



PROJETO DE LEI Nº 14621/2025

(Paulo Sergio Martins)

Altera a Lei 8.584/2016, que disciplina a publicidade ao ar livre, para vedar a publicidade de empresas de apostas, bebidas alcoólicas, tabaco e propagandas pornográficas em espaços de concessão pública.

Art. 1º. A Lei nº. 8.584, de 14 de janeiro de 2016, que disciplina a publicidade ao ar livre, passa a vigorar com os seguintes acréscimos:

“Art. 35. (...)

(...)

(inciso) – a proibição da propaganda de empresas de apostas, bebidas alcoólicas, tabaco e propaganda pornográfica.” (NR)

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

Justificativa

O objetivo desta matéria é regular a publicidade de espaços concedidos através de concessão pública feita pela Prefeitura Municipal de Jundiaí de jogos de azar, casas de apostas, bebidas alcoólicas, tabaco e propaganda pornográfica.

A promoção de empresas de apostas pode ter impactos negativos na saúde mental e financeira dos cidadãos. Este projeto de lei visa proteger os cidadãos, especialmente os mais jovens, proibindo a divulgação irresponsável de empresas de apostas.

Por todo o exposto, apelo aos nobres Pares que aprovem este projeto.

PAULO SERGIO – DELEGADO





Câmara Municipal de Jundiaí

Estado de São Paulo

(Texto compilado da Lei nº 8.584/2016 – pág. 2)

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.





Câmara Municipal de Jundiaí

Estado de São Paulo

(Texto compilado da Lei nº 8.584/2016 – pág. 15)

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.





Câmara Municipal de Jundiaí

Estado de São Paulo

(Texto compilado da Lei nº 8.584/2016 – pág. 16)

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.~~

V – para o anúncio concessional-cooperativo, pelo período previsto no termo de outorga ou cooperação anexo ao respectivo contrato. (Redação dada pela [Lei n.º 9.362](#), de 18 de dezembro de 2019)

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:

