



Processo 74.175

*Autógrafo*

**PROJETO DE LEI Nº. 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:



(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.

#### **Subseção 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.

#### **Subseção 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 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.

§ 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.

### **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;



(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.

### **Secção 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.

### **Secção 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;



(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 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.



(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.

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.



(Autógrafo PL n.º 11.948 - fls. 17)

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 n.ºs. 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. 18)

TABELA I

<b>TAXA DE PUBLICIDADE - Panfletos - QTDE MÍNIMOS POR BAIRRO</b>		
<b>Có d.</b>	<b>BAIRRO:</b>	<b>TOTAL DE IMÓVEIS</b>
		<b>CONSTRUÍDOS:</b>
<b>Tabela para Distribuição de Panfletos em todos os Imóveis</b>		
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	<b>TODO O MUNICÍPIO (exceto quadrilátero central)</b>	<b>85.062</b>



(Autógrafo PL n.º 11.948 - fls. 19)

TABELA II

<b>TAXA DE PUBLICIDADE - Panfletos - QTDE MÍNIMOS POR BAIRRO</b>		
<b>Có d.</b>	<b>BAIRRO:</b>	<b>RESID. E APTOS EM CONDOMÍNIOS</b>
<b>Tabela para Distribuição de Panfletos somente em Residências e Apartamentos</b>		
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



Câmara Municipal de Jundiaí  
São Paulo

(Autógrafo PL n.º 11.948 - fls. 20)

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 I I I

TAXA DE PUBLICIDADE - Panfletos - QTDE MÍNIMOS POR BAIRRO		
Có d.	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



Câmara Municipal de Jundiaí  
São Paulo

(Autógrafo PL n.º 11.948 - fls. 21)

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 - QTDE MÍNIMOS POR BAIRRO		
Cód	BAIRRO:	COMÉRCIO E OUTROS
<b>Tabela para Distribuição de Panfletos somente em Comércio</b>		
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



Câmara Municipal de Jundiaí  
São Paulo

(Autógrafo PL n.º 11.948 - fls. 22)

21	Medeiros	141
22	Municipal VI.	399
23	Nambi VI.	80
24	Pacaembú Jd.	148
25	Ponte São João	590
26	Rami VI.	550
27	Retiro	359
28	Rio Branco VI.	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
<b>37</b>	<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 VI.	663
3	Anhangabaú	737
4	Arens VI. / Progresso VI.	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



Câmara Municipal de Jundiaí  
São Paulo

(Autógrafo PL n.º 11.948 - fls. 23)

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
<b>37</b>	<b>TODO O MUNICÍPIO (exceto quadrilátero central)</b>	<b>14.002</b>