



**GABINETE DO PREFEITO**

**DECRETO Nº 1347, DE 31 DE MAIO DE 2004.**

**Regulamenta a Lei Complementar n.º 014, de 29 de dezembro de 1992, concernente a exploração de publicidade e contém outras providências.**

**O PREFEITO DE GOIÂNIA**, no uso de suas atribuições legais,

**D E C R E T A:**

**CAPÍTULO I**  
**DAS DISPOSIÇÕES PRELIMINARES**

**Art. 1º** A instalação de engenhos de divulgação de publicidade e propaganda nos logradouros públicos ou em qualquer lugar de acesso ao público, depende de licença prévia, emitida sempre a título precário, pela Secretaria Municipal do Meio Ambiente - SEMMA.

**Parágrafo único.** As exigências do presente artigo abrangerão todos e quaisquer meios de publicidade e propaganda e de qualquer natureza.

**Art. 2º** Para os efeitos da Lei Complementar Municipal n.º 014/92 - Código Postura do Município de Goiânia, e deste Decreto, as seguintes expressões ficam assim definidas:

**I** – exploração de propaganda e publicidade nos logradouros públicos é o engenho de divulgação de publicidade que esteja voltado diretamente para as vias públicas e demais espaços públicos, expostos ao ar livre ou nas fachadas externas das edificações;

**II** - engenho de divulgação de publicidade é o conjunto formado pela estrutura de fixação, pelo quadro próprio e pela publicidade ou propaganda nele contida;



**III** – veículo de publicidade tem o mesmo significado de engenho de publicidade;

**IV** - propaganda é qualquer forma de difusão de idéias, produtos, mercadorias ou serviços, mediante a utilização de quaisquer materiais, por parte de determinada pessoa física ou jurídica;

**V** - publicidade tem o mesmo significado de propaganda;

**VI** - publicidade ao ar livre é a veiculada exclusivamente por meio de engenhos externos, assim considerados aqueles afixados nos logradouros públicos ou em locais visíveis destes;

**VII** - quadro próprio de um engenho é o elemento físico utilizado exclusivamente como suporte de publicidade;

**VIII** - face é cada uma das superfícies de exposição de um engenho;

**IX** - área total de um engenho é a soma das áreas de todas as suas superfícies de exposição, exceto sua estrutura ou suporte;

**X** - fachada é qualquer das faces externas de uma edificação, quer seja edificação principal, quer seja complementar, como torres, caixas d'água, chaminés ou similares;

**XI** - fachada principal é qualquer fachada voltada para logradouro público;

**XII** - testada de lote é a extensão da divisa do lote com o logradouro público;

**XIII** - recuo frontal é a menor distância entre a edificação e o alinhamento do imóvel onde se localiza;

**XIV** - imóvel edificado é o terreno ocupado total ou parcialmente com edificação de caráter permanente;

**XV** - terreno não edificado é o imóvel não ocupado, ou ocupado parcialmente com edificação de caráter transitório, como imóvel em construção, estacionamento, lavajato, circo, parques e afins;



**XVI** - alinhamento é a linha divisória entre o lote e cada logradouro para o qual tem frente;

**XVII** – via estadual e/ou federal – superfície por onde transitam veículos, pessoas e animais, de responsabilidade estadual e/ou federal, compreendendo a pista, a ilha e canteiro central, a calçada, o acostamento e faixa lateral.

**XVIII** – logradouro ou logradouro público é o espaço livre destinado pela municipalidade à circulação, parada ou estacionamento de veículos, ou à circulação de pedestres, tais como: pista de rolamento, ilhas, rótulas, calçada, praças, parques, áreas de lazer e similares.

