem fins lucrativos. (Parágrafo com redação dada pela Lei n.º 4.930, de 17 de dezembro de 1996, a qual foi revogada pela Lei n.º 5.234, de 11 de março de 1999)~~

CAPÍTULO VII  
DAS SANÇÕES

~~Art. 65. A infração de dispositivo desta lei implica as seguintes sanções:~~

Art. 65. A Prefeitura Municipal notificará o responsável a cumprir esta lei dentro de vinte e quatro horas, sob pena de: (“Caput” com redação dada pela Lei n.º 4.132, de 10 de maio de 1993)

- I – multa;
- II – remoção do anúncio;
- III – cancelamento da licença; e
- IV – impedimento de colocar anúncios.

§ 1º Será estabelecido em decreto:

- a) o valor das multas, segundo a unidade fiscal;
- b) a graduação das sanções, segundo a gravidade da infração;
- c) o prazo para manutenção do impedimento previsto no item IV; e
- d) os casos de apreensão do material publicitário.

§ 2º No caso de infração relacionada com o Capítulo II a sanção cabível será aplicada também ao proprietário da edificação conivente com o infrator.

CAPÍTULO VIII  
DISPOSIÇÕES GERAIS

~~Art. 66. É vedada publicidade comercial de qualquer natureza no interior e no exterior dos ônibus de serviço de transporte coletivo municipal. (Revogado pela Lei n.º 4.500, de 21 de dezembro de 1994)~~

~~Art. 67. O descumprimento do disposto no artigo anterior sujeitará o infrator a multa, triplicada em cada reincidência. (Revogado pela Lei n.º 4.500, de 21 de dezembro de 1994)~~

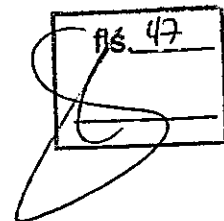
~~Art. 68. O produto da multa prevista no art. 67 será destinado a subvencionar as entidades filantrópicas locais. (Revogado pela Lei n.º 4.500, de 21 de dezembro de 1994)~~

Art. 69. Fica proibida a afixação, em bancas de jornais e revistas e em qualquer local público, de cartazes nocivos à moral e aos bons costumes, que apresente, ilustrações ou fotografias de pessoas em posições, poses e/ou trajes eróticos e pornográficos.

Parágrafo único. Entendem-se como locais públicos os pontos onde há alta frequência de pessoas, como as portas dos cinemas, boates, restaurantes e afins e feiras.



Câmara Municipal de Jundiaí  
Estado de São Paulo



(Compilação da Lei nº 3.566/1990 – pág. 18)

~~Art. 69-A. É vedada propaganda de fumo, sob qualquer forma, em próprio público. (Artigo acrescido pela Lei n.º 3.723, de 14 de maio de 1991, que foi revogada pela Lei n.º 5.124, de 05 de maio de 1998)~~

~~Art. 69-B. A divulgação de partidas de futebol de clubes locais em equipamentos públicos far-se-á mediante autorização expedida pelo Executivo, respeitadas os padrões e locais por este fixados e a legislação pertinente. (Artigo acrescido pela Lei n.º 6.733, de 14 de agosto de 2006, que teve sua execução suspensa pelo Decreto Legislativo n.º 1.165, de 11 de março de 2008)~~

Art. 69-C. Toda publicidade de empreendimento imobiliário somente será autorizada após a aprovação do projeto respectivo pela Administração e seu registro imobiliário, quando for o caso.

§ 1º Da publicidade constarão, em caracteres facilmente legíveis:

- I – número do processo cujo projeto foi aprovado;
- II – data de aprovação;
- III – data de publicação do respectivo decreto de aprovação na Imprensa Oficial do Município;
- IV – número do registro imobiliário do empreendimento, quando for o caso.
- V – nome e número de registro dos responsáveis técnicos pela obra. (Inciso acrescido pela Lei n.º 8.097, de 25 de novembro de 2013)

§ 2º A infração do disposto neste artigo implica, além das sanções legais e penais cabíveis:

- I – cumulativamente:
  - a) recolhimento ou retirada da publicidade, conforme o caso, no prazo de 5 (cinco) dias;
  - b) multa de R\$ 5.000,00 (cinco mil reais);
- II – se não atendida no prazo a exigência do inciso I do § 2º deste artigo:
  - a) recolhimento ou retirada imediata da publicidade;
  - b) multa de R\$ 10.000,00 (dez mil reais) a cada 5 (cinco) dias de manutenção da infração.
- c) Vetado.
  - 1. Vetado.
  - 2. Vetado.
- d) suspensão das obras até que as irregularidades sejam corrigidas. (Alínea acrescida pela Lei n.º 8.097, de 25 de novembro de 2013) (Artigo acrescido pela Lei n.º 7.448, de 28 de abril de 2010)

Art. 70. Toda propaganda conterá:

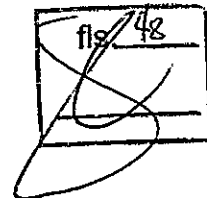
- I – a expressão “MANTENHA JUNDIAÍ LIMPA”;
- II – o símbolo internacional de limpeza urbana, integrante desta lei (anexo I); e
- III – mensagem de preservação ambiental em um espaço de, no mínimo, 10% (dez por cento) da área total da propaganda, na cor amarela sobre um fundo verde-bandeira. (Inciso III acrescido pela Lei n.º 7.051, de 15 de maio de 2008)

Art. 71. Esta lei entrará em vigor na data de sua publicação, revogadas:

- I – a Lei 600, de 1º de outubro de 1957;
- II – a Lei 878, de 21 de novembro de 1960;
- III – os nºs 1 e 2 do art. 1º da Lei 1.015, de 15 de junho de 1962;



Câmara Municipal de Jundiaí  
Estado de São Paulo



(Compilação da Lei nº 3.566/1990 – pág. 19)

- IV – a Lei 1.689, de 17 de abril de 1970;
- V – a Lei 1.743, de 12 de outubro de 1970;
- VI – a Lei 1.946, de 1º de dezembro de 1972;
- VII – a Lei 2.250, de 16 de agosto de 1977;
- VIII – a Lei 2.429, de 25 de setembro de 1980;
- IX – a Lei 2.451, de 5 de dezembro de 1980;
- X – a Lei 2.468, de 17 de março de 1981;
- XI – a Lei 2.555, de 9 de fevereiro de 1982;
- XII – a Lei 2.701, de 27 de abril de 1984;
- XIII – a Lei 2.716, de 13 de julho de 1984;
- XIV – a Lei 2.720, de 13 de julho de 1984;
- XV – a Lei 2.723, de 13 de julho de 1984;
- XVI – a Lei 2.829, de 17 de abril de 1985;
- XVII – a Lei 2.887, de 3 de setembro de 1985;
- XVIII – a Lei 2.974, de 4 de julho de 1986;
- XIX – a Lei 2.976, de 4 de julho de 1986;
- XX – a expressão “cartazes” no art. 1º da Lei 3.035, de 31 de dezembro de 1986;
- XXI – a Lei 3.092, de 28 de agosto de 1987;
- XXII – o art. 6º da Lei 3.233, de 19 de setembro de 1988;
- XXIII – a Lei 3.367, de 30 de março de 1989;
- XXIV – a Lei 3.424, de 24 de agosto de 1989;
- XXV – as disposições em contrário.

(WALMOR BARBOSA MARTINS)

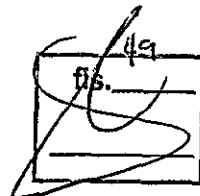
Prefeito Municipal

Publicada e registrada na Secretaria Municipal de Negócios Jurídicos da Prefeitura do Município de Jundiaí, aos dezoito dias do mês de junho de mil novecentos e noventa.

(TARCÍSIO GERMANO DE LEMOS)

Secretário Municipal de Negócios Jurídicos





**DIRETORIA FINANCEIRA  
PARECER Nº 0080/2015**

Vem a esta Diretoria, para análise e parecer, o Projeto de Lei n. 11.948, de autoria do Prefeito Municipal, que disciplina a publicidade ao ar livre.

Busca a presente propositura obter autorização legislativa para disciplinar a publicidade ao ar livre no Município de Jundiaí, revogando a Legislação de disciplina a matéria.

Devemos dizer que a estimativa de impacto, constante das fls 29, nos mostra um impacto nulo, uma vez que os valores envolvidos estão zerados.

Com relação a previsão de deficit para os três próximos exercícios do Resultado Primário, temos que o mesmo será ocasionado pela previsão de crescimento dos investimentos, tendo em vista a possibilidade de início de novas obras.

Segue apto à tramitação nos termos da Lei de Responsabilidade Fiscal.

Este é o nosso parecer, s. m. e.

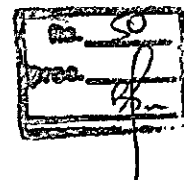
Jundiaí, 15 de dezembro de 2015.

**DJAIR BOCANELLA**

Diretor Financeiro

**ANDREA A A SALLES VIEIRA**

Assessor de Serviços Técnicos



**CONSULTORIA JURÍDICA  
PARECER Nº 1.107**

**PROJETO DE LEI Nº 11.948**

**PROCESSO Nº 74.175**

De autoria do **PREFEITO MUNICIPAL (PEDRO BIGARDI)**, o presente projeto de lei disciplina a publicidade ao ar livre; e revoga a correlata Lei 3.566/90 e suas alterações.

A propositura encontra sua justificativa às fls. 27/28, vem instruída com a planilha de Estimativa do Impacto Orçamentário-Financeiro de fls. 29, e documentos de fls. 30/49.

Às fls. 49 há análise da Diretoria Financeira, através do Parecer nº 0080/2015, que informa, em síntese: **1)** que a planilha de Estimativa do Impacto Orçamentário-Financeiro aponta impacto nulo, uma vez que os valores envolvidos estão zerados; **2)** ressalta, ainda, haver previsão de déficit para os três próximos exercícios do Resultado Primário, decorrente do crescimento dos investimentos, tendo em vista a possibilidade de início de novas obras, e **3)** conclui que o projeto segue apto à tramitação, nos termos da Lei de Responsabilidade Fiscal. Ressalte-se que o parecer financeiro foi subscrito pelo Diretor Financeiro da Casa e por Assessor de Serviços Técnicos, pessoas eminentemente técnicas do órgão, cuja fundamentação se respalda esta Consultoria Jurídica, posto que matéria financeira e contábil não pertence ao seu âmbito de competência. Assim, nossa manifestação jurídica leva em consideração a presunção de verdade contábil-financeira exarada por quem de direito.

É o relatório.

**PARECER:**

O projeto de lei em exame se nos afigura revestido da condição legalidade no que concerne à competência (art. 6º, "caput"), e quanto à iniciativa, que no caso concreto é privativa do Chefe do Executivo, eis que busca disciplinar a publicidade ao ar livre e revogar a Lei 3.566/90, (art. 46, IV c/c o art. 72, XII), sendo os dispositivos relacionados pertencentes à Lei Orgânica de Jundiaí.

Consoante se infere da leitura da justificativa de fls. 27/28, busca-se atualizar a legislação vigente, que se apresenta defasada, e que já não atende às demandas atuais. Desta forma, ao consolidar as normas que tratam da publicidade em nosso Município, objeto de uma lei de regência antiga (Lei 3.566/90) e outras esparsas, que a final serão revogadas, atende, destarte, ao princípio da publicidade (art. 37, *caput*, da CF).



Câmara Municipal de Jundiaí  
São Paulo



Trata-se de instrumento normativo de interesse local que, apesar de conter comandos que não estão circunscritos à seara privativa do Alcaide, também disciplinam matérias que são ínsitas àquele Poder, motivo pelo qual considero que a proposta, por aglutinar textos legislativos de natureza privativa, que conferem atribuição a órgãos da Administração Municipal, e concorrente, é que o todo culmina por pertencer à órbita do Chefe do Executivo.

Como exemplo, trazemos à colação excerto extraído de acórdão do Egrégio Tribunal de Justiça do Estado de São Paulo, em sede da Ação Direta de Inconstitucionalidade nº 0252396-87.2011.8.26.0000, cuja ementa reproduzimos abaixo, deixou consignado que o tema não se insere na competência privativa do Alcaide, ***“haja vista que a norma editada não regula questão estritamente administrativa, afeta ao Chefe do Poder Executivo, delimitada pelos artigos 24, §2º, 47, incisos XVII e XVIII, 166 e 174 da CE, aplicáveis ao ente municipal, por expressa imposição da norma contida no artigo 144 daquela mesma Carta, versando apenas acerca de tema de interesse geral da população(...)”***

0252396-87.2011.8.26.0000 Direta de Inconstitucionalidade

Relator(a): Paulo Dimas Mascaretti

Comarca: São Paulo

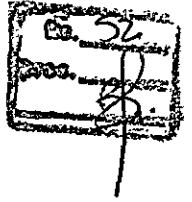
Órgão julgador: Órgão Especial

Data do julgamento: 05/12/2012

Data de registro: 09/01/2013

Outros números: 02523968720118260000

**Emenda:** AÇÃO DIRETA DE INCONSTITUCIONALIDADE - Lei nº 4.024, de 31 de agosto de 2011, do Município de Atibaia que dispõe acerca da divulgação de dados sobre multas de trânsito - Legislação que trata de matéria de interesse predominantemente local, dando ênfase ao princípio da publicidade dos atos administrativos, nos exatos limites das atribuições conferidas aos municípios pelos artigos 30, inciso I, e 37, caput, da Constituição Federal, o que arreda a alardeada invasão de competência federal e afronta ao preceito do artigo 22, inciso XI, da mesma Carta Magna, e artigos 5º, 111 e 144 da Constituição Estadual - Inocorrência, outrossim, de vício de iniciativa do projeto de lei pelo Legislativo, haja vista que a norma editada não regula questão estritamente administrativa, afeta ao Chefe do Poder Executivo, delimitada pelos artigos 24, §2º, 47, incisos XVII e XVIII, 166 e 174 da CE, aplicáveis ao ente municipal, por expressa imposição da norma



contida no artigo 144 daquela mesma Carta, versando apenas acerca de tema de interesse geral da população, concernente a dados da arrecadação municipal e sua posterior destinação, razão pela qual poderia mesmo decorrer de proposta parlamentar - Previsão legal que, de resto, não representa qualquer incremento de despesa ou novas atribuições funcionais a servidores - Ação Direta de Inconstitucionalidade julgada improcedente. .

Inegável, outrossim, que dados versando sobre publicidade, é matéria de interesse geral da população no que concerne à sua implementação/execução, razão pela qual versa sobre tema de interesse geral, e o projeto regula a publicidade no Município alcançando diversos tópicos, nos âmbitos público e privado, prevendo, por fim, a revogação do diploma legal que rege o certame e as alterações correlatas.

**OITIVA DAS COMISSÕES:**

Além da Comissão de Justiça e Redação, nos termos do inc. 1º do art. 139, do R.I., sugerimos a oitiva da Comissão de Finanças e Orçamento.

L.O.M.).

**QUORUM:** maioria simples (art. 44, "caput",

S.m.e.

Jundiaí, 15 de dezembro de 2015.

*Ronaldo Salles Vieira*  
Ronaldo Salles Vieira  
Consultor Jurídico



COMISSÃO DE JUSTIÇA E REDAÇÃO

PROCESSO Nº 74.175

PROJETO DE LEI Nº 11.948, do PREFEITO MUNICIPAL (PEDRO BIGARDI), que disciplina a publicidade ao ar livre; e revoga a correlata Lei 3.566/90 e suas alterações.

PARECER Nº 1351

Consoante demonstra o parecer da Consultoria Jurídica de fls. 50/52, que acolhemos na íntegra, a proposta se encontra revestida da condição legalidade no que concerne à competência art. 6º, "caput" e quanto à iniciativa que é privativa do Chefe do Executivo (art. 46, IV c/c o art. 72, XII), sendo que os dispositivos mencionados pertencem à Lei Orgânica do Município.

Portanto, a natureza legislativa do texto é incontestável, da órbita de lei ordinária, razão pela qual acolhemos a matéria em seus termos, e quanto ao mérito nos reportamos aos argumentos insertos na justificativa de fls. 27/28.

Parecer, pois, favorável.

Sala das Comissões, 16.12.2015.

APROVADO  
17/12/15

*[Handwritten signature]*  
GERSON SARTORI  
Presidente e Relator

*[Handwritten signature]*  
MÁRCIO PETENCOSTES DE SOUSA

*[Handwritten signature]*  
PAULO SERGIO MARTINS

*[Handwritten signature]*  
ROBERTO CONDE ANDRADE

*[Handwritten signature]*  
ROGÉRIO RICARDO DA SILVA

*[Handwritten signature]*  
C/ RESTRIÇÕES  
bgs



**COMISSÃO DE FINANÇAS E ORÇAMENTO**

**PROCESSO Nº 74.175**

**PROJETO DE LEI Nº 11.948, do PREFEITO MUNICIPAL (PEDRO BIGARDI), que disciplina a publicidade ao ar livre; e revoga a correlata Lei 3.566/90 e suas alterações.**

**PARECER Nº 1352**

Objetiva-se com o presente projeto de lei disciplinar a publicidade ao ar livre, e revogar a correlata Lei 3.566/90 e suas alterações.

Sob o aspecto de análise desta Comissão diante da informação de regularidade do projeto, pela Diretoria Financeira da Casa, opinamos favoravelmente ao tema.

É o parecer.

Sala das Comissões, 16.12.2015.

**APROVADO**  
17/12/15

*[Handwritten signature]*  
**JOSE GALVÃO BRAGA CAMPOS**  
"Tico" - Presidente - Relator

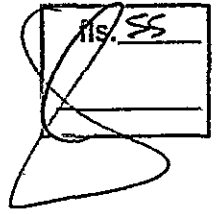
*[Handwritten signature]*  
**ELIEZER BARBOSA DA SILVA**

*[Handwritten signature]*  
**PAULO EDUARDO SILVA WALERBA**

*[Handwritten signature]*  
**RAFAEL TURRINI PURGATO**

*[Handwritten signature]*  
**DIRLEI GONÇALVES**

bgs



P 15226/2015



**EMENDA ADITIVA Nº. 1**  
**PROJETO DE LEI Nº. 11.948**  
***(José Galvão Braga Campos)***

Inclui o endereço eletrônico (site/email) em modalidade de anúncio.

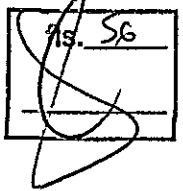
No inc. I do art. 10, acrescente-se *in fine*:

*“e o endereço eletrônico (site/email);”*

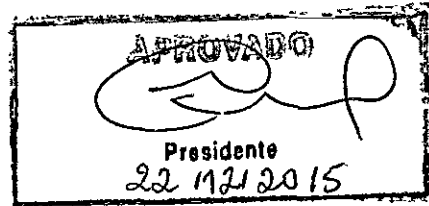
Sala das Sessões, 18.12.2015



**JOSÉ GALVÃO BRAGA CAMPOS**  
*'Tico'*



P 15227/2015



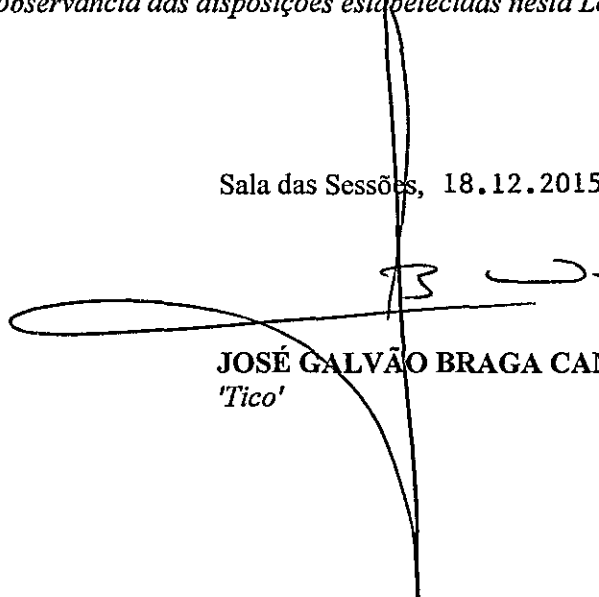
**EMENDA MODIFICATIVA Nº. 2**  
**PROJETO DE LEI Nº. 11.948**  
*(José Galvão Braga Campos)*

Reduz prazo para análise dos pedidos de licenciamento e define consequências de sua não observância.