## **CAPÍTULO II**

### **DOS TIPOS DE ENGENHOS PUBLICITÁRIOS**

**Art. 3º** Para os efeitos das Leis Complementares n.º 014/92 - Código Postura Municipal de Goiânia, Lei Complementar n.º 127, de 12 de novembro de 2003 e deste Decreto, consideram-se engenhos de divulgação de propaganda e publicidade:

**I** - tabuleta ou "out-door" - engenho fixo, de uma ou mais faces destinado à colocação de cartazes em papel ou lona, substituíveis periodicamente com ou sem iluminação artificial;

**II** - painel ou placa - engenho fixo ou móvel de uma ou mais faces constituído por materiais que, expostos por longo período de tempo, não sofrem deterioração física substancial, caracterizando-se pela baixa rotatividade da mensagem, sendo iluminado ou não;

**III** - letreiro simples – é a inscrição de mensagem publicitária, signos ou símbolos pintados na própria fachada do estabelecimento comercial;

**IV** - folhetos e/ou cartazes - constituído por material impresso facilmente deteriorável e que se caracteriza pela alta rotatividade de mensagem e elevado número de exemplares e afixações;

**V** - dispositivo de transmissão de mensagem - engenho que transmite mensagens publicitárias por meio de visores, telas de projeção e outros dispositivos eletrônicos e/ou cinematográficos afins;



**VI** - luminoso - engenho publicitário que possui dispositivo de iluminação própria ou que tenha sua visibilidade possibilitada ou reforçada por dispositivos luminosos e afixados na fachada da edificação, ou instalados ao ar livre em estrutura própria com área publicitária, em cada face, inferior a 6 m<sup>2</sup> (seis metros quadrados);

**VII** – letreiro e painel luminoso tipo “Front-Light” - engenho publicitário de dimensão variável que conta com lâmpadas que iluminam a mensagem frontalmente, apoiado sob estrutura própria, feita de material resistente e com área publicitária, em cada face, igual ou superior a 6 m<sup>2</sup> (seis metros quadrados);

**VIII** – letreiro e painel luminoso tipo “Back-Light” - engenho publicitário de dimensão variável que conta com iluminação interna ou externa por trás da tela, apoiados sob estrutura própria, feita de material resistente e com área publicitária, em cada face, igual ou superior a 6 m<sup>2</sup> (seis metros quadrados);

**IX** - empena cega – é a face externa da edificação comercial que não apresente abertura à iluminação, ventilação e insolação;

**X** – tela de cinema – é o anúncio projetado em tela de cinema, por ocasião da exibição dos filmes.

**XI** – busdoor padrão – é a publicidade veiculada no vidro traseiro dos ônibus do transporte urbano em geral, não podendo ultrapassar a média de 2,10m (dois metros e dez centímetros) de comprimento e 1,10m (um metro e dez centímetros) de altura.

**XII** – busdoor backbus – é a publicidade veiculada na traseira completa do ônibus do transporte urbano não podendo ultrapassar a média de 3 m (três metros) de comprimento e 2,35m (dois metros e trinta e cinco centímetros) de altura.

**XIII** – busdoor sidebus – é a publicidade veiculada na lateral entre eixos dos ônibus do transporte urbano, não podendo ultrapassar a medida de 4,20m (quatro metros e vinte centímetros) de comprimento e 1,40m (um metro e quarenta centímetros) de altura.



**XIV** – luminosos para táxi – é a publicidade veiculada no teto dos veículos do transporte individual de passageiros, táxis, com medidas máxima de 1m (um metro) de comprimento e 0,35cm (trinta e cinco centímetros) de altura e 0,30cm (trinta centímetros) de largura.

**XV** – Adesivo para táxi – é a publicidade veiculada no vidro traseiro dos veículos do transporte individual de passageiros, táxis, com medidas máximas de 1,30m (um metro e trinta centímetros) de comprimento e 0,70cm (setenta centímetros) de altura, com adesivos perfurados com transparência luminosa de 50% de acordo com a Resolução nº 073/98, do Conselho Nacional de Trânsito – COTRAN, onde deverá constar sob forma de chancela o nome da empresa e número da autorização emitida pela Secretaria Municipal de Meio Ambiente – SEMMA.

§ 1º - Serão considerados engenhos de divulgação quando utilizados para veicular mensagem publicitária:

**I** - mobiliário urbano, liberados mediante concessão ou permissão do Poder Executivo, após parecer técnico favorável da SEMMA e mediante licitação;

**II** - balões e bóias;

**III** – veículos de transporte coletivo e alternativo, ônibus em geral, vans, Kombis, táxis, mototáxis, dirigíveis aéreos e outros veículos automotores.