Nova redação ao § 4º. do art. 11. :

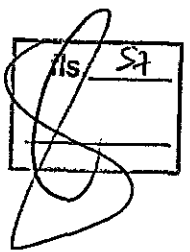
*“§ 4º. Os pedidos de licenciamento serão analisados no prazo máximo de 30 (trinta) dias, a contar da data do protocolo do pedido, decorrido o qual, sem decisão de autorização, o anúncio poderá ser instalado, sendo de inteira responsabilidade do proprietário e dos profissionais envolvidos a observância das disposições estabelecidas nesta Lei.”*

Sala das Sessões, 18.12.2015

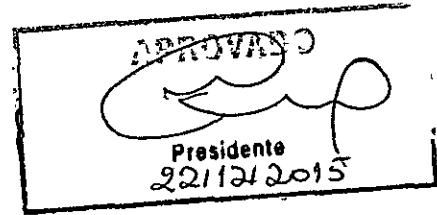


**JOSÉ GALVÃO BRAGA CAMPOS**  
*'Tico'*





P 15229/2015




**EMENDA ADITIVA Nº. 3**  
**PROJETO DE LEI Nº. 11.948**  
*(José Galvão Braga Campos)*

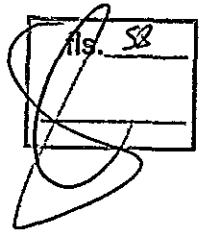
Estabelece padrão a ser respeitado nas placas informativas das obras de construção civil.

No inc. V do art. 19, acrescente-se *in fine*:

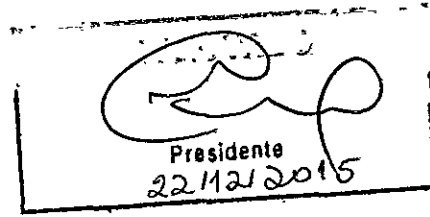
*“desde que não ultrapassem os limites de anúncio de pequeno porte, nos termos do inciso I do § 1º. do art. 3º. desta lei”.*

Sala das Sessões, 18.12.2015

  
JOSÉ GALVÃO BRAGA CAMPOS  
*'Tico'*



P 15230/2015



**EMENDA ADITIVA Nº. 4**  
**PROJETO DE LEI Nº. 11.948**  
*(José Galvão Braga Campos)*

Prevê informação da localização do anúncio.

No parágrafo único do art. 20., acrescente-se:

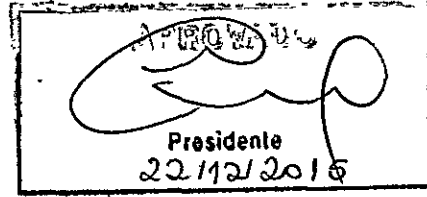
*“III – a localização do anúncio”.*

Sala das Sessões, 18.12.2015

  
JOSÉ GALVÃO BRAGA-CAMPOS  
*'Tico'*



P 15232/2015



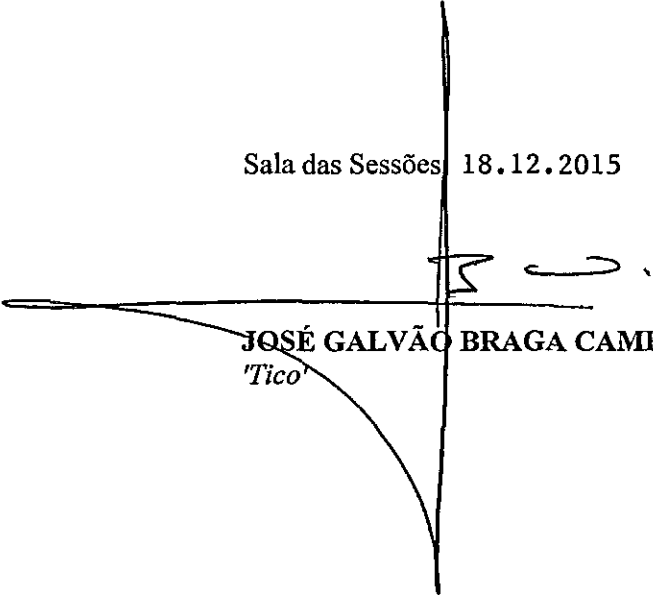
**EMENDA ADITIVA Nº. 5**  
**PROJETO DE LEI Nº. 11.948**  
**(José Galvão Braga Campos)**

Estabelece prazo máximo para anúncio concessional-cooperativo.

No inc. V do art. 36., acrescente-se *in fine*:

*“pelo prazo máximo de 2 (dois) anos.”*

Sala das Sessões 18.12.2015

  
JOSÉ GALVÃO BRAGA CAMPOS  
*'Tico'*



Câmara Municipal de Jundiaí  
São Paulo

fls. 60

P 15235/2015



**EMENDA MODIFICATIVA Nº. 6**  
**PROJETO DE LEI Nº. 11.948**  
*(José Galvão Braga Campos)*

Exclui a propaganda eleitoral.

Nova redação ao art. 46.:

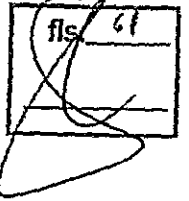
*“Art. 46. As disposições desta Lei não se aplicam à propaganda eleitoral”.*

Sala das Sessões, 18.12.2015

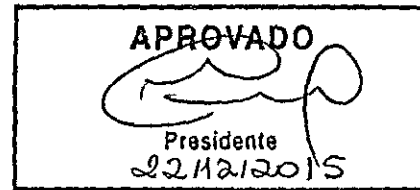
  
JOSÉ GALVÃO BRAGA CAMPOS  
*'Tico'*



Câmara Municipal de Jundiaí  
São Paulo



P 15246/2015



**EMENDA ADITIVA Nº. 7**  
**PROJETO DE LEI Nº. 11.948**  
*(Valdeci Vilar Matheus)*

Excetua das exigências os folhetos e similares de caráter religioso.

No art. 31, acrescente-se o seguinte parágrafo:

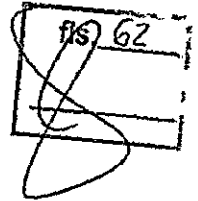
“§ \_\_. *Excetua-se os folhetos e similares de caráter religioso.*”

Sala das Sessões, 21.12.2015

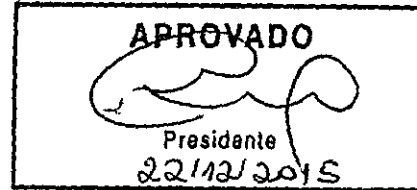
  
VALDECI VILAR MATHEUS



Câmara Municipal de Jundiaí  
São Paulo



P 15.245/2015



**EMENDA MODIFICATIVA Nº. 8**  
**PROJETO DE LEI Nº. 11.948**  
*(Valdeci Vilar Matheus)*

Excetua da proibição de pintura ou adesivagem de anúncio promocional  
as paredes de fachada e paredes laterais de templos religiosos.

No § 3º do art. 28, acrescente-se *in fine*:

*“excetuadas as paredes de fachada e as paredes laterais de templos  
religiosos.”*

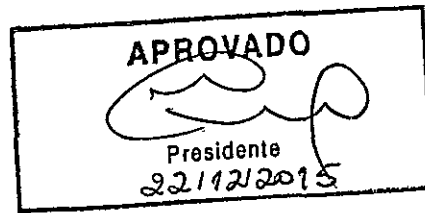
Sala das Sessões, 21.12.2015



VALDECI VILAR MATHEUS



P 15.244/2015



**EMENDA MODIFICATIVA Nº. 9**  
**PROJETO DE LEI Nº. 11.948**  
*(Valdeci Vilar Matheus)*

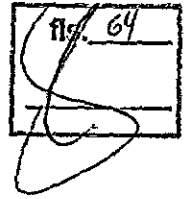
Excetua das exigências anúncios indicativos de templos religiosos em imóveis com testada de até 50m (cinquenta metros).

No art. 22, inciso I, alínea "a", acrescente-se *in fine*:

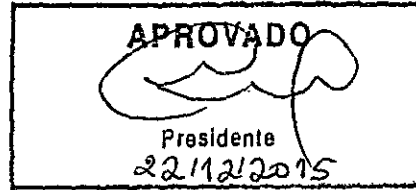
*"excetuados os anúncios indicativos de templos religiosos".*

Sala das Sessões, 21.12.2015

VALDECI VILAR MATHEUS



P 15.243/2015



**EMENDA MODIFICATIVA Nº. 10**  
**PROJETO DE LEI Nº. 11.948**  
*(Valdeci Vilar Matheus)*

Excetua das exigências anúncios indicativos de templos religiosos.

No § 8º. do art. 13, acrescente-se *in fine*:

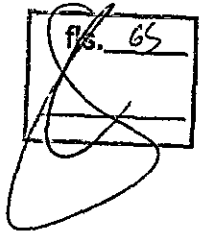
*“excetuados os anúncios indicativos de templos religiosos”.*

Sala das Sessões, 21.12.2015

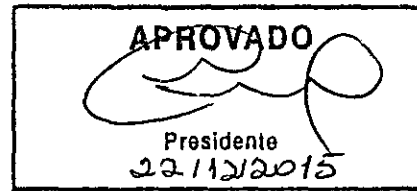


**VALDECI VILAR MATHEUS**





P 15.242/2015



**EMENDA MODIFICATIVA Nº. 11**  
**PROJETO DE LEI Nº. 11.948**  
*(Valdeci Vilar Matheus)*

Excetua das exigências letreiros e placas de fachada dos templos religiosos.

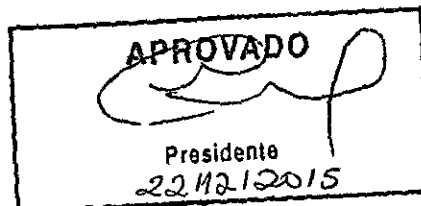
No art. 11 “*caput*” acrescente-se *in fine*:

“*exceto os letreiros e placas de fachada de templos religiosos*”.

Sala das Sessões, 21.12.2015



VALDECI VILAR MATHEUS



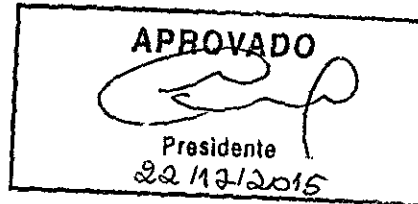
**EMENDA SUPRESSIVA Nº 12**  
**PROJETO DE LEI 11.948/2015**  
**(ROBERTO CONDE ANDRADE)**

*Suprime o inciso V do § 3º do art. 31.*

Suprima-se o o inciso V do § 3º do art. 31.

Sala das Sessões, 22 de dezembro de 2015

Pastor ROBERTO CONDE



**EMENDA ADITIVA Nº. 13**  
**PROJETO DE LEI 11.948/2015**

Acresce incisos ao parágrafo único do art. 20.

Acresça-se, onde couber, os seguintes incisos no parágrafo único do art. 20:


“ \_\_ - tipo de anúncio;

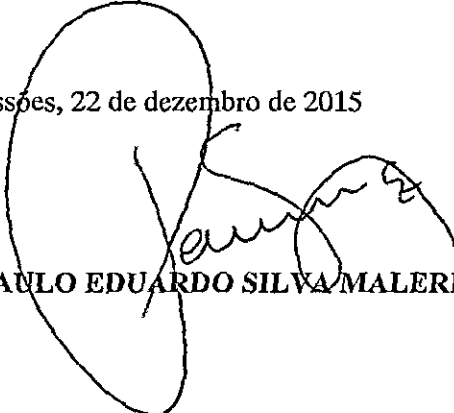
\_\_ - modalidade de anúncio;

\_\_ - porte do anúncio;

\_\_ - valor da licença”.

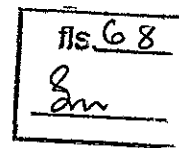
Sala das Sessões, 22 de dezembro de 2015

  
MARILENA PERDIZ NEGRO

  
PAULO EDUARDO SILVA MALERBA

**Sessão Plenária**

131ª Sessão Ordinária da 3ª Sessão Legislativa da 16ª Legislatura  
22 de dezembro de 2015 (terça-feira)

**Painel de Votação**

PL 11948/2015 - Projeto de Lei

Disciplina a publicidade ao ar livre; e revoga a correlata Lei 3.566/90 e suas alterações.

Resultado da Votação: Aprovado(a)

Quantidade de votos sim: 18

Quantidade de votos não: 0

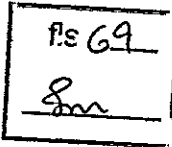
Quantidade de abstenções: 0

**Votação****Parlamentar****Votação (Sim / Não / Abstenção)**

ANTONIO DE PADUA PACHECO	Sim
DIRLEI GONÇALVES	Sim
ELIEZER BARBOSA DA SILVA	Sim
GERSON HENRIQUE SARTORI	Sim
GUSTAVO MARTINELLI	Sim
JOSÉ ADAIR DE SOUSA	Sim
JOSÉ CARLOS FERREIRA DIAS	Sim
JOSÉ GALVÃO BRAGA CAMPOS	Sim
LEANDRO PALMARINI	Sim
MARCELO ROBERTO GASTALDO	Na Presid.
MÁRCIO PETENCOSTES DE SOUSA	Sim
MARILENA PERDIZ NEGRO	Sim
PAULO EDUARDO SILVA MALERBA	Sim
PAULO SERGIO MARTINS	Sim
RAFAEL ANTONUCCI	Sim
RAFAEL TURRINI PURGATO	Sim
ROBERTO CONDE ANDRADE	Sim
ROGÉRIO RICARDO DA SILVA	Sim
VALDECI VILAR MATHEUS	Sim

## Sessão Plenária

131ª Sessão Ordinária da 3ª Sessão Legislativa da 16ª Legislatura  
22 de dezembro de 2015 (terça-feira)



### Painel de Votação

EMENDA 1 - 1

PL 11948/2015 - Projeto de Lei

Disciplina a publicidade ao ar livre; e revoga a correlata Lei 3.566/90 e suas alterações.

Resultado da Votação: Aprovado(a)

Quantidade de votos sim: 18

Quantidade de votos não: 0

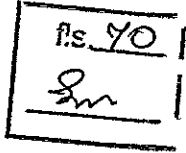
Quantidade de abstenções: 0

### Votação

Parlamentar / Partido	Votação (Sim / Não / Abstenção)
ANTONIO DE PADUA PACHECO / REDE	Sim
DIRLEI GONÇALVES / PV	Sim
ELIEZER BARBOSA DA SILVA / PRB	Sim
ELIEZER BARBOSA DA SILVA / PRB	Sim
GERSON HENRIQUE SARTORI / PT	Sim
GUSTAVO MARTINELLI / PSDB	Sim
JOSÉ ADAIR DE SOUSA / PHS	Sim
JOSÉ CARLOS FERREIRA DIAS / PDT	Sim
JOSÉ GALVÃO BRAGA CAMPOS / PSDB	Sim
LEANDRO PALMARINI / PV	Sim
MARCELO ROBERTO GASTALDO / PTB	Na Presid.
MÁRCIO PETENCOSTES DE SOUSA / PMDB	Sim
MARILENA PERDIZ NEGRO / PT	Sim
PAULO EDUARDO SILVA MALERBA / PT	Sim
PAULO SERGIO MARTINS / PPS	Sim
RAFAEL ANTONUCCI / PSDB	Sim
RAFAEL TURRINI PURGATO / PCdoB	Sim
ROBERTO CONDE ANDRADE / PRB	Sim
ROGÉRIO RICARDO DA SILVA / PHS	Sim
VALDECI VILAR MATHEUS / PTB	Sim

## Sessão Plenária

131ª Sessão Ordinária da 3ª Sessão Legislativa da 16ª Legislatura  
22 de dezembro de 2015 (terça-feira)



### Painel de Votação

EMENDA 2 - 2

PL 11948/2015 - Projeto de Lei

Disciplina a publicidade ao ar livre; e revoga a correlata Lei 3.566/90 e suas alterações.

Resultado da Votação: Aprovado(a)

Quantidade de votos sim: 17

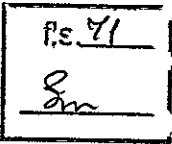
Quantidade de votos não: 0

Quantidade de abstenções: 0

### Votação

Parlamentar / Partido	Votação (Sim / Não / Abstenção)
ANTONIO DE PADUA PACHECO / REDE	Sim
DIRLEI GONÇALVES / PV	Sim
ELIEZER BARBOSA DA SILVA / PRB	Sim
ELIEZER BARBOSA DA SILVA / PRB	Sim
GERSON HENRIQUE SARTORI / PT	Ausente
GUSTAVO MARTINELLI / PSDB	Sim
JOSÉ ADAIR DE SOUSA / PHS	Sim
JOSÉ CARLOS FERREIRA DIAS / PDT	Sim
JOSÉ GALVÃO BRAGA CAMPOS / PSDB	Sim
LEANDRO PALMARINI / PV	Sim
MARCELO ROBERTO GASTALDO / PTB	Na Presid.
MÁRCIO PETENCOSTES DE SOUSA / PMDB	Sim
MARILENA PERDIZ NEGRO / PT	Sim
PAULO EDUARDO SILVA MALERBA / PT	Sim
PAULO SERGIO MARTINS / PPS	Sim
RAFAEL ANTONUCCI / PSDB	Sim
RAFAEL TURRINI PURGATO / PCdoB	Sim
ROBERTO CONDE ANDRADE / PRB	Sim
ROGÉRIO RICARDO DA SILVA / PHS	Sim
VALDECI VILAR MATHEUS / PTB	Sim

## Sessão Plenária



131ª Sessão Ordinária da 3ª Sessão Legislativa da 16ª Legislatura  
22 de dezembro de 2015 (terça-feira)

### Painel de Votação

#### EMENDA 3 - 1

PL 11948/2015 - Projeto de Lei

Disciplina a publicidade ao ar livre; e revoga a correlata Lei 3.566/90 e suas alterações.

Resultado da Votação: Aprovado(a)

Quantidade de votos sim: 15

Quantidade de votos não: 0

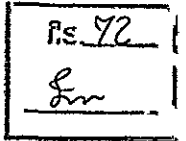
Quantidade de abstenções: 0

### Votação

Parlamentar / Partido	Votação (Sim / Não / Abstenção)
ANTONIO DE PADUA PACHECO / REDE	Sim
DIRLEI GONÇALVES / PV	Sim
ELIEZER BARBOSA DA SILVA / PRB	Sim
ELIEZER BARBOSA DA SILVA / PRB	Sim
GERSON HENRIQUE SARTORI / PT	Ausente
GUSTAVO MARTINELLI / PSDB	Sim
JOSÉ ADAIR DE SOUSA / PHS	Sim
JOSÉ CARLOS FERREIRA DIAS / PDT	Sim
JOSÉ GALVÃO BRAGA CAMPOS / PSDB	Sim
LEANDRO PALMARINI / PV	Sim
MARCELO ROBERTO GASTALDO / PTB	Na Presid.
MÁRCIO PETENCOSTES DE SOUSA / PMDB	Sim
MARILENA PERDIZ NEGRO / PT	Sim
PAULO EDUARDO SILVA MALERBA / PT	Sim
PAULO SERGIO MARTINS / PPS	Ausente
RAFAEL ANTONUCCI / PSDB	Sim
RAFAEL TURRINI PURGATO / PCdoB	Sim
ROBERTO CONDE ANDRADE / PRB	Sim
ROGÉRIO RICARDO DA SILVA / PHS	Ausente
VALDECI VILAR MATHEUS / PTB	Sim

## Sessão Plenária

131ª Sessão Ordinária da 3ª Sessão Legislativa da 16ª Legislatura  
22 de dezembro de 2015 (terça-feira)



### Painel de Votação

#### EMENDA 4 - 1

#### PL 11948/2015 - Projeto de Lei

Disciplina a publicidade ao ar livre; e revoga a correlata Lei 3.566/90 e suas alterações.

Resultado da Votação: Aprovado(a)

Quantidade de votos sim: 15

Quantidade de votos não: 0

Quantidade de abstenções: 0

### Votação

Parlamentar / Partido	Votação (Sim / Não / Abstenção)
ANTONIO DE PADUA PACHECO / REDE	Sim
DIRLEI GONÇALVES / PV	Sim
ELIEZER BARBOSA DA SILVA / PRB	Sim
ELIEZER BARBOSA DA SILVA / PRB	Sim
GERSON HENRIQUE SARTORI / PT	Ausente
GUSTAVO MARTINELLI / PSDB	Sim
JOSÉ ADAIR DE SOUSA / PHS	Sim
JOSÉ CARLOS FERREIRA DIAS / PDT	Sim
JOSÉ GALVÃO BRAGA CAMPOS / PSDB	Sim
LEANDRO PALMARINI / PV	Sim
MARCELO ROBERTO GASTALDO / PTB	Na Presid.
MÁRCIO PETENCOSTES DE SOUSA / PMDB	Sim
MARILENA PERDIZ NEGRO / PT	Sim
PAULO EDUARDO SILVA MALERBA / PT	Sim
PAULO SERGIO MARTINS / PPS	Ausente
RAFAEL ANTONUCCI / PSDB	Sim
RAFAEL TURRINI PURGATO / PCdoB	Sim
ROBERTO CONDE ANDRADE / PRB	Sim
ROGÉRIO RICARDO DA SILVA / PHS	Ausente
VALDECI VILAR MATHEUS / PTB	Sim



**Sessão Plenária**fls. 73  
Sm131ª Sessão Ordinária da 3ª Sessão Legislativa da 16ª Legislatura  
22 de dezembro de 2015 (terça-feira)**Painel de Votação****EMENDA 5 - 1****PL 11948/2015 - Projeto de Lei**

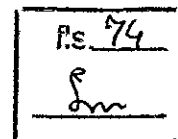
Disciplina a publicidade ao ar livre; e revoga a correlata Lei 3.566/90 e suas alterações.

**Resultado da Votação: Aprovado(a)****Quantidade de votos sim: 16****Quantidade de votos não: 0****Quantidade de abstenções: 0****Votação**

Parlamentar / Partido	Votação (Sim / Não / Abstenção)
ANTONIO DE PADUA PACHECO / REDE	Sim
DIRLEI GONÇALVES / PV	Sim
ELIEZER BARBOSA DA SILVA / PRB	Sim
ELIEZER BARBOSA DA SILVA / PRB	Sim
GERSON HENRIQUE SARTORI / PT	Ausente
GUSTAVO MARTINELLI / PSDB	Sim
JOSÉ ADAIR DE SOUSA / PHS	Sim
JOSÉ CARLOS FERREIRA DIAS / PDT	Sim
JOSÉ GALVÃO BRAGA CAMPOS / PSDB	Sim
LEANDRO PALMARINI / PV	Sim
MARCELO ROBERTO GASTALDO / PTB	Na Presid.
MÁRCIO PETENCOSTES DE SOUSA / PMDB	Sim
MARILENA PERDIZ NEGRO / PT	Sim
PAULO EDUARDO SILVA MALERBA / PT	Sim
PAULO SERGIO MARTINS / PPS	Ausente
RAFAEL ANTONUCCI / PSDB	Sim
RAFAEL TURRINI PURGATO / PCdoB	Sim
ROBERTO CONDE ANDRADE / PRB	Sim
ROGÉRIO RICARDO DA SILVA / PHS	Sim
VALDECI VILAR MATHEUS / PTB	Sim

## Sessão Plenária

131ª Sessão Ordinária da 3ª Sessão Legislativa da 16ª Legislatura  
22 de dezembro de 2015 (terça-feira)



### Painel de Votação

EMENDA 6 - 2

PL 11948/2015 - Projeto de Lei

Disciplina a publicidade ao ar livre; e revoga a correlata Lei 3.566/90 e suas alterações.

Resultado da Votação: Aprovado(a)

Quantidade de votos sim: 16

Quantidade de votos não: 0

Quantidade de abstenções: 0

### Votação

Parlamentar / Partido	Votação (Sim / Não / Abstenção)
ANTONIO DE PADUA PACHECO / REDE	Sim
DIRLEI GONÇALVES / PV	Sim
ELIEZER BARBOSA DA SILVA / PRB	Sim
ELIEZER BARBOSA DA SILVA / PRB	Sim
GERSON HENRIQUE SARTORI / PT	Ausente
GUSTAVO MARTINELLI / PSDB	Sim
JOSÉ ADAIR DE SOUSA / PHS	Sim
JOSÉ CARLOS FERREIRA DIAS / PDT	Sim
JOSÉ GALVÃO BRAGA CAMPOS / PSDB	Sim
LEANDRO PALMARINI / PV	Sim
MARCELO ROBERTO GASTALDO / PTB	Na Presid.
MÁRCIO PETENCOSTES DE SOUSA / PMDB	Sim
MARILENA PERDIZ NEGRO / PT	Sim
PAULO EDUARDO SILVA MALERBA / PT	Sim
PAULO SERGIO MARTINS / PPS	Ausente
RAFAEL ANTONUCCI / PSDB	Sim
RAFAEL TURRINI PURGATO / PCdoB	Sim
ROBERTO CONDE ANDRADE / PRB	Sim
ROGÉRIO RICARDO DA SILVA / PHS	Sim
VALDECI VILAR MATHEUS / PTB	Sim

## Sessão Plenária

Pl. 95  
Sm

131ª Sessão Ordinária da 3ª Sessão Legislativa da 16ª Legislatura  
22 de dezembro de 2015 (terça-feira)

### Painel de Votação

EMENDA 7 - 1

PL 11948/2015 - Projeto de Lei

Disciplina a publicidade ao ar livre; e revoga a correlata Lei 3.566/90 e suas alterações.

Resultado da Votação: Aprovado(a)

Quantidade de votos sim: 15

Quantidade de votos não: 0

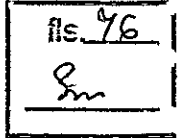
Quantidade de abstenções: 0

### Votação

Parlamentar / Partido	Votação (Sim / Não / Abstenção)
ANTONIO DE PADUA PACHECO / REDE	Sim
DIRLEI GONÇALVES / PV	Sim
ELIEZER BARBOSA DA SILVA / PRB	Sim
ELIEZER BARBOSA DA SILVA / PRB	Sim
GERSON HENRIQUE SARTORI / PT	Ausente
GUSTAVO MARTINELLI / PSDB	Ausente
JOSÉ ADAIR DE SOUSA / PHS	Sim
JOSÉ CARLOS FERREIRA DIAS / PDT	Sim
JOSÉ GALVÃO BRAGA CAMPOS / PSDB	Sim
LEANDRO PALMARINI / PV	Sim
MARCELO ROBERTO GASTALDO / PTB	Na Presid.
MÁRCIO PETENCOSTES DE SOUSA / PMDB	Sim
MARILENA PERDIZ NEGRO / PT	Sim
PAULO EDUARDO SILVA MALERBA / PT	Sim
PAULO SERGIO MARTINS / PPS	Ausente
RAFAEL ANTONUCCI / PSDB	Sim
RAFAEL TURRINI PURGATO / PCdoB	Sim
ROBERTO CONDE ANDRADE / PRB	Sim
ROGÉRIO RICARDO DA SILVA / PHS	Sim
VALDECI VILAR MATHEUS / PTB	Sim

## Sessão Plenária

131ª Sessão Ordinária da 3ª Sessão Legislativa da 16ª Legislatura  
22 de dezembro de 2015 (terça-feira)



### Painel de Votação

EMENDA 8 - 2

PL 11948/2015 - Projeto de Lei

Disciplina a publicidade ao ar livre; e revoga a correlata Lei 3.566/90 e suas alterações.

Resultado da Votação: Aprovado(a)

Quantidade de votos sim: 15

Quantidade de votos não: 0

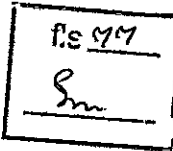
Quantidade de abstenções: 0

### Votação

Parlamentar / Partido	Votação (Sim / Não / Abstenção)
ANTONIO DE PADUA PACHECO / REDE	Sim
DIRLEI GONÇALVES / PV	Sim
ELIEZER BARBOSA DA SILVA / PRB	Sim
ELIEZER BARBOSA DA SILVA / PRB	Sim
GERSON HENRIQUE SARTORI / PT	Ausente
GUSTAVO MARTINELLI / PSDB	Sim
JOSÉ ADAIR DE SOUSA / PHS	Sim
JOSÉ CARLOS FERREIRA DIAS / PDT	Sim
JOSÉ GALVÃO BRAGA CAMPOS / PSDB	Sim
LEANDRO PALMARINI / PV	Sim
MARCELO ROBERTO GASTALDO / PTB	Na Presid.
MÁRCIO PETENCOSTES DE SOUSA / PMDB	Sim
MARILENA PERDIZ NEGRO / PT	Sim
PAULO EDUARDO SILVA MALERBA / PT	Sim
PAULO SERGIO MARTINS / PPS	Ausente
RAFAEL ANTONUCCI / PSDB	Sim
RAFAEL TURRINI PURGATO / PCdoB	Sim
ROBERTO CONDE ANDRADE / PRB	Sim
ROGÉRIO RICARDO DA SILVA / PHS	Ausente
VALDECI VILAR MATHEUS / PTB	Sim

## Sessão Plenária

131ª Sessão Ordinária da 3ª Sessão Legislativa da 16ª Legislatura  
22 de dezembro de 2015 (terça-feira)



### Painel de Votação

EMENDA 9 - 2

PL 11948/2015 - Projeto de Lei

Disciplina a publicidade ao ar livre; e revoga a correlata Lei 3.566/90 e suas alterações.

Resultado da Votação: Aprovado(a)

Quantidade de votos sim: 15

Quantidade de votos não: 0

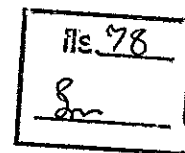
Quantidade de abstenções: 0

### Votação

Parlamentar / Partido	Votação (Sim / Não / Abstenção)
ANTONIO DE PADUA PACHECO / REDE	Sim
DIRLEI GONÇALVES / PV	Sim
ELIEZER BARBOSA DA SILVA / PRB	Sim
ELIEZER BARBOSA DA SILVA / PRB	Sim
GERSON HENRIQUE SARTORI / PT	Ausente
GUSTAVO MARTINELLI / PSDB	Sim
JOSÉ ADAIR DE SOUSA / PHS	Sim
JOSÉ CARLOS FERREIRA DIAS / PDT	Sim
JOSÉ GALVÃO BRAGA CAMPOS / PSDB	Sim
LEANDRO PALMARINI / PV	Sim
MARCELO ROBERTO GASTALDO / PTB	Na Presid.
MÁRCIO PETENCOSTES DE SOUSA / PMDB	Sim
MARILENA PERDIZ NEGRO / PT	Sim
PAULO EDUARDO SILVA MALERBA / PT	Sim
PAULO SERGIO MARTINS / PPS	Ausente
RAFAEL ANTONUCCI / PSDB	Sim
RAFAEL TURRINI PURGATO / PCdoB	Sim
ROBERTO CONDE ANDRADE / PRB	Sim
ROGÉRIO RICARDO DA SILVA / PHS	Ausente
VALDECI VILAR MATHEUS / PTB	Sim

## Sessão Plenária

131ª Sessão Ordinária da 3ª Sessão Legislativa da 16ª Legislatura  
22 de dezembro de 2015 (terça-feira)



### Painel de Votação

EMENDA 10 - 2

PL 11948/2015 - Projeto de Lei

Disciplina a publicidade ao ar livre; e revoga a correlata Lei 3.566/90 e suas alterações.

Resultado da Votação: Aprovado(a)

Quantidade de votos sim: 16

Quantidade de votos não: 0

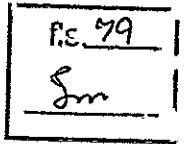
Quantidade de abstenções: 0

### Votação

Parlamentar / Partido	Votação (Sim / Não / Abstenção)
ANTONIO DE PADUA PACHECO / REDE	Sim
DIRLEI GONÇALVES / PV	Sim
ELIEZER BARBOSA DA SILVA / PRB	Sim
ELIEZER BARBOSA DA SILVA / PRB	Sim
GERSON HENRIQUE SARTORI / PT	Ausente
GUSTAVO MARTINELLI / PSDB	Sim
JOSÉ ADAIR DE SOUSA / PHS	Sim
JOSÉ CARLOS FERREIRA DIAS / PDT	Sim
JOSÉ GALVÃO BRAGA CAMPOS / PSDB	Sim
LEANDRO PALMARINI / PV	Sim
MARCELO ROBERTO GASTALDO / PTB	Na Presid.
MÁRCIO PETENCOSTES DE SOUSA / PMDB	Sim
MARILENA PERDIZ NEGRO / PT	Sim
PAULO EDUARDO SILVA MALERBA / PT	Sim
PAULO SERGIO MARTINS / PPS	Sim
RAFAEL ANTONUCCI / PSDB	Sim
RAFAEL TURRINI PURGATO / PCdoB	Sim
ROBERTO CONDE ANDRADE / PRB	Sim
ROGÉRIO RICARDO DA SILVA / PHS	Ausente
VALDECI VILAR MATHEUS / PTB	Sim

## Sessão Plenária

131ª Sessão Ordinária da 3ª Sessão Legislativa da 16ª Legislatura  
22 de dezembro de 2015 (terça-feira)



### Painel de Votação

EMENDA 11 - 2

PL 11948/2015 - Projeto de Lei

Disciplina a publicidade ao ar livre; e revoga a correlata Lei 3.566/90 e suas alterações.

Resultado da Votação: Aprovado(a)

Quantidade de votos sim: 15

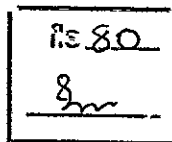
Quantidade de votos não: 0

Quantidade de abstenções: 0

### Votação

Parlamentar / Partido	Votação (Sim / Não / Abstenção)
ANTONIO DE PADUA PACHECO / REDE	Sim
DIRLEI GONÇALVES / PV	Sim
ELIEZER BARBOSA DA SILVA / PRB	Sim
ELIEZER BARBOSA DA SILVA / PRB	Sim
GERSON HENRIQUE SARTORI / PT	Ausente
GUSTAVO MARTINELLI / PSDB	Sim
JOSÉ ADAIR DE SOUSA / PHS	Sim
JOSÉ CARLOS FERREIRA DIAS / PDT	Sim
JOSÉ GALVÃO BRAGA CAMPOS / PSDB	Sim
LEANDRO PALMARINI / PV	Sim
MARCELO ROBERTO GASTALDO / PTB	Na Presid.
MÁRCIO PETENCOSTES DE SOUSA / PMDB	Sim
MARILENA PERDIZ NEGRO / PT	Ausente
PAULO EDUARDO SILVA MALERBA / PT	Sim
PAULO SERGIO MARTINS / PPS	Sim
RAFAEL ANTONUCCI / PSDB	Sim
RAFAEL TURRINI PURGATO / PCdoB	Sim
ROBERTO CONDE ANDRADE / PRB	Sim
ROGÉRIO RICARDO DA SILVA / PHS	Ausente
VALDECI VILAR MATHEUS / PTB	Sim

## Sessão Plenária



131ª Sessão Ordinária da 3ª Sessão Legislativa da 16ª Legislatura  
22 de dezembro de 2015 (terça-feira)

### Painel de Votação

EMENDA 12 - 4

PL 11948/2015 - Projeto de Lei

Disciplina a publicidade ao ar livre; e revoga a correlata Lei 3.566/90 e suas alterações.

Resultado da Votação: Aprovado(a)

Quantidade de votos sim: 15

Quantidade de votos não: 0

Quantidade de abstenções: 0

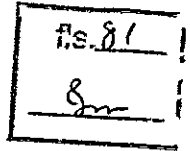
### Votação

Parlamentar / Partido	Votação (Sim / Não / Abstenção)
ANTONIO DE PADUA PACHECO / REDE	Sim
DIRLEI GONÇALVES / PV	Sim
ELIEZER BARBOSA DA SILVA / PRB	Sim
ELIEZER BARBOSA DA SILVA / PRB	Sim
GERSON HENRIQUE SARTORI / PT	Ausente
GUSTAVO MARTINELLI / PSDB	Sim
JOSÉ ADAIR DE SOUSA / PHS	Sim
JOSÉ CARLOS FERREIRA DIAS / PDT	Sim
JOSÉ GALVÃO BRAGA CAMPOS / PSDB	Sim
LEANDRO PALMARINI / PV	Sim
MARCELO ROBERTO GASTALDO / PTB	Na Presid.
MÁRCIO PETENCOSTES DE SOUSA / PMDB	Sim
MARILENA PERDIZ NEGRO / PT	Sim
PAULO EDUARDO SILVA MALERBA / PT	Sim
PAULO SERGIO MARTINS / PPS	Ausente
RAFAEL ANTONUCCI / PSDB	Sim
RAFAEL TURRINI PURGATO / PCdoB	Sim
ROBERTO CONDE ANDRADE / PRB	Sim
ROGÉRIO RICARDO DA SILVA / PHS	Ausente
VALDECI VILAR MATHEUS / PTB	Sim



## Sessão Plenária

131ª Sessão Ordinária da 3ª Sessão Legislativa da 16ª Legislatura  
22 de dezembro de 2015 (terça-feira)



### Painel de Votação

EMENDA 13 - 1

PL 11948/2015 - Projeto de Lei

Disciplina a publicidade ao ar livre; e revoga a correlata Lei 3.566/90 e suas alterações.

Resultado da Votação: Aprovado(a)

Quantidade de votos sim: 15

Quantidade de votos não: 0

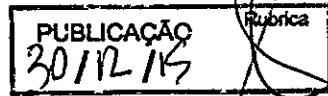
Quantidade de abstenções: 0

### Votação

Parlamentar / Partido	Votação (Sim / Não / Abstenção)
ANTONIO DE PADUA PACHECO / REDE	Sim
DIRLEI GONÇALVES / PV	Sim
ELIEZER BARBOSA DA SILVA / PRB	Sim
ELIEZER BARBOSA DA SILVA / PRB	Sim
GERSON HENRIQUE SARTORI / PT	Ausente
GUSTAVO MARTINELLI / PSDB	Sim
JOSÉ ADAIR DE SOUSA / PHS	Ausente
JOSÉ CARLOS FERREIRA DIAS / PDT	Sim
JOSÉ GALVÃO BRAGA CAMPOS / PSDB	Sim
LEANDRO PALMARINI / PV	Sim
MARCELO ROBERTO GASTALDO / PTB	Na Presid.
MÁRCIO PETENCOSTES DE SOUSA / PMDB	Sim
MARILENA PERDIZ NEGRO / PT	Sim
PAULO EDUARDO SILVA MALERBA / PT	Sim
PAULO SERGIO MARTINS / PPS	Sim
RAFAEL ANTONUCCI / PSDB	Sim
RAFAEL TURRINI PURGATO / PCdoB	Sim
ROBERTO CONDE ANDRADE / PRB	Sim
ROGÉRIO RICARDO DA SILVA / PHS	Ausente
VALDECI VILAR MATHEUS / PTB	Sim



Processo 74.175



*Autógrafo*  
**PROJETO DE LEI N.º 11.948**

Disciplina a publicidade ao ar livre; e revoga a correlata Lei 3.566/90 e suas alterações.

O PRESIDENTE DA CÂMARA MUNICIPAL DE JUNDIAÍ, Estado de São Paulo, faz saber que em 22 de dezembro de 2015 o Plenário aprovou:

**Capítulo I - Dos Objetivos**

Art. 1º. A publicidade ao ar livre no Município de Jundiaí reger-se-á pelas disposições desta Lei e, independentemente de sua modalidade, tipo e localização, dependerá de prévia licença da Prefeitura, visando a:

I - ordenar a exploração, ocupação e uso do espaço e do mobiliário urbano para a veiculação de mensagens ou anúncios de publicidade;

II - preservar a paisagem urbana e rural da degradação e da poluição visual, tendo em vista o interesse coletivo e a sustentabilidade ambiental, social e econômica do Município;

III - favorecer o equilíbrio entre os direitos dos cidadãos e os interesses dos anunciantes e agentes de publicidade, objetivando o bem coletivo e o pleno desenvolvimento das funções sociais da cidade.

§ 1º O interesse social, a segurança e a saúde públicas, a preservação e a recuperação da paisagem contra a degradação ambiental, sobrepõe-se aos interesses dos anunciantes e dos agentes de publicidade.

§ 2º A paisagem constitui direito difuso de todos, e o Poder Público Municipal tem o dever de preservá-la, assegurando a boa qualidade estética bem como os referenciais paisagísticos de interesse coletivo e valor sociocultural e histórico.



(Autógrafo PL n.º 11.948 - fls. 2)

## Capítulo II - Dos Conceitos e Definições

Art. 2º. Considera-se publicidade ao ar livre todo anúncio na forma de mensagem de comunicação visual, presente na paisagem e visível a partir de logradouro público, composto da área de exposição e seu suporte ou estrutura.

Art. 3º. Anúncio é a indicação de referência a produto, serviço, atividade ou evento; de promoção e divulgação comercial e institucional, de pessoas ou de ideias, realizada por quaisquer meios e formas de comunicação, incluindo o uso de texto, imagem, desenho e grafismo.

§ 1º Para efeitos desta Lei, os anúncios serão classificados em:

I - pequeno porte: anúncios de até 3,99m<sup>2</sup> (três metros e noventa e nove centímetros quadrados);

II - médio porte: anúncios entre 4,0 (quatro metros quadrados) e 14,99m<sup>2</sup> (quatorze metros e noventa e nove centímetros quadrados);

III - grande porte: anúncios a partir de 15m<sup>2</sup> (quinze metros quadrados).

§ 2º Considera-se luminoso o anúncio com sistema de iluminação embutido na estrutura (back-light) ou com iluminação projetada sobre ele (front-light).

Art. 4º. Anunciante é a empresa, instituição, profissional liberal ou pessoa beneficiária do anúncio.

Art. 5º. Agente de publicidade é a empresa de propaganda, promoção ou comunicação visual, proprietária ou responsável pelo veículo de divulgação ou pela campanha.