§ 2º - Consideram-se mobiliário urbano as grades protetoras de árvores, lixeiras, cabines de telefone, abrigos de ônibus e de táxis, bancos, placas de nomenclatura de logradouros, barreiras de pedestres, indicadores de endereços, hora e temperatura, e outras de utilidade pública.

### **CAPÍTULO III DA INSTALAÇÃO**

#### **Seção I Das Proibições**



**Art. 4º** É expressamente proibida a inscrição e a afixação de anúncios e publicidade de qualquer natureza nos seguintes casos:

**I** - quando, pela sua espécie, provoquem aglomerações prejudiciais ao trânsito público;

**II** - quando forem ofensivas à moral ou contiverem referências desprimorosas a indivíduos, estabelecimentos, instituições ou crenças;

**III** - quando o vernáculo for utilizado incorretamente;

**IV** - quando constituídos por inscrição na pavimentação das vias, meios-fios e calçadas;

**V** - em postes da rede elétrica;

**VI** - nas árvores de logradouros públicos, com exceção de sua afixação nas grades que as protegem, desde que sejam executados em placas de metal, após autorização da SEMMA;

**VII** - em monumentos que constituam o patrimônio histórico;

**VIII** - em estátuas, parques públicos, praças e jardins, exceto as publicidades instaladas no mobiliário urbano, mediante permissão ou concessão do Poder Executivo;

**IX** - quando equipados com luzes ofuscantes;

**X** - em bancas de jornais, revistas, pit-dogs e similares;

**XI** - em passagens de nível;

**XII** – a menos de 10m (dez metros) nas zonas urbanas e de expansão urbana e, a menos de 20m (vinte metros) nas zonas rurais, das vias rodoviárias e ferroviárias, estaduais e/ou federais que cortam o Município de Goiânia;

**XIII** - em postes, colunas e placas da sinalização de trânsito vertical e semaforica ou em quaisquer outros equipamentos ou instalações dos logradouros públicos, exceto as publicidades instaladas no mobiliário urbano, mediante permissão ou concessão do Poder Executivo.



**XIV** - em zonas de proteção ambiental, especificadas na Lei Complementar n.º 031, de 29 de Dezembro de 1994, exceto as publicidades instaladas no mobiliário urbano, mediante permissão ou concessão do Poder Executivo;

**XV** – que façam publicidade em desacordo com o código da auto-regulamentação publicitária – CONAR, e a legislação publicitária - Lei Federal n.º 4.680/65, e seu Código de Ética;

**XVI** – em grades protetoras da arborização pública, quando esta apresentar mais de 10cm (dez centímetros) de diâmetro e/ou 3m (três metros) de altura, ambos medidos a partir da superfície do solo.

**Art. 5º** Não será permitida a distribuição de folhetos e cartazes em parques públicos, ilhas e áreas ajardinadas, independente de sua finalidade.

**Art. 6º** É expressamente proibida a publicidade ou propaganda de caráter político, comercial, educacional, artística e educativa em muros e logradouros, exceto as publicidades instaladas no mobiliário urbano, mediante permissão ou concessão do Poder Executivo.

## **Seção II**

### **Dos Critérios Para Instalação**

**Art. 7º** A instalação de engenhos de divulgação de publicidade nas edificações não poderão obstruir aberturas destinadas à circulação, iluminação ou ventilação de compartimentos da edificação.

**Art. 8º** Os letreiros, placas e luminosos instalados perpendicularmente à linha de fachadas dos edifícios terão as suas projeções horizontais limitadas ao máximo de 1,50m (um metro e cinquenta centímetros), não podendo, contudo, ultrapassar a largura do respectivo passeio.

**Art. 9º** Nenhum letreiro, placa ou luminoso poderá ser fixado em altura inferior a 2,50m (dois metros e cinquenta centímetros) do passeio, com afastamento mínimo a 10cm (dez centímetros), medidos perpendicularmente à linha da fachada.

**Parágrafo único.** O estabelecido no presente artigo é extensivo aos letreiros, placas e luminosos instalados em marquises.



**Art. 10.** Os letreiros, placas e luminosos instalados sobre as marquises dos edifícios não poderão possuir comprimento superior às mesmas, devendo suas instalações serem restritas à testada do estabelecimento.