Art. 6º. Paisagem é o bem público constituído da interação contínua e dinâmica entre os elementos naturais, edificados ou criados e o próprio homem, numa constante relação de escala, forma, função e movimento.

Art. 7º. Veículo de divulgação ou de propaganda é qualquer meio de divulgação visual e audiovisual, os painéis, placas, cartazes, panfletos, banners, faixas; as pinturas, projeções visuais, fotografias, apliques adesivados ou afixados, além de outros meios e recursos assemelhados, inclusive os que se utilizem de pessoas como suporte (homens-seta, homens-placa), meio e aparato para a divulgação de mensagens de propaganda ao público, visível a partir de logradouro público.

Art. 8º. Áreas de interesse paisagístico são sítios significativos, vias e espaços públicos ou privados e demais bens de relevante interesse paisagístico, sociocultural, turístico, histórico, arquitetônico ou ambiental, legalmente definidos.



(Autógrafo PL n.º 11.948 - fls. 3)

Art. 9º. Mobiliário urbano é o conjunto de equipamentos e recursos instalados nos logradouros e espaços públicos e que constituem a infraestrutura urbana, tais como, postes e suportes de iluminação e sinalização públicas, telefonia, abrigos e pontos de parada do transporte público, coletores de lixo, hidrantes, entre outros.

### Capítulo III - Dos Anúncios: suas Modalidades e Tipos

Art. 10. Para fins de definição e enquadramento, os anúncios são classificados de acordo com as seguintes modalidades:

I - indicativo: identifica o negócio ou atividade, necessariamente exercida no local em que está instalado, informando apenas o nome, que pode ser acompanhado de símbolo ou logomarca, a atividade principal, o endereço, o telefone e o endereço eletrônico (site/email);

II - promocional: divulga e ou promove marcas, produtos, empresas ou instituições, negócios e eventos, ideias ou pessoas;

III - promocional-especial: usado para a divulgação de campanhas eventuais, promoções comerciais por tempo determinado, veiculada nos espaços e imóveis privados, obrigatoriamente sob responsabilidade de empresa inscrita no Cadastro Fiscal Municipal, por período de exposição de até 30 (trinta) dias.

IV - Institucional: transmite informações do Poder Público e organizações culturais; das entidades representativas da sociedade civil e organizações beneficentes ou similares, sem finalidade comercial - eventos realizados por instituição da mesma natureza, com sede no município, por período de exposição de até 60 (sessenta) dias.

V - concessional-cooperativo: o anúncio instalado em equipamento ou próprio público, inscrito ou afixado em peças do mobiliário urbano, decorrente de regular processo de outorga ou termo de cooperação firmado com o poder público municipal, observadas as disposições legais.

### Capítulo IV - Das Condições Gerais para o Licenciamento, Cadastro de Anúncios e de Empresas de Publicidade.

Art. 11. Nenhum anúncio ou veículo de divulgação poderá ser instalado ou exposto ao público, ou ainda mudado de local, sem prévio licenciamento ou autorização da Secretaria Municipal de Planejamento e Meio Ambiente, exceto os letreiros e placas de fachada de templos religiosos.



(Autógrafo PL n.º 11.948 - fls. 4)

§ 1º O pedido de licença ou autorização para a veiculação de anúncio deverá ser instruído com a seguinte documentação:

I - requerimento com dados do responsável e da publicidade a ser licenciada, acompanhado dos demais documentos indicados nos incisos deste parágrafo;

II - desenho do anúncio com descrição das estruturas de sustentação;

III - foto atual do imóvel;

IV - croqui de localização dos anúncios no imóvel e endereço dos locais de instalação;

V - autorização do proprietário do imóvel;

VI - declaração de responsabilidade em face do conteúdo do anúncio; das normas técnicas e dos eventuais danos que as peças venham causar a terceiros.

§ 2º O requerimento para licenciamento deverá ser apresentado diretamente ao protocolo ou por meio da internet, portal da Prefeitura, devidamente instruído e acompanhado da documentação que vier a ser exigida, de acordo com a modalidade e tipo do anúncio, nos termos desta Lei.

§ 3º A critério dos órgãos municipais competentes, poderão ser exigidos laudos e pareceres técnicos complementares, conforme o caso.

§ 4º Os pedidos de licenciamento serão analisados no prazo máximo de 30 (trinta) dias, a contar da data do protocolo do pedido, decorrido o qual, sem decisão de autorização, o anúncio poderá ser instalado, sendo de inteira responsabilidade do proprietário e dos profissionais envolvidos a observância das disposições estabelecidas nesta Lei.

Art. 12. Apurada qualquer irregularidade em anúncio autorizado, seu proprietário será notificado para corrigi-la no prazo máximo de 15 (quinze) dias, ou em até 24 horas, no caso de oferecer riscos à população, sob pena de cancelamento do licenciamento e demais sanções legais.

Parágrafo único. Em caso de risco iminente, a área em torno do anúncio deverá ser isolada pelos responsáveis até que sejam eliminadas as causas do problema.

Art. 13. Os anúncios, bem como os seus suportes, devem estar contidos no interior dos imóveis e obedecer aos limites de afastamento em relação aos vizinhos, nos termos previstos nesta Lei.

§ 1º Nos casos de painéis com duas ou mais faces, cada uma delas será considerada para efeito de medição da área do anúncio.

§ 2º O anúncio, em nenhuma hipótese, poderá:

I - vedar a fachada principal da edificação;



(Autógrafo PL n.º 11.948 - fls. 5)

II - prejudicar o acesso a serviço ou à livre circulação bem como apresentar potenciais de risco.

§ 3º Quando se tratar de anúncio luminoso, em nenhuma hipótese, poderá ter sua luminosidade projetada de modo a provocar incômodo ou ofuscamento;

§ 4º Todo anúncio, independente da modalidade e tipo, atenderá as normas técnicas pertinentes à segurança e estabilidade de seus elementos, bem como àquelas emitidas pela ABNT- Associação Brasileira de Normas Técnicas, em especial as relacionadas às distâncias das redes de distribuição de energia elétrica e gás.

§ 5º O anúncio, ainda:

I - respeitará a vegetação arbórea significativa, assim definida pelos setores de planejamento urbano e meio ambiente;

II - será mantido em bom estado de conservação, quanto à estabilidade, resistência dos materiais e aspecto visual;

III - não poderá causar confusão ou dúvida em relação à sinalização de trânsito ou a mensagens institucionais de orientação ao público, numeração imobiliária e denominação de logradouros;

IV - não poderá prejudicar a visualização de bens de valor cultural, arquitetônico e ou paisagísticos, legalmente definidos.

§ 6º A fachada do imóvel deverá encontrar-se em bom estado de conservação.

§ 7º Todo anúncio no alto de edifícios será considerado anúncio promocional, para os efeitos desta Lei.

§ 8º Independente da modalidade ou tipo, é vedada a instalação de anúncios em toldos e telhados ou apoiados em marquises, excetuados os anúncios indicativos de templos religiosos.

Art. 14. Será exigida a apresentação da Anotação de Responsabilidade Técnica – ART ou Registro de Responsabilidade Técnica – RRT e memorial descritivo para os anúncios de médio e grande porte.

Parágrafo único. A critério dos setores técnicos, desde que justificada a necessidade, poderão ser exigidas Anotação de Responsabilidade Técnica – ART ou Registro de Responsabilidade Técnica - RRT, além de outras garantias, independente das dimensões e características do anúncio.

Art. 15. Na publicidade mediante emprego de balão, utilizar-se-á o processo de inflar ou a gás, observado o seguinte:



(Autógrafo PL n.º 11.948 - fls. 6)

I - no caso de utilização de processo a gás, este deverá ser não inflamável, atóxico, não-corrosivo, inodoro, inerte e não-reativo, de modo a não trazer risco de acidentes à saúde da população;

II - o interessado deverá apresentar laudo da empresa competente, assegurando as condições estabelecidas no inciso anterior;

III - declaração de atendimento as regras do Comando da Aeronáutica – COMAR.

Art. 16. A instalação de anúncio em imóvel adjacente à via pavimentada fica condicionada à existência de passeio e à execução de serviços de limpeza do terreno, conservação e pintura de muros, grades e fachadas, na forma prevista na legislação aplicável à espécie.

Art. 17. As estruturas de sustentação e suportes dos anúncios que permanecerem instalados e visíveis, ainda que as peças com as mensagens ou imagens tenham sido removidas, estão sujeitas às regras e restrições impostas por esta Lei e continuam passíveis das sanções decorrentes.

Art. 18. É permitido aos operadores dos serviços de transporte de passageiros individual e coletivo urbano, afixar publicidade comercial em seus veículos, respeitadas as disposições da legislação municipal aplicável e do Código de Trânsito Brasileiro.

Art. 19. Para os efeitos desta Lei, não serão considerados anúncios:

I - as indicações das unidades e serviços da Administração Direta, autarquias e empresas públicas, bem como as mensagens de divulgação de obras, programas e projetos oficiais, campanhas e eventos realizadas pela Administração Direta e demais órgãos públicos;

II - as mensagens institucionais, com ou sem patrocínio, colocadas em áreas de proteção ambiental e bens do patrimônio histórico;

III - os dispositivos que contenham mensagens indicativas, de segurança ou utilidade pública, quando não estiverem acompanhadas de citações ou logomarcas de cunho publicitário;

IV - as placas e dispositivos, inscrição ou pintura com mensagens obrigatórias por legislação federal, estadual ou municipal;

V - as placas indicativas e informativas, nas obras de construção civil, dos nomes de empresas que executam ou fornecem serviços e materiais, engenheiros e arquitetos responsáveis pelos projetos ou execução das obras, desde que não ultrapassem os limites de anúncio de pequeno porte, nos termos do inciso I do § 1º. do art. 3º. desta lei;

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

VII - as inscrições ou placas com o nome de prédios e condomínios;



(Autógrafo PL n.º 11.948 - fls. 7)

VIII - placas ou adesivos com indicação de monitoramento de empresas de segurança desde que não ultrapassem a área de 0,04m<sup>2</sup> (quatro centésimos de metro quadrado);

IX - logomarcas inscritas em bombas, densímetros e similares nos postos de abastecimento;

X - adesivos, pinturas ou apliques com a bandeira dos cartões de crédito, recargas de celulares e assemelhados, desde que não ultrapassem a área de 0,09m<sup>2</sup> (nove centésimos de metro quadrado);

XI - cartazes e pôsteres afixados nas bancas de jornais e revistas, desde que exclusivamente de promoção das publicações comercializadas, até o limite de 1/3 (um terço) do espaço ocupado pela banca.

Art. 20. Deverá ser fixado no canto inferior esquerdo dos anúncios indicativos e promocionais, de forma legível, o número do Cadastro Municipal de Anúncios – CadAn.

Parágrafo único. A Prefeitura disponibilizará o acesso ao CadAn em seu portal na internet, visando informar ao cidadão:

I - o período do licenciamento do anúncio;

II - o nome da pessoa física ou jurídica a quem foi concedida a licença;

III - a localização do anúncio;

IV - tipo de anúncio;

V - modalidade de anúncio;

VI - porte do anúncio;

VII - valor da licença.

Art. 21. É vedada a propaganda:

I - em postes de iluminação pública, sinalização de trânsito e indicação de lugares;

II - em árvores;

III - num raio de 15 (quinze) metros de distância de semáforos;

IV - em calçadas, vias e logradouros públicos, sob a forma de cavaletes, abordagem de pessoas ou quaisquer outras;

V - que exceda 12 (doze) metros de altura, considerando o ponto mais alto de sua estrutura;





(Autógrafo PL n.º 11.948 - fls. 8)

VI - em próprio público, abrigo para passageiros, coletor de resíduos e demais itens do mobiliário urbano, salvo quando se tratar de publicidade nas modalidades autorizadas por esta lei;

VII - que se utilize de pessoas ou animais, como suporte (homens-seta, homens-placa e assemelhados).

### Secção I – Do Anúncio Indicativo

Art. 22. O *anúncio indicativo*, necessariamente instalado no local onde o anunciante exerce sua atividade, deverá atender aos seguintes limites e condições:

I - nos imóveis com testada de até 50m (cinquenta metros);

a) área máxima, em metros quadrados, correspondente à metade da largura da testada, até o limite de 12,00m<sup>2</sup> (doze metros quadrados), excetuados os anúncios indicativos de templos religiosos;

b) afastamento mínimo de 0,50m (cinquenta centímetros) em relação aos imóveis vizinhos, edificados ou não;

II - nos imóveis com testada superior a 50,00m (cinquenta metros) e até 100,00m (cem metros):

III - área máxima, em metros quadrados, correspondente à metade da largura da testada, aumentada na proporção de 1,00m<sup>2</sup> (um metro quadrado) para cada metro linear de recuo do anúncio em relação ao alinhamento frontal, até o limite de 37,00m<sup>2</sup> (trinta e sete metros quadrados);

IV - afastamento mínimo de 4,00m (quatro metros) em relação aos imóveis vizinhos, edificados ou não;

V - nos imóveis com testada superior a 100,00m (cem metros):

a) área máxima, em metros quadrados, correspondente à metade da largura da testada, aumentada na proporção de 1,00m<sup>2</sup> (um metro quadrado) para cada metro linear de recuo do anúncio em relação ao alinhamento frontal, até o limite de 81,00m<sup>2</sup> (oitenta e um metros quadrados);

b) afastamento mínimo de 8,00m (oito metros) em relação aos imóveis vizinhos, edificados ou não.

§ 1º. Independente da largura da testada, o anúncio indicativo instalado deverá ter:

13



(Autógrafo PL n.º 11.948 - fls. 9)

I - altura máxima de 6,00m (seis metros) quando instalado junto ao alinhamento, podendo chegar a 12,00m (doze metros) mediante o aumento do limite na proporção de 1,00m (um metro) de altura para cada metro de recuo do anúncio em relação ao alinhamento frontal;

II - altura mínima de 2,20m (dois metros e vinte centímetros), medida da base do anúncio ou suporte até o piso, quando o painel ou sua estrutura avançar sobre o passeio público;

III - avanço máximo de 0,20m (vinte centímetros) sobre o passeio público, permitido apenas quando não houver recuo da edificação em relação ao alinhamento.

§ 2º. o anúncio indicativo pintado diretamente em caixas d'água, torres, empenas, fachadas ou muros não está sujeito ao limite de altura.

Art. 23. Nas edificações de uso comercial ou misto, com mais de três unidades comerciais, distribuídas em mais de um pavimento, deverá ser disponibilizado espaços individualizados para a publicidade das atividades, em painel instalado no nível do passeio público ou do pavimento térreo, quando houver recuo da edificação.

Art. 24. Os anúncios indicativos com área total de até 2,0m<sup>2</sup> (dois metros quadrados), inscritos no Cadastro de Anúncios – CadAn, estarão isentos do pagamento da taxa de publicidade.

Art. 25. Quando no mesmo imóvel forem instalados anúncios indicativos e promocionais, o limite de área máxima a ser considerado, somados todos os anúncios, é aquele definido para o anúncio promocional.

Parágrafo único. O anúncio promocional, neste caso, também estará sujeito às regras previstas na Seção II deste Capítulo.

Art. 26. As regras para os anúncios indicativos instalados nos imóveis da região central do Município serão definidas por Decreto.

Parágrafo único. Poderão ser instituídas, por meio de Decreto, outras áreas especiais e de interesse específico, com regras diferenciadas, visando a atender as peculiaridades do local, tais como áreas de interesse paisagístico, histórico ou arquitetônico, bem como os centros comerciais nos bairros.

## Seção II - Do Anúncio Promocional

Art. 27. O anúncio promocional, para instalação em imóveis edificados ou não, deverá atender aos limites e condições estabelecidas por esta Lei, de acordo com sua tipologia, a saber:

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

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



(Autógrafo PL n.º 11.948 - fls. 10)

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

IV - tipo IV: anúncio com área máxima de 108m<sup>2</sup>.

Art. 28. O licenciamento para o anúncio promocional será efetuado de acordo com a testada do imóvel para a qual o anúncio faz frente, conforme tipo definido pelo art. 27 e pelos incisos seguintes:

I - nos imóveis com testada igual ou superior a 15m: anúncio tipo I (até 12m<sup>2</sup>);

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

III - nos imóveis com testada superior a 50m: anúncio do tipo III (até 54m<sup>2</sup>);

IV - nos imóveis com testada superior a 100m: anúncio do tipo IV (até 108m<sup>2</sup>).

§ 1º Para os anúncios na modalidade promocional 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 e II: 5,0m (cinco) metros de afastamento mínimo;

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

§ 2º Visando à preservação da estética, da perspectiva panorâmica e da visibilidade, o licenciamento de anúncios com área superior a 27m<sup>2</sup> (vinte e sete metros quadrados) somente serão permitidos nos imóveis com frente para rodovias ou vias marginais, após análise e autorização da Secretaria de Planejamento e Meio Ambiente.

§ 3º É vedada a pintura ou adesivagem de anúncio promocional diretamente sobre muros e paredes externas ou fachadas da edificação, excetuadas as paredes de fachada e as paredes laterais de templos religiosos.

Art. 29. Não serão permitidos anúncios promocionais nos imóveis localizados, nas áreas e vias indicadas abaixo, conforme classificação da Lei de Zoneamento e Ocupação do Solo:

I - Área Central - compreendida pelo Polígono de Proteção do Patrimônio Histórico e Zona de Serviço e Comércio Central (ZS1);

II - Território de Gestão da Serra do Japi;

III - áreas especiais – que vierem a ser instituídas por Decreto;

IV - na macrozona rural.

Subsecção I – Do anúncio promocional de empreendimento imobiliário



(Autógrafo PL n.º 11.948 - fls. 11)

Art. 30. A publicidade de empreendimento imobiliário somente será autorizada após aprovação do projeto respectivo pela Administração e seu registro imobiliário, quando for o caso.

§ 1º Dos anúncios constarão, em caracteres facilmente legíveis:

I - número do processo administrativo cujo projeto foi aprovado;

II - número do registro imobiliário do empreendimento, quando for o caso;

III - nome e número de registro dos responsáveis técnicos pelo projeto.

§ 2º A infração ao disposto neste artigo implica, além das sanções administrativas e penais cabíveis.

I - cumulativamente:

a) recolhimento ou retirada do anúncio, conforme o caso, no prazo de 5 (cinco) dias;

b) multa de R\$ 6.600,00 (seis mil e seiscentos reais).

II - se não atendida no prazo a exigência do inciso I do §2º deste artigo:

a) recolhimento ou retirada imediata do anúncio;

b) multa de R\$ 6.600,00 (seis mil e seiscentos reais) cada 5 (cinco) dias de manutenção da infração;

c) suspensão das obras até que as irregularidades sejam corrigidas.

#### Subsecção II - Da Publicidade por meio de Folhetos e Similares Distribuídos nas Vias Públicas

Art. 31. A publicidade realizada através de folhetos equipara-se, no que couber, à publicidade promocional e sua distribuição somente será permitida:

I - diretamente nos estabelecimentos comerciais, domicílios ou portarias dos loteamentos fechados e condomínios, entregue diretamente às pessoas ou colocadas nas caixas de correio;

II - pelo prazo de 30 (trinta) dias, no período compreendido entre 07h00 e 19h00;

III - após o licenciamento prévio, feito junto à Secretaria Municipal de Planejamento e Meio Ambiente.

§ 1º Do pedido de licenciamento prévio deverá constar o requerimento da campanha com:

I - a qualificação da empresa e pessoa responsável pelo licenciamento;

II - locais de distribuição pretendidos;



(Autógrafo PL n.º 11.948 - fls. 12)

III - número de agentes distribuidores;

IV - período de distribuição;

V - nota fiscal da empresa que confeccionou os impressos;

VI - número da nota fiscal do prestador de serviço responsável pela distribuição, quando inscrito em Jundiá;

VII - quantidade de panfletos a serem distribuídos, não inferior ao somatório das quantidades mínimas para cada bairro, conforme tabelas anexas a esta Lei;

VIII - prova de recolhimento da taxa respectiva.

§ 2º O prazo da campanha poderá ser prorrogado uma única vez, além dos trinta dias iniciais, após pedido fundamentado, a critério da Secretaria Municipal de Planejamento e Meio Ambiente.

§ 3º É proibida:

I - a distribuição de folhetos e similares nas ruas e demais logradouros públicos;

II - a entrega aos motoristas, bem como a colocação nos veículos estacionados;

III - o lançamento em garagens, jardins e quintais;

IV - o abandono ou descarte em áreas públicas ou particulares.

§ 4º O descumprimento do disposto neste artigo sujeita os infratores às seguintes penalidades, cumulativamente:

I - apreensão do material;

II - cancelamento da licença e autorização respectiva;

III - multa de R\$ 1.320,00 (um mil trezentos e vinte reais), dobrada na reincidência.

§ 5º. Excetuam-se os folhetos e similares de caráter religioso.

### Subseção III - Do Anúncio Promocional-especial

Art. 32. O anúncio *promocional-especial*, de caráter eventual, usado para a veiculação de mensagens promocionais de natureza comercial, como faixa, banner, adesivo, placa móvel, cavalete ou assemelhado, deverá atender aos limites e condições a seguir:

I - área do anúncio limitada a 20% (vinte por cento) da área máxima prevista para o imóvel, até o limite de 3 peças;



(Autógrafo PL n.º 11.948 - fls. 13)

II - exposição exclusivamente no interior do imóvel, sendo vedado o uso das paredes externas da edificação, quando não houver recuo em relação a divisa com o passeio público, bem como de toldos, marquises, coberturas e telhados.

Art. 33. Os anúncios das agências imobiliárias, instalados nos imóveis oferecidos para locação ou venda, deverão obedecer aos limites a seguir:

I - a área ou a soma das áreas dos anúncios não ultrapasse a 0,50m<sup>2</sup> (cinquenta decímetros quadrados);

II - as placas, faixas e assemelhados com as mensagens de venda ou locação estejam afixadas na fachada, muros ou grades de fechamento do imóvel anunciado ou estejam contidas dentro do lote.

Parágrafo único. Os anúncios em desacordo com o previsto neste artigo serão tratados como anúncios promocionais.

### Seção III – Do Anúncio Institucional

Art. 34. O *anúncio institucional* é modalidade orientada para a divulgação de evento de interesse ou utilidade pública, promovida pelo poder público, organizações sociais e entidades sem fins lucrativos, com sede ou filial no município de Jundiaí, sendo sua veiculação permitida, inclusive em espaços públicos, por período de exposição de no máximo 60 (sessenta) dias.

Parágrafo único. A Secretaria Municipal de Planejamento e Meio Ambiente poderá autorizar a exposição de anúncio institucional em espaços públicos previamente definidos, ouvidas a Secretaria Municipal de Transportes e a Secretaria Municipal de Serviços Públicos, no que couber.

### Seção IV – Do Anúncio Concessional-Cooperativo

Art. 35. A publicidade em terrenos públicos, próprios municipais e no mobiliário urbano, poderá ser admitida, na forma de concessão pública e ou na forma de projetos de cooperação entre o Poder Público Municipal e a iniciativa privada ou organizações sociais, observadas as seguintes condições:

I - no caso de concessão de uso de terrenos, próprios municipais e equipamentos públicos, mediante procedimento licitatório e o regular processo de outorga;

BT



(Autógrafo PL n.º 11.948 - fls. 14)

II - no caso dos projetos de cooperação entre o Poder Público e a iniciativa privada ou organizações sociais – para exposição de anúncios em próprios municipais ou logradouros, mediante parceria, firmada após avaliação da secretaria ou órgão municipal que propôs o ajuste, de acordo o disposto na legislação específica.

§ 1º Independente da modalidade, o espaço destinado à publicidade terá os mesmos limites e condições previstas para a publicidade promocional.

§ 2º A publicidade e os seus suportes atualmente expostos e que estejam em desacordo com as normas ora instituídas, deverão ser adequadas no prazo de 1 (um) ano a contar da data de publicação desta lei.

#### Capítulo V - Dos Prazos e das Taxas de Licenciamento dos Anúncios

Art. 36. O licenciamento ou autorização será concedida por tempo determinado, de acordo com a modalidade e tipo do anúncio, conforme segue:

I - para o *anúncio indicativo*, pelo prazo de 2 (dois) anos;

II - para o *anúncio promocional*, pelo prazo de 2 (dois) anos;

III - para o *anúncio promocional-especial*, pelo período máximo de 30 (trinta) dias;

IV - para o *anúncio institucional*, pelo período máximo de 60 (sessenta) dias;

V - para o anúncio concessional-cooperativo, pelo período previsto no termo de outorga ou cooperação, pelo prazo máximo de 2 (dois) anos.

Parágrafo único. Os prazos para os anúncios tratados neste artigo não se aplicam à publicidade por meio de folhetos e similares.

Art. 37. A Taxa de Fiscalização de Licença de Publicidade para anúncios indicativos e promocionais será cobrada anualmente, de acordo com o Código Tributário Municipal, por meio da emissão da guia de recolhimento sob a responsabilidade da Secretaria Municipal de Planejamento e Meio Ambiente.

Parágrafo único. Na ausência de pedido expresso de cancelamento da licença, ao final do período de vigência, a mesma será automaticamente prorrogada com o recolhimento da taxa correspondente.

#### Capítulo VI - Das Responsabilidades, Infrações e Penalidades



(Autógrafo PL n.º 11.948 - fls. 15)

Art. 38. São considerados solidariamente responsáveis pela publicidade exposta e por eventuais danos dela decorrentes:

- I - o proprietário ou o possuidor do veículo de divulgação;
- II - o proprietário do imóvel onde se encontra instalada.
- III - o anunciante;
- IV - o profissional técnico responsável e a empresa instaladora.

Art. 39. A infração a dispositivo desta Lei, sujeitará os infratores às seguintes penalidades:

I - notificação para a regularização ou remoção do anúncio, observados os seguintes prazos máximos:

a) 24 horas a partir da notificação, para a remoção de anúncio instalado sem o licenciamento prévio obrigatório em local ou via onde é expressamente vedada a instalação;

b) 15 dias a partir da notificação, para a regularização ou remoção de anúncio instalado sem licença ou em desacordo com o desenho aprovado;

c) 30 dias a partir da notificação, para a remoção de anúncio com o licenciamento vencido e para o qual não houve prorrogação;

II - aplicação de multa conforme estabelecido nesta Lei e no Código Tributário Municipal, dobrada na reincidência;

III - cancelamento da licença com a conseqüente remoção do anúncio pela Prefeitura, as expensas do infrator.

Art. 40. Constitui, ainda, infração punível nos termos desta Lei a exibição de publicidade:

I - em mau estado de conservação ou sem ostentar o número de licença ou cadastro de forma legível: multa diária correspondente a 10% (dez por cento) do valor da licença;

II - para a qual haja a determinação de remoção: multa diária correspondente a 20% (vinte por cento) do valor da licença.

§ 1º Os responsáveis pelo anúncio deverão manter a disposição da fiscalização a documentação comprobatória do licenciamento e cadastro do anúncio bem como os comprovantes de pagamento das taxas, no que for de sua responsabilidade.

§ 2º A permanência da estrutura de sustentação ou suporte de anúncio, ainda que removida a peça com a mensagem, constitui infração análoga à descrita no inciso I do artigo 40 e sujeita os responsáveis à mesma penalidade.





(Autógrafo PL n.º 11.948 - fls. 16)

Art. 41. O licenciamento para a instalação de anúncios não implica no reconhecimento pela Administração, da segurança e estabilidade de sua estrutura de sustentação ou suporte.

### Capítulo VII - Da Fiscalização

Art. 42. A fiscalização da publicidade ao ar livre será exercida pela Secretaria Municipal de Planejamento e Meio Ambiente, visando:

I - orientar e incentivar a aplicação das normas e legislação pertinentes;

II - notificar, advertir, autuar e multar os infratores;

III - determinar a remoção da publicidade irregular;

IV - providenciar, no âmbito de suas competências, a suspensão ou cancelamento do CadAn;

V- propor ou determinar o cancelamento da licença concedida;

VI - propor ações que viabilizem a aplicação e o cumprimento das normas e posturas municipais previstas por esta Lei, prevenindo riscos à segurança e à saúde públicas, corrigindo distorções, inadequações, abusos e ilegalidades constatadas.

Parágrafo único. Na exploração de publicidade em abrigos de ônibus, paradas, estações, terminais de transporte coletivo e pontos de transporte individual, a fiscalização e controle será exercida, no que couber, em conjunto com a Secretaria Municipal de Transportes.

### Capítulo VII - Das Disposições Gerais e Transitórias

Art. 43. A publicidade no interior dos centros de compra, galerias e assemelhados, quando não sejam visíveis a partir de logradouro público, não está sujeita aos limites e condições de instalação estabelecidas por esta Lei, porém estão sujeitas ao licenciamento e ao pagamento das taxas.

Parágrafo único. Para o licenciamento, o responsável ou anunciante deverá protocolar no setor de protocolo requerimento acompanhado de desenho ou arte dos anúncios pretendidos e Declaração de responsabilidade.



(Autógrafo PL n.º 11.948 - fls. 17)

Art. 44. Os valores arrecadados com tarifas, taxas, licenças e multas, provenientes da aplicação desta Lei serão destinados ao Fundo Municipal de Conservação da Qualidade Ambiental, criado pela Lei Complementar nº 341 de 14 de junho de 2002.

Art. 45. A publicidade atualmente exposta e licenciada que esteja em desacordo com as normas ora instituídas, deverá ser regularizada na renovação do licenciamento.

§ 1º A publicidade considerada não regularizável deverá ser retirada no prazo máximo de 30 (trinta) dias, contados da data da notificação;

§ 2º Findo o prazo para a remoção e verificada a persistência da infração, o órgão competente fará a remoção da publicidade as expensas do infrator, sem prejuízo de aplicação de multa ao responsável;

§ 3º A publicidade exposta em área pública sem a devida autorização, será removida pela Prefeitura, independente de notificação, ficando o infrator sujeito à multa e ao reembolso das despesas decorrentes da remoção;

§ 4º Em caso de risco iminente para pedestres, bens públicos ou de terceiros, a publicidade será retirada de imediato, sem prejuízo das sanções cabíveis.

Art. 46. As disposições desta Lei não se aplicam à propaganda eleitoral.

Art. 47. Esta lei entrará em vigor na data de sua publicação.

Art. 48. Ficam revogadas as Leis nºs. 3.566, de 18 de junho de 1990, 3.958 de 02 de julho de 1992, 3.982 de 17 de setembro de 1992, 3.998, de 6 de outubro de 1992; 4.005, de 19 de outubro de 1992; 4.095, de 15 de fevereiro de 1993; 4.132, de 10 de maio de 1993; 4.500, de 21 de dezembro de 1994; 4.594, de 14 de junho de 1995; 4.615, de 16 de agosto de 1995; 5.092, de 06 de fevereiro de 1998; 5.124, de 05 de maio de 1998; 5.209, de 08 de dezembro de 1998; 5.235, de 18 de março de 1999; 5.635 de 26 de junho de 2001; 5.776 de 15 de abril de 2002; 5.872 de 09 de agosto de 2002; 6.449 de 26 de novembro de 2004; 6.543 de 16 de maio de 2005; 6.733 de 14 de agosto de 2006; 7.019 de 17 de março de 2008; 7.051 de 15 de maio de 2008; 7.239 de 20 de fevereiro de 2009; 7.448 de 28 de abril de 2010; 7.534 de 31 de agosto de 2010; 7.907 de 31 de agosto de 2012; 7.969 de 07 de dezembro de 2012; 8.097 de 25 de novembro de 2013 e 8.253 de 11 de julho de 2014.

CÂMARA MUNICIPAL DE JUNDIAÍ, em vinte e dois de dezembro de dois mil e quinze (22/12/2015).

Eng. MARCELO GASTALDO  
Presidente



(Autógrafo PL n.º 11.948 - fls. 19)

TABELA I

TAXA DE PUBLICIDADE - Panfletos - QTDE MÍNIMOS POR BAIRRO		
Có d.	BAIRRO:	TOTAL DE IMÓVEIS CONSTRUÍDOS:
Tabela para Distribuição de Panfletos em todos os Imóveis.		
1	Agapeama	2.404
2	Alvorada Vl.	3.778
3	Anhangabaú	3.437
4	Arens Vl. / Progresso Vl.	5.536
5	Caxambú	943
6	Cecap	1.592
7	Centenário Pq.	438
8	Centro (exceto quadrilátero área central)	6.814
9	Colégio Pq. Do	1.519
10	Colônia	2.124
11	Curupira	169
12	Eloy Chaves Pq.	3.765
13	Pq. Industrial Jundiaí/ Almerinda/ Varjão	1.130
14	Horto Florestal	692
15	Hortolândia	3.222
16	Ivoturucaia	596
17	Jundiaí Mirim	2.070
18	Lago Jd. Do	4.557
19	Malota	273
20	Maringá Vl.	3.699
21	Medeiros	1.503
22	Municipal Vl.	1.426
23	Nambi Vl.	928
24	Pacaembú Jd.	2.738
25	Ponte São João	3.232
26	Rami Vl.	3.653
27	Retiro	2.683
28	Rio Branco Vl.	2.972
29	Samambaia Jd.	650
30	Santa Gertrudes Jd.	1.755
31	São Camilo Jd.	1.652
32	Setor Industrial/ Lot. Residencial Faz. Grande	1.440
33	Tamoio Jd.	2.242
34	Torres de São José	2.259
35	Tulipas Jd. Das	1.263
36	Vianelo /Bonfiglioli	5.908
37	TODO O MUNICÍPIO (exceto quadrilátero central)	85.062

37



(Autógrafo PL n.º 11.948 - fls. 20)

TABELA II

TAXA DE PUBLICIDADE - Panfletos - QTDE MÍNIMOS POR BAIRRO		
Cód.	BAIRRO:	RESID. E APTOS EM CONDOMÍNIOS
Tabela para Distribuição de Panfletos somente em Residências e Apartamentos.		
1	Agapeama	2.217
2	Alvorada Vl.	3.538
3	Anhangabaú	2.879
4	Arens Vl. / Progresso Vl.	4.514
5	Caxambú	818
6	Cecap	1.560
7	Centenário Pq.	396
8	Centro (exceto quadrilátero central)	4.495
9	Colégio Pq. Do	1.260
10	Colônia	1.898
11	Curupira	151
12	Eloy Chaves Pq.	3.597
13	Pq. Industrial Jundiaí/ Almerinda/ Varjão	1.080
14	Horto Florestal	639
15	Hortolândia	2.838
16	Ivoturucaia	568
17	Jundiaí Mirim	1.851
18	Lago Jd. Do	4.300
19	Malota	272
20	Maringá Vl.	3.452
21	Medeiros	1.362
22	Municipal Vl.	1.027
23	Nambi Vl.	848
24	Pacaembú Jd.	2.590
25	Ponte São João	2.642
26	Rami Vl.	3.103
27	Retiro	2.324
28	Rio Branco Vl.	2.644
29	Samambaia Jd.	620
30	Santa Gertrudes Jd.	1.601
31	São Camilo Jd.	1.559



(Autógrafo PL n.º 11.948 - fls. 21)

32	Setor Industrial/ Lot. Residencial Faz. Grande	1.410
33	Tamoio Jd.	1.894
34	Torres de São José	1.982
35	Tulipas Jd. Das	1.160
36	Vianelo /Bonfiglioli	5.026
37	<b>TODO O MUNICÍPIO (exceto quadrilátero central)</b>	<b>74.115</b>

TABELA III

TAXA DE PUBLICIDADE - Panfletos - QTDE MÍNIMOS POR BAIRRO		
Cód.	BAIRRO:	RESIDÊNCIAS
<b>Tabela para Distribuição de Panfletos somente em Residências</b>		
1	Agapeama	1.989
2	Alvorada Vl.	2.875
3	Anhangabaú	2.142
4	Arens Vl. / Progresso Vl.	3.494
5	Caxambú	818
6	Cecap	1.560
7	Centenário Pq.	396
8	Centro (exceto quadrilátero área central)	2.643
9	Colégio Pq. Do	945
10	Colônia	1.794
11	Curupira	151
12	Eloy Chaves Pq.	1.812
13	Pq. Industrial Jundiaí/ Almerinda/ Varjão	1.080
14	Horto Florestal	639
15	Hortolândia	2.396
16	Ivoturucaia	568
17	Jundiaí Mirim	1.851
18	Lago Jd. Do	4.244
19	Malota	272
20	Maringá Vl.	2.332
21	Medeiros	1.312
22	Municipal Vl.	836
23	Nambi Vl.	848
24	Pacaembú Jd.	2.278
25	Ponte São João	2.310
26	Rami Vl.	2.456
27	Retiro	844
28	Rio Branco Vl.	2.451

37



(Autógrafo PL n.º 11.948 - fls. 22)

29	Samambaia Jd.	604
30	Santa Gertrudes Jd.	1.601
31	São Camilo Jd.	1.559
32	Setor Industrial/ Lot. Residencial Faz.Grande	1.410
33	Tamoio Jd.	1.512
34	Torres de São José	1.534
35	Tulipas Jd. Das	1.160
36	Vianelo /Bonfiglioli	3.397.
37	TODO O MUNICÍPIO (exceto quadrilatero central)	60.113

TABELA I V

TAXA DE PUBLICIDADE - Panfletos - QTDE MÍNIMOS POR BAIRRO.		
Cód.	BAIRRO:	COMÉRCIO E OUTROS.
Tabela para Distribuição de Panfletos somente em Comércio		
1	Agapeama	187
2	Alvorada Vl.	240
3	Anhangabaú	558
4	Arens Vl. / Progresso Vl.	1.022
5	Caxambú	125
6	Cecap	32
7	Centenário Pq.	42
8	Centro (exceto quadrilátero área central)	2.319
9	Colégio Pq. Do	259
10	Colônia	226
11	Curupira	18
12	Eloy Chaves Pq.	168
13	Pq. Industrial Jundiá/ Almerinda/ Varjão	50
14	Horto Florestal	53
15	Hortolândia	384
16	Ivoturucaia	28
17	Jundiá Mirim	219
18	Lago Jd. Do	257
19	Malota	1
20	Maringá Vl.	247

*hm*



(Autógrafo PL n.º 11.948 - fls. 23)

21	Medeiros	141
22	Municipal Vl.	399
23	Nambi Vl.	80
24	Pacaembú Jd.	148
25	Ponte São João	590
26	Rami Vl.	550
27	Retiro	359
28	Rio Branco Vl.	328
29	Samambaia Jd.	30
30	Santa Gertrudes Jd.	154
31	São Camilo Jd.	93
32	Setor Industrial/ Lot. Residencial Faz. Grande	30
33	Tamoio Jd.	348
34	Torres de São José	277
35	Tulipas Jd. Das	103
36	Vianelo /Bonfiglioli	882
37	<b>TODO O MUNICÍPIO (exceto quadrilátero central)</b>	<b>10.947</b>

TABELA V

TAXA DE PUBLICIDADE - Panfletos - QTDE MÍNIMOS POR BAIRRO		
Cód.	BAIRRO:	APARTAMENTOS EM CONDOMÍNIO
<b>Tabela para Distribuição de Panfletos somente em Apartamentos</b>		
1	Agapeama	228
2	Alvorada Vl.	663
3	Anhangabaú	737
4	Arens Vl. / Progresso Vl.	1.020
5	Caxambú	0
6	Cecap	0
7	Centenário Pq.	0
8	Centro (exceto quadrilátero área central)	1.852
9	Colégio Pq. Do	315
10	Colônia	104
11	Currupira	0
12	Eloy Chaves Pq.	1.785
13	Pq. Industrial Jundiaí/ Almerinda/ Varjão	0

3



(Autógrafo PL n.º 11.948 - fls. 24)

14	Horto Florestal	0
15	Hortolândia	442
16	Ivoturucaia	0
17	Jundiaí Mirim	0
18	Lago Jd. Do	56
19	Malota	0
20	Maringá VI.	1.120
21	Medeiros	50
22	Municipal VI.	191
23	Nambi VI.	0
24	Pacaembú Jd.	312
25	Ponte São João	332
26	Rami VI.	647
27	Retiro	1.480
28	Rio Branco VI.	193
29	Samambaia Jd.	16
30	Santa Gertrudes Jd.	0
31	São Camilo Jd.	0
32	Setor Industrial/ Lot. Residencial Faz. Grande	0
33	Tamoio Jd.	382
34	Torres de São José	448
35	Tulipas Jd. Das	0
36	Vianelo /Bonfiglioli	1.629
37	<b>TODO O MUNICÍPIO (exceto quadrilátero central)</b>	<b>14.002</b>

37





fls. _____
proc. _____

PROJETO DE LEI Nº. 11.948

PROCESSO Nº. 74.175

fls. 106
<i>Sm</i>

**RECIBO DE AUTÓGRAFO**

DATA DE ENTREGA NA PREFEITURA:

23/12/15

ASSINATURAS:

EXPEDIDOR: ROBERTO VICENTE

RECEBEDOR: Christiane

**PRAZO PARA SANÇÃO/VETO**

(15 dias úteis - LOJ, art. 53)

PRAZO VENCÍVEL em:

22/01/16

@Manfredi

Diretora Legislativa



PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE JUNDIAÍ - SP

fls. 106  
*Sm*

OF.G.P.L. n.º 21/2016

Processo nº 20.989-1/2013

CÂMARA M. JUNDIAÍ (PROTOCO) 18/JAN/2016 10:29 074403

EXPEDIENTE

Jundiaí, 14 de janeiro de 2016.

Excelentíssimo Senhor Presidente:

JUNTE-SE  
*Pedro Bigardi*  
Diretoria Legislativa  
18-101 116

Encaminhamos a V.Exa., cópia da Lei nº 8.584, objeto do Projeto de Lei nº 11.948, promulgada nesta data, por este Executivo.

Na oportunidade, reiteramos nossos protestos de elevada estima e distinta consideração.

Atenciosamente,

  
**PEDRO BIGARDI**  
Prefeito Municipal

Ao

Exmo. Sr.

**Vereador MARCELO ROBERTO GASTALDO**

Presidente da Câmara Municipal de Jundiaí

NESTA

scc.1



**LEI N.º 8.584, DE 14 DE JANEIRO DE 2016 .**

Disciplina a publicidade ao ar livre; e revoga a correlata Lei 3.566/90 e suas alterações.

**O PREFEITO DO MUNICÍPIO DE JUNDIAÍ**, Estado de São Paulo, de acordo com o que decretou a Câmara Municipal em Sessão Ordinária realizada no dia 22 de dezembro de 2015, **PROMULGA** a seguinte Lei:-

**Capítulo I - Dos Objetivos**

Art. 1º. A publicidade ao ar livre no Município de Jundiaí reger-se-á pelas disposições desta Lei e, independentemente de sua modalidade, tipo e localização, dependerá de prévia licença da Prefeitura, visando a:

I - ordenar a exploração, ocupação e uso do espaço e do mobiliário urbano para a veiculação de mensagens ou anúncios de publicidade;

II - preservar a paisagem urbana e rural da degradação e da poluição visual, tendo em vista o interesse coletivo e a sustentabilidade ambiental, social e econômica do Município;

III - favorecer o equilíbrio entre os direitos dos cidadãos e os interesses dos anunciantes e agentes de publicidade, objetivando o bem coletivo e o pleno desenvolvimento das funções sociais da cidade.

§ 1º O interesse social, a segurança e a saúde públicas, a preservação e a recuperação da paisagem contra a degradação ambiental, sobrepõe-se aos interesses dos anunciantes e dos agentes de publicidade.

§ 2º A paisagem constitui direito difuso de todos, e o Poder Público Municipal tem o dever de preservá-la, assegurando a boa qualidade estética bem como os referenciais paisagísticos de interesse coletivo e valor sociocultural e histórico.

**Capítulo II - Dos Conceitos e Definições**

Art. 2º. Considera-se publicidade ao ar livre todo anúncio na forma de mensagem de comunicação visual, presente na paisagem e visível a partir de logradouro público, composto da área de exposição e seu suporte ou estrutura.

*C* *D*



*[Handwritten signature]*

Art. 3º. Anúncio é a indicação de referência a produto, serviço, atividade ou evento; de promoção e divulgação comercial e institucional, de pessoas ou de ideias, realizada por quaisquer meios e formas de comunicação, incluindo o uso de texto, imagem, desenho e grafismo.

§ 1º Para efeitos desta Lei, os anúncios serão classificados em:

I - pequeno porte: anúncios de até 3,99m<sup>2</sup> (três metros e noventa e nove centímetros quadrados);

II - médio porte: anúncios entre 4,0 (quatro metros quadrados) e 14,99m<sup>2</sup> (quatorze metros e noventa e nove centímetros quadrados);

III - grande porte: anúncios a partir de 15m<sup>2</sup> (quinze metros quadrados).

§ 2º Considera-se luminoso o anúncio com sistema de iluminação embutido na estrutura (back-light) ou com iluminação projetada sobre ele (front-light).

Art. 4º. Anunciante é a empresa, instituição, profissional liberal ou pessoa beneficiária do anúncio.

Art. 5º. Agente de publicidade é a empresa de propaganda, promoção ou comunicação visual, proprietária ou responsável pelo veículo de divulgação ou pela campanha.

Art. 6º. Paisagem é o bem público constituído da interação contínua e dinâmica entre os elementos naturais, edificados ou criados e o próprio homem, numa constante relação de escala, forma, função e movimento.

Art. 7º. Veículo de divulgação ou de propaganda é qualquer meio de divulgação visual e audiovisual, os painéis, placas, cartazes, panfletos, banners, faixas; as pinturas, projeções visuais, fotografias, apliques adesivados ou afixados, além de outros meios e recursos assemelhados, inclusive os que se utilizem de pessoas como suporte (homens-seta, homens-placa), meio e aparato para a divulgação de mensagens de propaganda ao público, visível a partir de logradouro público.

Art. 8º. Áreas de interesse paisagístico são sítios significativos, vias e espaços públicos ou privados e demais bens de relevante interesse paisagístico, sociocultural, turístico, histórico, arquitetônico ou ambiental, legalmente definidos.

Art. 9º. Mobiliário urbano é o conjunto de equipamentos e recursos instalados nos logradouros e espaços públicos e que constituem a infraestrutura urbana, tais como,

*[Handwritten initials]*



postes e suportes de iluminação e sinalização públicas, telefonia, abrigos e pontos de parada do transporte público, coletores de lixo, hidrantes, entre outros.

### **Capítulo III - Dos Anúncios: suas Modalidades e Tipos**

Art. 10. Para fins de definição e enquadramento, os anúncios são classificados de acordo com as seguintes modalidades:

I - indicativo: identifica o negócio ou atividade, necessariamente exercida no local em que está instalado, informando apenas o nome, que pode ser acompanhado de símbolo ou logomarca, a atividade principal, o endereço, o telefone e o endereço eletrônico (site/email);

II - promocional: divulga e ou promove marcas, produtos, empresas ou instituições, negócios e eventos, ideias ou pessoas;

III - promocional-especial: usado para a divulgação de campanhas eventuais, promoções comerciais por tempo determinado, veiculada nos espaços e imóveis privados, obrigatoriamente sob responsabilidade de empresa inscrita no Cadastro Fiscal Municipal, por período de exposição de até 30 (trinta) dias.

IV - Institucional: transmite informações do Poder Público e organizações culturais; das entidades representativas da sociedade civil e organizações beneficentes ou similares, sem finalidade comercial - eventos realizados por instituição da mesma natureza, com sede no município, por período de exposição de até 60 (sessenta) dias.

V - concessional-cooperativo: o anúncio instalado em equipamento ou próprio público, inscrito ou afixado em peças do mobiliário urbano, decorrente de regular processo de outorga ou termo de cooperação firmado com o poder público municipal, observadas as disposições legais.

### **Capítulo IV – Das Condições Gerais para o Licenciamento, Cadastro de Anúncios e de Empresas de Publicidade.**

Art. 11. Nenhum anúncio ou veículo de divulgação poderá ser instalado ou exposto ao público, ou ainda mudado de local, sem prévio licenciamento ou autorização da Secretaria Municipal de Planejamento e Meio Ambiente, exceto os letreiros e placas de fachada de templos religiosos.

*E* *B*



§ 1º O pedido de licença ou autorização para a veiculação de anúncio deverá ser instruído com a seguinte documentação:

I - requerimento com dados do responsável e da publicidade a ser licenciada, acompanhado dos demais documentos indicados nos incisos deste parágrafo;

II - desenho do anúncio com descrição das estruturas de sustentação;

III - foto atual do imóvel;

IV - croqui de localização dos anúncios no imóvel e endereço dos locais de instalação;

V - autorização do proprietário do imóvel;

VI - declaração de responsabilidade em face do conteúdo do anúncio; das normas técnicas e dos eventuais danos que as peças venham causar a terceiros.

§ 2º O requerimento para licenciamento deverá ser apresentado diretamente ao protocolo ou por meio da internet, portal da Prefeitura, devidamente instruído e acompanhado da documentação que vier a ser exigida, de acordo com a modalidade e tipo do anúncio, nos termos desta Lei.

§ 3º A critério dos órgãos municipais competentes, poderão ser exigidos laudos e pareceres técnicos complementares, conforme o caso.

§ 4º Vetado.

Art. 12. Apurada qualquer irregularidade em anúncio autorizado, seu proprietário será notificado para corrigi-la no prazo máximo de 15 (quinze) dias, ou em até 24 horas, no caso de oferecer riscos à população, sob pena de cancelamento do licenciamento e demais sanções legais.

Parágrafo único. Em caso de risco iminente, a área em torno do anúncio deverá ser isolada pelos responsáveis até que sejam eliminadas as causas do problema.

Art. 13. Os anúncios, bem como os seus suportes, devem estar contidos no interior dos imóveis e obedecer aos limites de afastamento em relação aos vizinhos, nos termos previstos nesta Lei.

§ 1º Nos casos de painéis com duas ou mais faces, cada uma delas será considerada para efeito de medição da área do anúncio.

§ 2º O anúncio, em nenhuma hipótese, poderá:

*E B*



*Sm*

I - vedar a fachada principal da edificação;

II - prejudicar o acesso a serviço ou à livre circulação bem como apresentar potenciais de risco.

§ 3º Quando se tratar de anúncio luminoso, em nenhuma hipótese, poderá ter sua luminosidade projetada de modo a provocar incômodo ou ofuscamento;

§ 4º Todo anúncio, independente da modalidade e tipo, atenderá as normas técnicas pertinentes à segurança e estabilidade de seus elementos, bem como àquelas emitidas pela ABNT-Associação Brasileira de Normas Técnicas, em especial as relacionadas às distâncias das redes de distribuição de energia elétrica e gás.

§ 5º O anúncio, ainda:

I - respeitará a vegetação arbórea significativa, assim definida pelos setores de planejamento urbano e meio ambiente;

II - será mantido em bom estado de conservação, quanto à estabilidade, resistência dos materiais e aspecto visual;

III - não poderá causar confusão ou dúvida em relação à sinalização de trânsito ou a mensagens institucionais de orientação ao público, numeração imobiliária e denominação de logradouros;

IV - não poderá prejudicar a visualização de bens de valor cultural, arquitetônico e ou paisagísticos, legalmente definidos.

§ 6º A fachada do imóvel deverá encontrar-se em bom estado de conservação.

§ 7º Todo anúncio no alto de edifícios será considerado anúncio promocional, para os efeitos desta Lei.

§ 8º Independente da modalidade ou tipo, é vedada a instalação de anúncios em toldos e telhados ou apoiados em marquises, excetuados os anúncios indicativos de templos religiosos.

Art. 14. Será exigida a apresentação da Anotação de Responsabilidade Técnica – ART ou Registro de Responsabilidade Técnica – RRT e memorial descritivo para os anúncios de médio e grande porte.

Parágrafo único. A critério dos setores técnicos, desde que justificada a necessidade, poderão ser exigidas Anotação de Responsabilidade Técnica – ART ou Registro de Responsabilidade Técnica - RRT, além de outras garantias, independente das dimensões e características do anúncio.

*E* *D*



Art. 15. Na publicidade mediante emprego de balão, utilizar-se-á o processo de inflar ou a gás, observado o seguinte:

I - no caso de utilização de processo a gás, este deverá ser não inflamável, atóxico, não-corrosivo, inodoro, inerte e não-reativo, de modo a não trazer risco de acidentes à saúde da população;

II - o interessado deverá apresentar laudo da empresa competente, assegurando as condições estabelecidas no inciso anterior;

III - declaração de atendimento as regras do Comando da Aeronáutica - COMAR.

Art. 16. A instalação de anúncio em imóvel adjacente à via pavimentada fica condicionada à existência de passeio e à execução de serviços de limpeza do terreno, conservação e pintura de muros, grades e fachadas, na forma prevista na legislação aplicável à espécie.

Art. 17. As estruturas de sustentação e suportes dos anúncios que permanecerem instalados e visíveis, ainda que as peças com as mensagens ou imagens tenham sido removidas, estão sujeitas às regras e restrições impostas por esta Lei e continuam passíveis das sanções decorrentes.

Art. 18. É permitido aos operadores dos serviços de transporte de passageiros individual e coletivo urbano, afixar publicidade comercial em seus veículos, respeitadas as disposições da legislação municipal aplicável e do Código de Trânsito Brasileiro.

Art. 19. Para os efeitos desta Lei, não serão considerados anúncios:

I - as indicações das unidades e serviços da Administração Direta, autarquias e empresas públicas, bem como as mensagens de divulgação de obras, programas e projetos oficiais, campanhas e eventos realizadas pela Administração Direta e demais órgãos públicos;

II - as mensagens institucionais, com ou sem patrocínio, colocadas em áreas de proteção ambiental e bens do patrimônio histórico;

III - os dispositivos que contenham mensagens indicativas, de segurança ou utilidade pública, quando não estiverem acompanhadas de citações ou logomarcas de cunho publicitário;

IV - as placas e dispositivos, inscrição ou pintura com mensagens obrigatórias por legislação federal, estadual ou municipal;





V - as placas indicativas e informativas, nas obras de construção civil, dos nomes de empresas que executam ou fornecem serviços e materiais, engenheiros e arquitetos responsáveis pelos projetos ou execução das obras, desde que não ultrapassem os limites de anúncio de pequeno porte, nos termos do inciso I do § 1º. do art. 3º. desta lei;

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

VII - as inscrições ou placas com o nome de prédios e condomínios;

VIII - placas ou adesivos com indicação de monitoramento de empresas de segurança desde que não ultrapassem a área de 0,04m<sup>2</sup> (quatro centésimos de metro quadrado);

IX - logomarcas inscritas em bombas, densímetros e similares nos postos de abastecimento;

X - adesivos, pinturas ou apliques com a bandeira dos cartões de crédito, recargas de celulares e assemelhados, desde que não ultrapassem a área de 0,09m<sup>2</sup> (nove centésimos de metro quadrado);

XI - cartazes e pôsteres afixados nas bancas de jornais e revistas, desde que exclusivamente de promoção das publicações comercializadas, até o limite de 1/3 (um terço) do espaço ocupado pela banca.

Art. 20. Deverá ser fixado no canto inferior esquerdo dos anúncios indicativos e promocionais, de forma legível, o número do Cadastro Municipal de Anúncios – CadAn.

Parágrafo único. A Prefeitura disponibilizará o acesso ao CadAn em seu portal na internet, visando informar ao cidadão:

I - o período do licenciamento do anúncio;

II - o nome da pessoa física ou jurídica a quem foi concedida a licença;

III - a localização do anúncio;

IV - tipo de anúncio;

V - modalidade de anúncio;

VI - porte do anúncio;

VII - valor da licença.

Art. 21. É vedada a propaganda:

I - em postes de iluminação pública, sinalização de trânsito e indicação de



II - em árvores;

III - num raio de 15 (quinze) metros de distância de semáforos;

IV - em calçadas, vias e logradouros públicos, sob a forma de cavaletes, abordagem de pessoas ou quaisquer outras;

V - que exceda 12 (doze) metros de altura, considerando o ponto mais alto de sua estrutura;

VI - em próprio público, abrigo para passageiros, coletor de resíduos e demais itens do mobiliário urbano, salvo quando se tratar de publicidade nas modalidades autorizadas por esta lei;

VII - que se utilize de pessoas ou animais, como suporte (homens-seta, homens-placa e assemelhados).

#### Secção I – Do Anúncio Indicativo

Art. 22. O *anúncio indicativo*, necessariamente instalado no local onde o anunciante exerce sua atividade, deverá atender aos seguintes limites e condições:

I - nos imóveis com testada de até 50m (cinquenta metros);

a) área máxima, em metros quadrados, correspondente à metade da largura da testada, até o limite de 12,00m<sup>2</sup> (doze metros quadrados), excetuados os anúncios indicativos de templos religiosos;

b) afastamento mínimo de 0,50m (cinquenta centímetros) em relação aos imóveis vizinhos, edificadas ou não;

II - nos imóveis com testada superior a 50,00m (cinquenta metros) e até 100,00m (cem metros):

III - área máxima, em metros quadrados, correspondente à metade da largura da testada, aumentada na proporção de 1,00m<sup>2</sup> (um metro quadrado) para cada metro linear de recuo do anúncio em relação ao alinhamento frontal, até o limite de 37,00m<sup>2</sup> (trinta e sete metros quadrados);

IV - afastamento mínimo de 4,00m (quatro metros) em relação aos imóveis vizinhos, edificadas ou não;

V - nos imóveis com testada superior a 100,00m (cem metros):

a) área máxima, em metros quadrados, correspondente à metade da largura da



testada, aumentada na proporção de 1,00m<sup>2</sup> (um metro quadrado) para cada metro linear de recuo do anúncio em relação ao alinhamento frontal, até o limite de 81,00m<sup>2</sup> (oitenta e um metros quadrados);

b) afastamento mínimo de 8,00m (oito metros) em relação aos imóveis vizinhos, edificados ou não.

§ 1º. Independente da largura da testada, o anúncio indicativo instalado deverá ter:

I - altura máxima de 6,00m (seis metros) quando instalado junto ao alinhamento, podendo chegar a 12,00m (doze metros) mediante o aumento do limite na proporção de 1,00m (um metro) de altura para cada metro de recuo do anúncio em relação ao alinhamento frontal;

II - altura mínima de 2,20m (dois metros e vinte centímetros), medida da base do anúncio ou suporte até o piso, quando o painel ou sua estrutura avançar sobre o passeio público;

III - avanço máximo de 0,20m (vinte centímetros) sobre o passeio público, permitido apenas quando não houver recuo da edificação em relação ao alinhamento.

§ 2º. o anúncio indicativo pintado diretamente em caixas d'água, torres, empenas, fachadas ou muros não está sujeito ao limite de altura.

Art. 23. Nas edificações de uso comercial ou misto, com mais de três unidades comerciais, distribuídas em mais de um pavimento, deverá ser disponibilizado espaços individualizados para a publicidade das atividades, em painel instalado no nível do passeio público ou do pavimento térreo, quando houver recuo da edificação.

Art. 24. Os anúncios indicativos com área total de até 2,0m<sup>2</sup> (dois metros quadrados), inscritos no Cadastro de Anúncios – CadAn, estarão isentos do pagamento da taxa de publicidade.

Art. 25. Quando no mesmo imóvel forem instalados anúncios indicativos e promocionais, o limite de área máxima a ser considerado, somados todos os anúncios, é aquele definido para o anúncio promocional.

Parágrafo único. O anúncio promocional, neste caso, também estará sujeito às regras previstas na Secção II deste Capítulo.

Art. 26. As regras para os anúncios indicativos instalados nos imóveis da região central do Município serão definidas por Decreto.



Parágrafo único. Poderão ser instituídas, por meio de Decreto, outras áreas especiais e de interesse específico, com regras diferenciadas, visando a atender as peculiaridades do local, tais como áreas de interesse paisagístico, histórico ou arquitetônico, bem como os centros comerciais nos bairros.

### Secção II - Do Anúncio Promocional

Art. 27. O anúncio promocional, para instalação em imóveis edificados ou não, deverá atender aos limites e condições estabelecidas por esta Lei, de acordo com sua tipologia, a saber:

- I - tipo I: anúncio com área máxima de 12m<sup>2</sup>;
- II - tipo II: anúncio com área máxima de 27m<sup>2</sup>;
- III - tipo III: anúncio com área máxima de 54m<sup>2</sup>;
- IV - tipo IV: anúncio com área máxima de 108m<sup>2</sup>.

Art. 28. O licenciamento para o anúncio promocional será efetuado de acordo com a testada do imóvel para a qual o anúncio faz frente, conforme tipo definido pelo art. 27 e pelos incisos seguintes:

- I - nos imóveis com testada igual ou superior a 15m: anúncio tipo I (até 12m<sup>2</sup>);
- II - nos imóveis com testada superior a 25m: anúncio do tipo II (até 27m<sup>2</sup>);
- III - nos imóveis com testada superior a 50m: anúncio do tipo III (até 54m<sup>2</sup>);
- IV - nos imóveis com testada superior a 100m: anúncio do tipo IV (até 108m<sup>2</sup>).

§ 1º Para os anúncios na modalidade promocional 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 e II: 5,0m (cinco) metros de afastamento mínimo;
- II - para os anúncios do tipo III e IV: 10,0m (dez) metros de afastamento mínimo.

§ 2º Visando à preservação da estética, da perspectiva panorâmica e da visibilidade, o licenciamento de anúncios com área superior a 27m<sup>2</sup> (vinte e sete metros quadrados) somente serão permitidos nos imóveis com frente para rodovias ou vias marginais, após análise e autorização da Secretaria de Planejamento e Meio Ambiente.



§ 3º É vedada a pintura ou adesivagem de anúncio promocional diretamente sobre muros e paredes externas ou fachadas da edificação, excetuadas as paredes de fachada e as paredes laterais de templos religiosos.

Art. 29. Não serão permitidos anúncios promocionais nos imóveis localizados, nas áreas e vias indicadas abaixo, conforme classificação da Lei de Zoneamento e Ocupação do Solo:

I - Área Central - compreendida pelo Polígono de Proteção do Patrimônio Histórico e Zona de Serviço e Comércio Central (ZS1);

II - Território de Gestão da Serra do Japi;

III - áreas especiais – que vierem a ser instituídas por Decreto;

IV - na macrozona rural.

#### **Subseção I – Do anúncio promocional de empreendimento imobiliário**

Art. 30. A publicidade de empreendimento imobiliário somente será autorizada após aprovação do projeto respectivo pela Administração e seu registro imobiliário, quando for o caso.

§ 1º Dos anúncios constarão, em caracteres facilmente legíveis:

I - número do processo administrativo cujo projeto foi aprovado;

II - número do registro imobiliário do empreendimento, quando for o caso;

III - nome e número de registro dos responsáveis técnicos pelo projeto.

§ 2º A infração ao disposto neste artigo implica, além das sanções administrativas e penais cabíveis.

I - cumulativamente:

a) recolhimento ou retirada do anúncio, conforme o caso, no prazo de 5 (cinco) dias;

b) multa de R\$ 6.600,00 (seis mil e seiscentos reais).

II - se não atendida no prazo a exigência do inciso I do §2º deste artigo:

a) recolhimento ou retirada imediata do anúncio;

b) multa de R\$ 6.600,00 (seis mil e seiscentos reais) cada 5 (cinco) dias de manutenção da infração;

*[Handwritten initials]*



c) suspensão das obras até que as irregularidades sejam corrigidas.

**Subsecção II - Da Publicidade por meio de Folhetos e Similares Distribuídos nas Vias  
Públicas**

Art. 31. A publicidade realizada através de folhetos equipara-se, no que couber, à publicidade promocional e sua distribuição somente será permitida:

I - diretamente nos estabelecimentos comerciais, domicílios ou portarias dos loteamentos fechados e condomínios, entregue diretamente às pessoas ou colocadas nas caixas de correio;

II - pelo prazo de 30 (trinta) dias, no período compreendido entre 07h00 e 19h00;

III - após o licenciamento prévio, feito junto à Secretaria Municipal de Planejamento e Meio Ambiente.

§ 1º Do pedido de licenciamento prévio deverá constar o requerimento da campanha com:

I - a qualificação da empresa e pessoa responsável pelo licenciamento;

II - locais de distribuição pretendidos;

III - número de agentes distribuidores;

IV - período de distribuição;

V - nota fiscal da empresa que confeccionou os impressos;

VI - número da nota fiscal do prestador de serviço responsável pela distribuição, quando inscrito em Jundiaí;

VII - quantidade de panfletos a serem distribuídos, não inferior ao somatório das quantidades mínimas para cada bairro, conforme tabelas anexas a esta Lei;

VIII - prova de recolhimento da taxa respectiva.

§ 2º O prazo da campanha poderá ser prorrogado uma única vez, além dos trinta dias iniciais, após pedido fundamentado, a critério da Secretaria Municipal de Planejamento e Meio Ambiente.

§ 3º É proibida:

*[Handwritten signature]*      *[Handwritten mark]*



- I - a distribuição de folhetos e similares nas ruas e demais logradouros públicos;
- II - a entrega aos motoristas, bem como a colocação nos veículos estacionados;
- III - o lançamento em garagens, jardins e quintais;
- IV - o abandono ou descarte em áreas públicas ou particulares.

§ 4º O descumprimento do disposto neste artigo sujeita os infratores às seguintes penalidades, cumulativamente:

- I - apreensão do material;
- II - cancelamento da licença e autorização respectiva;
- III - multa de R\$ 1.320,00 (um mil trezentos e vinte reais), dobrada na reincidência.

§ 5º Vetado.

### **Subsecção III - Do Anúncio Promocional-especial**

Art. 32. O anúncio *promocional-especial*, de caráter eventual, usado para a veiculação de mensagens promocionais de natureza comercial, como faixa, banner, adesivo, placa móvel, cavalete ou assemelhado, deverá atender aos limites e condições a seguir:

- I - área do anúncio limitada a 20% (vinte por cento) da área máxima prevista para o imóvel, até o limite de 3 peças;
- II - exposição exclusivamente no interior do imóvel, sendo vedado o uso das paredes externas da edificação, quando não houver recuo em relação a divisa com o passeio público, bem como de toldos, marquises, coberturas e telhados.

Art. 33. Os anúncios das agências imobiliárias, instalados nos imóveis oferecidos para locação ou venda, deverão obedecer aos limites a seguir:

- I - a área ou a soma das áreas dos anúncios não ultrapasse a 0,50m<sup>2</sup> (cinquenta decímetros quadrados);
- II - as placas, faixas e assemelhados com as mensagens de venda ou locação estejam afixadas na fachada, muros ou grades de fechamento do imóvel anunciado ou estejam contidas dentro do lote.

Parágrafo único. Os anúncios em desacordo com o previsto neste artigo serão tratados como anúncios promocionais.



### **Seção III – Do Anúncio Institucional**

Art. 34. O *anúncio institucional* é modalidade orientada para a divulgação de evento de interesse ou utilidade pública, promovida pelo poder público, organizações sociais e entidades sem fins lucrativos, com sede ou filial no município de Jundiaí, sendo sua veiculação permitida, inclusive em espaços públicos, por período de exposição de no máximo 60 (sessenta) dias.

Parágrafo único. A Secretaria Municipal de Planejamento e Meio Ambiente poderá autorizar a exposição de anúncio institucional em espaços públicos previamente definidos, ouvidas a Secretaria Municipal de Transportes e a Secretaria Municipal de Serviços Públicos, no que couber.

### **Seção IV – Do Anúncio Concessional-Cooperativo**

Art. 35. A publicidade em terrenos públicos, próprios municipais e no mobiliário urbano, poderá ser admitida, na forma de concessão pública e ou na forma de projetos de cooperação entre o Poder Público Municipal e a iniciativa privada ou organizações sociais, observadas as seguintes condições:

I - no caso de concessão de uso de terrenos, próprios municipais e equipamentos públicos, mediante procedimento licitatório e o regular processo de outorga;

II - no caso dos projetos de cooperação entre o Poder Público e a iniciativa privada ou organizações sociais – para exposição de anúncios em próprios municipais ou logradouros, mediante parceria, firmada após avaliação da secretaria ou órgão municipal que propôs o ajuste, de acordo o disposto na legislação específica.

§ 1º Independente da modalidade, o espaço destinado à publicidade terá os mesmos limites e condições previstas para a publicidade promocional.

§ 2º A publicidade e os seus suportes atualmente expostos e que estejam em desacordo com as normas ora instituídas, deverão ser adequadas no prazo de 1 (um) ano a contar da data de publicação desta lei.

### **Capítulo V - Dos Prazos e das Taxas de Licenciamento dos Anúncios**

Art. 36. O licenciamento ou autorização será concedida por tempo determinado, de acordo com a modalidade e tipo do anúncio, conforme segue:





- I - para o *anúncio indicativo*, pelo prazo de 2 (dois) anos;
- II - para o *anúncio promocional*, pelo prazo de 2 (dois) anos;
- III - para o *anúncio promocional-especial*, pelo período máximo de 30 (trinta) dias;
- IV - para o *anúncio institucional*, pelo período máximo de 60 (sessenta) dias;
- V - para o anúncio concessional-cooperativo, pelo período previsto no termo de outorga ou cooperação, pelo prazo máximo de 2 (dois) anos.

Parágrafo único. Os prazos para os anúncios tratados neste artigo não se aplicam à publicidade por meio de folhetos e similares.

Art. 37. A Taxa de Fiscalização de Licença de Publicidade para anúncios indicativos e promocionais será cobrada anualmente, de acordo com o Código Tributário Municipal, por meio da emissão da guia de recolhimento sob a responsabilidade da Secretaria Municipal de Planejamento e Meio Ambiente.

Parágrafo único. Na ausência de pedido expresso de cancelamento da licença, ao final do período de vigência, a mesma será automaticamente prorrogada com o recolhimento da taxa correspondente.

#### **Capítulo VI - Das Responsabilidades, Infrações e Penalidades**

Art. 38. São considerados solidariamente responsáveis pela publicidade exposta e por eventuais danos dela decorrentes:

- I - o proprietário ou o possuidor do veículo de divulgação;
- II - o proprietário do imóvel onde se encontra instalada.
- III - o anunciante;
- IV - o profissional técnico responsável e a empresa instaladora.

Art. 39. A infração a dispositivo desta Lei, sujeitará os infratores às seguintes penalidades:

I - notificação para a regularização ou remoção do anúncio, observados os seguintes prazos máximos:

- a) 24 horas a partir da notificação, para a remoção de anúncio instalado sem o licenciamento prévio obrigatório em local ou via onde é expressamente vedada a instalação;



b) 15 dias a partir da notificação, para a regularização ou remoção de anúncio instalado sem licença ou em desacordo com o desenho aprovado;

c) 30 dias a partir da notificação, para a remoção de anúncio com o licenciamento vencido e para o qual não houve prorrogação;

II - aplicação de multa conforme estabelecido nesta Lei e no Código Tributário Municipal, dobrada na reincidência;

III - cancelamento da licença com a consequente remoção do anúncio pela Prefeitura, as expensas do infrator.

Art. 40. Constitui, ainda, infração punível nos termos desta Lei a exibição de publicidade:

I - em mau estado de conservação ou sem ostentar o número de licença ou cadastro de forma legível: multa diária correspondente a 10% (dez por cento) do valor da licença;

II - para a qual haja a determinação de remoção: multa diária correspondente a 20% (vinte por cento) do valor da licença.

§ 1º Os responsáveis pelo anúncio deverão manter a disposição da fiscalização a documentação comprobatória do licenciamento e cadastro do anúncio bem como os comprovantes de pagamento das taxas, no que for de sua responsabilidade.

§ 2º A permanência da estrutura de sustentação ou suporte de anúncio, ainda que removida a peça com a mensagem, constitui infração análoga à descrita no inciso I do artigo 40 e sujeita os responsáveis à mesma penalidade.

Art. 41. O licenciamento para a instalação de anúncios não implica no reconhecimento pela Administração, da segurança e estabilidade de sua estrutura de sustentação ou suporte.

### Capítulo VII - Da Fiscalização

Art. 42. A fiscalização da publicidade ao ar livre será exercida pela Secretaria Municipal de Planejamento e Meio Ambiente, visando:

I - orientar e incentivar a aplicação das normas e legislação pertinentes;

II - notificar, advertir, autuar e multar os infratores;

III - determinar a remoção da publicidade irregular;



IV - providenciar, no âmbito de suas competências, a suspensão ou cancelamento do CadAn;

V- propor ou determinar o cancelamento da licença concedida;

VI - propor ações que viabilizem a aplicação e o cumprimento das normas e posturas municipais previstas por esta Lei, prevenindo riscos à segurança e à saúde públicas, corrigindo distorções, inadequações, abusos e ilegalidades constatadas.

Parágrafo único. Na exploração de publicidade em abrigos de ônibus, paradas, estações, terminais de transporte coletivo e pontos de transporte individual, a fiscalização e controle será exercida, no que couber, em conjunto com a Secretaria Municipal de Transportes.

#### Capítulo VII - Das Disposições Gerais e Transitórias

Art. 43. A publicidade no interior dos centros de compra, galerias e assemelhados, quando não sejam visíveis a partir de logradouro público, não está sujeita aos limites e condições de instalação estabelecidas por esta Lei, porém estão sujeitas ao licenciamento e ao pagamento das taxas.

Parágrafo único. Para o licenciamento, o responsável ou anunciante deverá protocolar no setor de protocolo requerimento acompanhado de desenho ou arte dos anúncios pretendidos e Declaração de responsabilidade.

Art. 44. Os valores arrecadados com tarifas, taxas, licenças e multas, provenientes da aplicação desta Lei serão destinados ao Fundo Municipal de Conservação da Qualidade Ambiental, criado pela Lei Complementar nº 341 de 14 de junho de 2002.

Art. 45. A publicidade atualmente exposta e licenciada que esteja em desacordo com as normas ora instituídas, deverá ser regularizada na renovação do licenciamento.

§ 1º A publicidade considerada não regularizável deverá ser retirada no prazo máximo de 30 (trinta) dias, contados da data da notificação;

§ 2º Findo o prazo para a remoção e verificada a persistência da infração, o órgão competente fará a remoção da publicidade as expensas do infrator, sem prejuízo de aplicação de multa ao responsável;

§ 3º A publicidade exposta em área pública sem a devida autorização, será removida pela Prefeitura, independente de notificação, ficando o infrator sujeito à multa e



ao reembolso das despesas decorrentes da remoção;

§ 4º Em caso de risco iminente para pedestres, bens públicos ou de terceiros, a publicidade será retirada de imediato, sem prejuízo das sanções cabíveis.

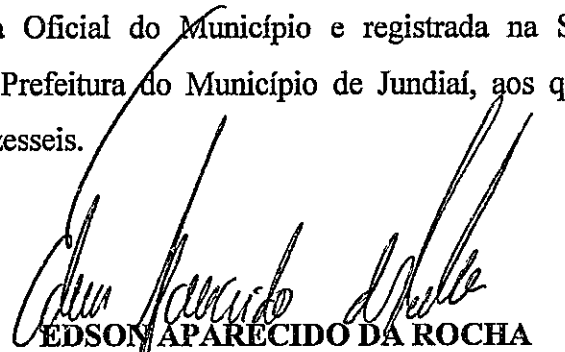
Art. 46. As disposições desta Lei não se aplicam à propaganda eleitoral.

Art. 47. Esta lei entrará em vigor na data de sua publicação.

Art. 48. Ficam revogadas as Leis nºs. 3.566, de 18 de junho de 1990, 3.958 de 02 de julho de 1992, 3.982 de 17 de setembro de 1992, 3.998, de 6 de outubro de 1992; 4.005, de 19 de outubro de 1992; 4.095, de 15 de fevereiro de 1993; 4.132, de 10 de maio de 1993; 4.500, de 21 de dezembro de 1994; 4.594, de 14 de junho de 1995; 4.615, de 16 de agosto de 1995; 5.092, de 06 de fevereiro de 1998; 5.124, de 05 de maio de 1998; 5.209, de 08 de dezembro de 1998; 5.235, de 18 de março de 1999; 5.635 de 26 de junho de 2001; 5.776 de 15 de abril de 2002; 5.872 de 09 de agosto de 2002; 6.449 de 26 de novembro de 2004; 6.543 de 16 de maio de 2005; 6.733 de 14 de agosto de 2006; 7.019 de 17 de março de 2008; 7.051 de 15 de maio de 2008; 7.239 de 20 de fevereiro de 2009; 7.448 de 28 de abril de 2010; 7.534 de 31 de agosto de 2010; 7.907 de 31 de agosto de 2012; 7.969 de 07 de dezembro de 2012; 8.097 de 25 de novembro de 2013 e 8.253 de 11 de julho de 2014.

  
**PEDRO BIGARDI**  
Prefeito Municipal

Publicada na Imprensa Oficial do Município e registrada na Secretaria Municipal de Negócios Jurídicos da Prefeitura do Município de Jundiá, aos quatorze dias do mês de janeiro de dois mil e dezesseis.

  
**EDSON APARECIDO DA ROCHA**  
Secretário Municipal de Negócios Jurídicos

scc.1



PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE JUNDIAÍ – SP  
(Lei nº 8.584/2016 – fls. 19)

fls. 125

*Sm*

TABELA I

TAXA DE PUBLICIDADE - Panfletos - QTDE MÍNIMOS POR BAIRRO		
Cód	BAIRRO:	TOTAL DE IMÓVEIS CONSTRUÍDOS
Tabela para Distribuição de Panfletos em todos os Imóveis		
1	Agapeama	2.404
2	Alvorada Vl.	3.778
3	Anhangabaú	3.437
4	Arens Vl. / Progresso Vl.	5.536
5	Caxambú	943
6	Cecap	1.592
7	Centenário Pq.	438
8	Centro (exceto quadrilátero área central)	6.814
9	Colégio Pq. Do	1.519
10	Colônia	2.124
11	Curupira	169
12	Eloy Chaves Pq.	3.765
13	Pq. Industrial Jundiaí/ Almerinda/ Varjão	1.130
14	Horto Florestal	692
15	Hortolândia	3.222
16	Ivoturucaia	596
17	Jundiaí Mirim	2.070
18	Lago Jd. Do	4.557
19	Malota	273
20	Maringá Vl.	3.699
21	Medeiros	1.503
22	Municipal Vl.	1.426
23	Nambi Vl.	928
24	Pacaembú Jd.	2.738
25	Ponte São João	3.232
26	Rami Vl.	3.653
27	Retiro	2.683
28	Rio Branco Vl.	2.972
29	Samambaia Jd.	650
30	Santa Gertrudes Jd.	1.755
31	São Camilo Jd.	1.652
32	Setor Industrial/ Lot. Residencial Faz. Grande	1.440
33	Tamoio Jd.	2.242
34	Torres de São José	2.259
35	Tulipas Jd. Das	1.263
36	Vianelo /Bonfiglioli	5.908
37	TODO O MUNICÍPIO (exceto quadrilátero central)	85.062



*fm*

TABELA I I

TAXA DE PUBLICIDADE - Panfletos - QTDE. MINIMOS POR BAIRRO		
Cód.	BAIRRO	RESID. E APTOS EM CONDOMINIOS
Tabela para Distribuição de Panfletos somente em Residências e Apartamentos		
1	Agapeama	2.217
2	Alvorada Vl.	3.538
3	Anhangabaú	2.879
4	Arens Vl. / Progresso Vl.	4.514
5	Caxambú	818
6	Cecap	1.560
7	Centenário Pq.	396
8	Centro (exceto quadrilátero central)	4.495
9	Colégio Pq. Do	1.260
10	Colônia	1.898
11	Curupira	151
12	Eloy Chaves Pq.	3.597
13	Pq. Industrial Jundiaí/ Almerinda/ Varjão	1.080
14	Horto Florestal	639
15	Hortolândia	2.838
16	Ivoturucaia	568
17	Jundiaí Mirim	1.851
18	Lago Jd. Do	4.300
19	Malota	272
20	Maringá Vl.	3.452
21	Medeiros	1.362
22	Municipal Vl.	1.027
23	Nambi Vl.	848
24	Pacaembú Jd.	2.590
25	Ponte São João	2.642
26	Rami Vl.	3.103
27	Retiro	2.324
28	Rio Branco Vl.	2.644
29	Samambaia Jd.	620
30	Santa Gertrudes Jd.	1.601
31	São Camilo Jd.	1.559
32	Setor Industrial/ Lot. Residencial Faz. Grande	1.410
33	Tamoio Jd.	1.894
34	Torres de São José	1.982
35	Tulipas Jd. Das	1.160
36	Vianelo /Bonfiglioli	5.026
37	<b>TUDO O MUNICÍPIO (exceto quadrilátero central)</b>	<b>74.115</b>

*fm* *\$*



TABELA III

**TAXA DE PUBLICIDADE - Panfletos - QTDE MÍNIMOS POR BAIRRO**

<b>Cód</b>	<b>BAIRRO</b>	<b>RESIDÊNCIAS</b>
<b>Tabela para Distribuição de Panfletos somente em Residências</b>		
1	Agapeama	1.989
2	Alvorada Vl.	2.875
3	Anhangabaú	2.142
4	Arens Vl. / Progresso Vl.	3.494
5	Caxambú	818
6	Cecap	1.560
7	Centenário Pq.	396
8	Centro (exceto quadrilátero área central)	2.643
9	Colégio Pq. Do	945
10	Colônia	1.794
11	Curupira	151
12	Eloy Chaves Pq.	1.812
13	Pq. Industrial Jundiaí/ Almerinda/ Varjão	1.080
14	Horto Florestal	639
15	Hortolândia	2.396
16	Ivoturucaia	568
17	Jundiaí Mirim	1.851
18	Lago Jd. Do	4.244
19	Malota	272
20	Maringá Vl.	2.332
21	Medeiros	1.312
22	Municipal Vl.	836
23	Nambi Vl.	848
24	Pacaembú Jd.	2.278
25	Ponte São João	2.310
26	Rami Vl.	2.456
27	Retiro	844
28	Rio Branco Vl.	2.451
29	Samambaia Jd.	604
30	Santa Gertrudes Jd.	1.601
31	São Camilo Jd.	1.559
32	Setor Industrial/ Lot. Residencial Faz. Grande	1.410
33	Tamoio Jd.	1.512
34	Torres de São José	1.534
35	Tulipas Jd. Das	1.160
36	Vianelo /Bonfiglioli	3.397
37	<b>TODO O MUNICÍPIO (exceto quadrilátero central)</b>	<b>60.113</b>



TABELA I V

TAXA DE PUBLICIDADE - Panfletos - QDE MÍNIMOS POR BAIRRO		
Cód.	BAIRRO:	COMÉRCIO E OUTROS
Tabela para Distribuição de Panfletos somente em Comercios.		
1	Agapeama	187
2	Alvorada Vl.	240
3	Anhangabaú	558
4	Arens Vl. / Progresso Vl.	1.022
5	Caxambú	125
6	Cecap	32
7	Centenário Pq.	42
8	Centro (exceto quadrilátero área central)	2.319
9	Colégio Pq. Do	259
10	Colônia	226
11	Curupira	18
12	Eloy Chaves Pq.	168
13	Pq. Industrial Jundiaí/ Almerinda/ Varjão	50
14	Horto Florestal	53
15	Hortolândia	384
16	Ivoturucaia	28
17	Jundiaí Mirim	219
18	Lago Jd. Do	257
19	Malota	1
20	Maringá Vl.	247
21	Medeiros	141
22	Municipal Vl.	399
23	Nambi Vl.	80
24	Pacaembú Jd.	148
25	Ponte São João	590
26	Rami Vl.	550
27	Retiro	359
28	Rio Branco Vl.	328
29	Samambaia Jd.	30
30	Santa Gertrudes Jd.	154
31	São Camilo Jd.	93
32	Setor Industrial/ Lot. Residencial Faz. Grande	30
33	Tamoio Jd.	348
34	Torres de São José	277
35	Tulipas Jd. Das	103
36	Vianelo /Bonfiglioli	882
37	<b>TUDO O MUNICÍPIO (exceto quadrilátero central)</b>	<b>10.947</b>

*E* *\$*





TABELA V

TAXA DE PUBLICIDADE - Panfletos - QTDE MÍNIMOS POR BAIRRO		
Cód.	BAIRRO	APARTAMENTOS EM CONDOMÍNIO
Tabela para Distribuição de Panfletos somente em Apartamentos		
1	Agapeama	228
2	Alvorada Vl.	663
3	Anhangabaú	737
4	Arens Vl. / Progresso Vl.	1.020
5	Caxambú	0
6	Cecap	0
7	Centenário Pq.	0
8	Centro (exceto quadrilátero área central)	1.852
9	Colégio Pq. Do	315
10	Colônia	104
11	Curupira	0
12	Eloy Chaves Pq.	1.785
13	Pq. Industrial Jundiaí/ Almerinda/ Varjão	0
14	Horto Florestal	0
15	Hortolândia	442
16	Ivoturucaia	0
17	Jundiaí Mirim	0
18	Lago Jd. Do	56
19	Malota	0
20	Maringá Vl. -	1.120
21	Medeiros	50
22	Municipal Vl.	191
23	Nambi Vl.	0
24	Pacaembú Jd.	312
25	Ponte São João	332
26	Rami Vl.	647
27	Retiro	1.480
28	Rio Branco Vl.	193
29	Samambaia Jd.	16
30	Santa Gertrudes Jd.	0
31	São Camilo Jd.	0
32	Setor Industrial/ Lot. Residencial Faz. Grande	0
33	Tamoio Jd.	382
34	Torres de São José	448
35	Tulipas Jd. Das	0
36	Vianelo /Bonfiglioli	1.629
37	<b>TODO O MUNICÍPIO (exceto quadrilátero central)</b>	<b>14.002</b>



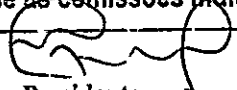
PUBLICAÇÃO Rubrica  
05/02/16

fls. 130  
8m

PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE JUNDIAÍ - SP

Ofício GP.L nº 20/2016

CÂMARA M. JUNDIAÍ (PROTOCO) 18/JAN/2016 10:29 074402

Processo nº 20.989-1/2013  
Encaminhe-se às comissões indicadas:  
  
Presidente  
02/02/16  
Excelentíssimo Senhor Presidente:

Jundiaí, 14 de janeiro de 2016.

Cumpre-nos comunicar a V. Ex<sup>a</sup>. e aos Nobres Vereadores que, com fundamento no art. 53 combinado com o art. 72, inciso VII, ambos da Lei Orgânica do Município, estamos **VETANDO PARCIALMENTE** o Projeto de Lei nº 11.948, aprovado por essa E. Edilidade, em Sessão Ordinária realizada em 22 de dezembro de 2015, por considerá-lo inconstitucional e ilegal, consoante as razões a seguir aduzidas.

O Projeto de Lei em tela, de iniciativa do Executivo tem por escopo disciplinar a publicidade ao ar livre, revogando a Lei nº 3.566/90 e suas alterações.

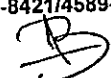
Ocorre, todavia que ao ser submetido à apreciação dessa Colenda Casa de Leis, no exercício de suas prerrogativas constitucionais os Nobres Edis introduziram Emendas em seu texto, em sua maioria visando dispensar tratamento privilegiado a instituições religiosas, outras atinentes a requisitos administrativos para o licenciamento esbarrando na competência privativa do Poder Executivo para a organização administrativa.

**REJEITADO**  
Presidente  
11/02/2016

Nessa ordem de ideias, temos que *as alterações introduzidas ao teor do § 4º do art. 11*, por resultar em invasão da esfera de competência do Poder Executivo, encerrada no art. 46, incisos IV da Lei Orgânica do Município, encontra-se maculada pela eiva da ilegalidade e da inconstitucionalidade.

Some-se a isso a inconveniência administrativa ao impor no tocante ao mérito, um prazo deveras exíguo para o procedimento, podendo comprometer o bom andamento dos trabalhos nessa área de atuação.

Registre-se, mais, que a redução do prazo para análise estabelecido inicialmente, de 60(sessenta) dias para 30(trinta) dias, com a permissibilidade de instalação automática da publicidade por parte do particular, após o





PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE JUNDIAÍ - SP

(Ofício GP.L nº 20/2016 - Processo nº 20.989-1/2013 – PL 11.948 – fls. 2)

fls. 131  
Sm

decurso desse prazo, fere o próprio espírito balizador da Lei que se pretende editar, qual seja regulamentar a atividade de licenciamento de publicidade, de sorte a impedir a instalação desenfreada de publicidade, comprometendo dessa maneira a segurança e produzindo poluição visual, em total detrimento do interesse público, *razão pela qual apomos veto ao aludido dispositivo.*

Já no que tange as alterações introduzidas nos artigos 11 “caput”; art. 13, § 8º; art. 22, inciso I, alínea “a”; art. 28, § 3º, as inserções se afiguram inconstitucionais e ilegais, notadamente as relativas à concessão de tratamento excludente ou preferencial a instituições religiosas, em afronta ao disposto no art. 5º, “caput” (princípio da isonomia); art. 19, inciso I, e art. 37 “caput” (princípio da impessoalidade), todos da Constituição Federal vigente, c/c art. 8º, inciso I da Lei Orgânica do Município, o que por si só, demanda a oposição de veto, ante à eiva de inconstitucionalidade e ilegalidade que macula o texto.

Nesse sentido, diante de tal ocorrência a alternativa plausível seria a oposição de veto, entretanto, considerando que a maioria das alterações não se efetivou de forma autônoma, mas com a inserção de expressão em incisos e artigos, a medida se afigura inadequada, eis que a teor do disposto no art. 53, § 1º da Lei Orgânica do Município alcançará o texto integral do artigo, parágrafo ou inciso, comprometendo disposições que norteiam os procedimentos atinentes à regulamentação pretendida.

Dessa maneira, as adequações necessárias em conformidade com o ordenamento jurídico vigente deverão ser promovidas por intermédio de novo processo legislativo.

Na esteira das razões antes aduzidas, registre-se por relevante, a oposição de veto *ao disposto no § 5º do art. 31.*

REJEITADO  
Presidente  
14/10/2016

É certo que, por contrariar a Lei Orgânica do Município, os dispositivos ora vetados afrontam o princípio da legalidade consagrado no artigo 111 da Constituição Estadual:

*“Art. 111 – A administração pública direta, indireta ou fundacional, de qualquer dos poderes do Estado, obedecerá aos princípios da legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade, razoabilidade, finalidade, motivação e interesse público.”*



PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE JUNDIAÍ - SP

(Ofício GP.L nº 20/2016 - Processo nº 20.989-1/2013 – PL 11.948 – fls. 3)

fls. 132


Sm

Considerando-se, ainda, a ingerência do Poder Legislativo em esfera que não lhe é própria, encontra-se maculado o disposto no § 4º do art. 11 da propositura em apreço com os vícios de ilegalidade e inconstitucionalidade, em ofensa ao princípio da independência e harmonia dos Poderes, previsto nos artigos 2º, 5º e 4º das Constituições Federal, Estadual e Lei Orgânica do Município, respectivamente .

Nesta linha de raciocínio, *ficam caracterizados os vícios de inconstitucionalidade e ilegalidade que pesam sobre o disposto no § 4º do art. 11 e § 5º do art. 31, razão pela qual a oposição de veto aos aludidos dispositivos.*

Por todo o exposto, estamos convictos de que os Nobres Edis não hesitarão em acatar as razões de **VETO PARCIAL** ora aduzidas.

Atenciosamente,

  
**PEDRO BIGARDI**  
Prefeito Municipal

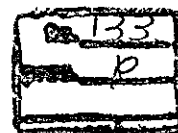
Ao

Exmo. Sr.

**Vereador MARCELO ROBERTO GASTALDO**

Presidente da Câmara Municipal de Jundiaí

NESTA



**CONSULTORIA JURÍDICA**

**PARECER Nº 1136**

**VETO PARCIAL AO PROJETO DE LEI Nº 11.948**

**PROCESSO Nº 74.175**

1. O Sr. Chefe do Executivo houve por bem vetar parcialmente o presente projeto de lei, de sua autoria, que disciplina a publicidade ao ar livre e dá outras providências.

2. O veto foi oposto e comunicado no prazo legal.

***Do § 11, do artigo 4º, do projeto. Do poder de emendar que não se confunde com o poder de iniciativa***

3. Com relação à ilegalidade e inconstitucionalidade alegadas, as motivações do Alcaide **não nos pareceram convincentes** no que concerne ao exercício do poder de emenda, por parte do Poder Legislativo.

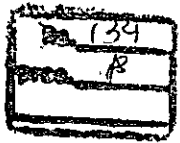
4. Sabe-se que uma vez apresentado o projeto pelo Chefe do Poder Executivo está exaurida a sua atuação. Abre-se o caminho, em seguida, para fase constitutiva da lei, que se caracteriza pela discussão e votação públicas da matéria.

4.1. Nessa fase se sobressai o poder de emendar.

4.2. O poder de emendar é reconhecido pela doutrina tradicional e está reservado aos parlamentares enquanto membros do Poder incumbido de estabelecer o direito novo.

4.2.1. O Supremo Tribunal Federal o considera como prerrogativa dos parlamentares, como se intui do seguinte julgado:

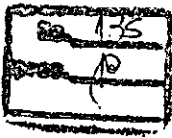
“O exercício do poder de emenda, pelos membros do parlamento, qualifica-se como prerrogativa inerente à função legislativa do Estado - O



poder de emendar - que não constitui derivação do poder de iniciar o processo de formação das leis - qualifica-se como prerrogativa deferida aos parlamentares, que se sujeitam, no entanto, quanto ao seu exercício, às restrições impostas, em "*numerus clausus*", pela Constituição Federal. - A Constituição Federal de 1988, prestigiando o exercício da função parlamentar, afastou muitas das restrições que incidiam, especificamente, no regime constitucional anterior, sobre o poder de emenda reconhecido aos membros do Legislativo. O legislador constituinte, ao assim proceder, certamente pretendeu repudiar a concepção regalista de Estado (RTJ 32/143 - RTJ 33/107 - RTJ 34/6 - RTJ 40/348), que suprimiria, caso prevalecesse, o poder de emenda dos membros do Legislativo. - **Revela-se plenamente legítimo, desse modo, o exercício do poder de emenda pelos parlamentares, mesmo quando se tratar de projetos de lei sujeitos à reserva de iniciativa de outros órgãos e Poderes do Estado, incidindo, no entanto, sobre essa prerrogativa parlamentar - que é inerente à atividade legislativa -, as restrições decorrentes do próprio texto constitucional (CF, art. 63, I e II), bem assim aquela fundada na exigência de que as emendas de iniciativa parlamentar sempre guardem relação de pertinência com o objeto da proposição legislativa"** (STF, Pleno, ADI nº 973-7/AP – medida cautelar. Rel. Min. Celso de Mello, DJ 19 dez. 2006, p. 34 –g.n.).

4.3. A limitação ao poder de emendar projetos de lei de iniciativa reservada do Poder Executivo existe no sentido de evitar: (a) aumento de despesa não prevista, inicialmente; ou então (b) a desfiguração da proposta inicial, seja pela inclusão de regra que com ela não guarde pertinência temática; seja ainda pela alteração extrema do texto originário, que rende ensejo a regulação praticamente e substancialmente distinta da proposta original.

4.4. Fora dessas situações, admitem-se emendas das seguintes espécies: (a) supressivas (que extirpam parte da proposição original), (b) aditivas (que acrescentam algo ao texto apresentado), (c) modificativas (que alteram a proposição sem violar sua essência), (d) substitutivas (que alteram formal ou



materialmente o projeto e são analisadas como sucedâneo de outra proposição) e (e) de redação (destinadas à adequação da técnica legislativa).

4.5. A emenda, ora ferretada, conferiu nova redação ao § 4º, do artigo 11, do projeto e não se apresenta exorbitante, sob o prisma jurídico. Logo não vinga o argumento de que a emenda ofertada é ilegal ou inconstitucional (isto vale para o **poder de iniciativa do projeto** e não para o **poder de emenda**, observado os limites postos, alhures.

4.6. Óbice de natureza meritória (a exiguidade de prazo para análise técnica da Prefeitura Municipal) é tema que compete ao Soberano Plenário.

4.7. **Por tais razões**, somos pelo afastamento das razões do veto ao § 11, do artigo 4º, do projeto, por tais argumentos.

***Do veto aos artigos 11, "caput"; 13, § 8º; 22, inciso I, alínea "a"; 28, § 3º e 31, § 5º.***

5. Somos pelo acolhimento às razões do veto parcial, relativamente aos artigos 11, "caput"; 13, § 8º; 22, inciso I, alínea "a"; 28, § 3º e 31, § 5º, do projeto, por afronta ao **princípio da igualdade e da laicidade estatal** (artigo 19, inciso I, da CF). Excetuar os templos religiosos das exigências posta no projeto constitui lesão ao princípio da igualdade e uma forma enviezada de subvenção.

5.1. Posto isso, somos pelo acolhimento das razões de veto, sob o prisma jurídico. No mérito, dirá o Soberano Plenário.

6. O veto deverá ser encaminhado à Comissão de Justiça e Redação, nos termos do art. 207 do Regimento Interno da Casa.

7. Em conformidade com a Constituição da República e a Lei Orgânica de Jundiaí, a Câmara deverá apreciar o veto dentro de 30 dias, contados de seu recebimento, só podendo rejeitá-lo pelo voto da maioria absoluta dos



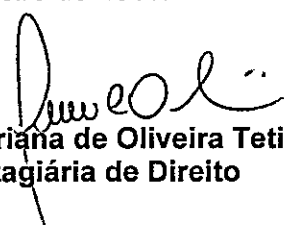
Câmara Municipal de Jundiaí  
São Paulo



seus membros (art. 66, § 4º. C.F., c/c o art. 53, § 3º, da L.O.M.). Exaurido o prazo mencionado sem deliberação do Plenário, o veto será pautado para a Ordem do Dia da sessão imediata, sobrestadas todas as demais proposições, até sua votação final, ressalvadas as matérias de que trata o "caput" do art. 62 da Constituição Federal, c/c o art. 53, § 3º da Carta Municipal.

Jundiaí, 18 de janeiro de 2016.

  
Fábio Nadal Pedro  
Consultor Jurídico

  
Adriana de Oliveira Teti  
Estagiária de Direito





COMISSÃO DE JUSTIÇA E REDAÇÃO

PROCESSO Nº 74.175

**VETO PARCIAL** ao PROJETO DE LEI Nº 11.948, do PREFEITO MUNICIPAL ( PEDRO BIGARDI), que disciplina a publicidade ao ar livre; e revoga a correlata Lei 3.566/90 e suas alterações.

**PARECER Nº 1389**

Conforme lhe faculta a Lei Orgânica de Jundiaí – art. 53, c/c o art. 72, VII - o Sr. Chefe do Executivo comunica a Edilidade, em prazo hábil, através do ofício GPL. nº 20/2016, sua decisão de vetar parcialmente o Projeto de Lei nº 11.948, que disciplina a publicidade ao ar livre, e revoga a correlata Lei 3.566/90 e suas alterações, por considerar inconstitucional e ilegal, os dispositivos que especifica, consoante as motivações de fls. 130/132.

O Prefeito se insurge contra os artigos 11 “caput”; art. 13. § 8º; art. 22, inciso I, alínea “a”; art. 28, § 3º, alegando que os mesmos alcançam âmbito legislativo privativo de sua pessoa política além de dispor sobre a concessão de tratamento preferencial a instituição religiosas, afrontando o princípio basilar da isonomia, assegurado pela Constituição Federal vigente.

Entretanto ousamos discordar do posicionamento exposto nas razões de veto apresentadas pelo Alcaide, vez que entendemos se tratar de proposta legislativa concorrente, encontrando embasamento na lei, motivo pelo qual votamos pela rejeição do veto parcial oposto.

Parecer, pois, contrário ao veto.

**APROVADO**  
02/02/16

Sala das Comissões, 02.02.2016.

**GERSON SARTORI**  
Presidente e Relator

**MÁRCIO PETENCOSTES DE SOUSA**

**PAULO SERGIO MARTINS**

**ROBERTO CONDE ANDRADE**

**ROGÉRIO RICARDO DA SILVA**



Of. PR/DL 34/2016  
proc. 74.175

Em 11 de fevereiro de 2016

Exm.º Sr.

**PEDRO BIGARDI**

DD. Prefeito Municipal

JUNDIAÍ

Para conhecimento de V.Exa. e adoção das providências julgadas cabíveis, comunicamos que o **VETO PARCIAL** oposto ao **PROJETO DE LEI N.º 11.948** (objeto do Of. GP.L. n.º 20/2016) foi **REJEITADO** na Sessão Ordinária ocorrida na presente data.

Assim, estamos reencaminhando o respectivo **Autógrafo**, por cópia anexa, nos termos e para os fins do estabelecido na Lei Orgânica de Jundiaí (art. 53, § 4º).

Sem mais, queira aceitar as expressões de nossa estima e consideração.

**Eng. MARCELO GASTALDO**  
Presidente

/cm

Recebi.
Ass.: <b>Christiane S.</b>
Nome: <b>Christiane S.</b>
Identidade: <b>19.801-980-4</b>
Em <b>12/02/16</b>



Processo 74.175

**LEI N.º 8.584, DE 14 DE JANEIRO DE 2016**

Disciplina a publicidade ao ar livre; e revoga a correlata Lei 3.566/90 e suas alterações.

O PRESIDENTE DA CÂMARA MUNICIPAL DE JUNDIAÍ, Estado de São Paulo, conforme a rejeição de veto parcial pelo Plenário em 11 de fevereiro de 2016, promulga os seguintes dispositivos da Lei em epígrafe:

*"Art. 11. (...)*

*(...)*

*§ 4º. Os pedidos de licenciamento serão analisados no prazo máximo de 30 (trinta) dias, a contar da data do protocolo do pedido, decorrido o qual, sem decisão de autorização, o anúncio poderá ser instalado, sendo de inteira responsabilidade do proprietário e dos profissionais envolvidos a observância das disposições estabelecidas nesta Lei.*

*(...)*

*Art. 31. (...)*

*(...)*

*§ 5º. Excetuam-se os folhetos e similares de caráter religioso."*

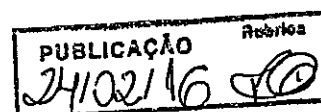
CÂMARA MUNICIPAL DE JUNDIAÍ, em dezessete de fevereiro de dois mil e dezesseis (17/02/2016).

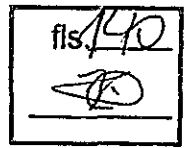
**Eng. MARCELO GASTALDO**  
Presidente

Registrada e publicada na Secretaria da Câmara Municipal de Jundiaí, em dezessete de fevereiro de dois mil e dezesseis (17/02/2016).

**WILMA CAMILO MANFREDI**  
Diretora Legislativa

/cm





Of. PR/DL 54/2016  
Proc. 74.175

Em 17 de fevereiro de 2016

Exm.º Sr.

**PEDRO ANTONIO BIGARDI**

DD. Prefeito Municipal

**JUNDIAÍ**

Para conhecimento e adoção das providências cabíveis, a V. Ex.ª encaminho cópia de dispositivos da LEI Nº. 8.584, promulgados por esta Presidência na presente data, objetos de veto parcial rejeitado.

Sem mais, queira aceitar os meus sinceros respeitos.

**Eng. MARCELO GASTALDO**  
Presidente

/cm -

<b>RECEBI</b>	
Ass:	<u>Ostachlerd</u>
Nome:	<u>Christiane S.</u>
Em	<u>18/02/16</u>