**Parágrafo único.** Os letreiros, placas e luminosos de que trata o presente artigo, quando instalados em edifícios com mais de um pavimento, não poderão ultrapassar a altura do peitoril da janela do primeiro andar ou, se for o caso, da sobreloja.

**Art. 11.** Nos toldos instalados na testada dos edifícios, a publicidade ficará restrita ao nome, telefone, logotipo e atividade principal do respectivo estabelecimento.

**Art. 12.** A exibição de publicidade por meio de tabuletas, painéis ou “*outdoors*”, será permitida em terrenos edificadas ou não e desde que atendidas as seguintes exigências:

**I** - serem instalados de forma que sua superfície configure um mesmo plano, proibindo-se superfícies curvas ou irregulares;

**II** - serem instalados individualmente ou em grupos de no máximo 04 (quatro), observando-se a distância de 1m (um metro) entre cada anúncio, sendo vedada a instalação de outra unidade ou grupo, num raio inferior a 100m (cem metros), com visão no mesmo sentido e no mesmo lado e limitando-se a um total máximo de 8 (oito) engenhos publicitários destinados à locação comercial.

**III** - serem instalados individualmente ou em grupos de no máximo 04 (quatro), observando-se a distância de 1m (um metro) entre cada anúncio, sendo vedada a instalação de outra unidade ou grupo, num raio inferior a 100m (cem metros), com visão no mesmo sentido e no mesmo lado e limitando-se a um total máximo de 8 (oito) engenhos publicitários destinados à locação comercial.

**IV** - serem instalados observando-se sempre o alinhamento paralelo ao eixo do logradouro, admitindo-se a inclinação de 45° (quarenta e cinco graus), do referido eixo;

**V** - instalados, quanto ao recuo, de acordo com o estabelecido pela Lei de Uso do Solo, para o local, sendo que:





a) existindo edificações contíguas, construídas no alinhamento do terreno, a instalação se fará obedecendo a mesma linha dos edifícios;

b) no caso do lote situar-se entre edificações construídas com recuos diferentes, a instalação de painéis e tabuletas terá que obedecer à linha de construção com maior recuo, quando este for inferior ao estabelecido pela Lei competente;

c) nos terrenos de esquina, existindo ou não edificações contíguas ou construídas com recuos diferentes, a instalação se fará obedecendo aos recuos estabelecidos na Lei competente;

d) nos terrenos murados e cercados as tabuletas e painéis poderão ser afixados no seus respectivos muros e cercas, e deverão obedecer ao estabelecido na lei competente.

**Parágrafo único.** A licença não implica no reconhecimento por parte do Município, no direito de uso ou propriedade do terreno.

**Art. 13.** A instalação de engenhos publicitários tipo painel “Back-Light” e “Front-Light” em terrenos edificadas ou não será feita de acordo com os seguintes critérios:

**I** - a altura máxima de qualquer ponto de um engenho ficará limitada a 20m (vinte metros) contados do nível do passeio frontal do imóvel, quando forem apoiados no solo ou em estruturas fixadas no mesmo, exceto engenhos instalados na cobertura dos edifícios;

**II** - os engenhos de publicidade deverão ser mantidos em perfeito estado de conservação e segurança pelos seus proprietários e responsáveis;

**III** - o recuo de frente deverá ser o mesmo exigido para as edificações existentes nos lotes lindeiros;

**IV** – ter sua projeção horizontal limitada ao máximo de 1,50m (um metro e cinquenta centímetros), sobre o passeio, não podendo ultrapassar sua largura.

**V** - não poderá avançar sobre o passeio público;

**VI** - não poderá apresentar quadros superpostos;



**VII** - a área máxima de um quadro não poderá exceder a 40m<sup>2</sup> (quarenta metros quadrados) e uma de suas dimensões a 10m (dez metros), com exceção de projetos especiais de topos de edifícios, estádios e parques privados, que não poderão exceder a 100m<sup>2</sup> (cem metros quadrados), e uma de suas dimensões, 15 (quinze metros);

**VIII** - quando da instalação de mais de 1(um) quadro na mesma estrutura, cada quadro será considerado como um engenho distinto para fins de licenciamento e tributação;

**IX** – quando da instalação de engenhos cujos quadros possuam mais de uma face de exposição, cada face será considerada como um engenho distinto para fins de licenciamento e tributação;

**X** – ter distância mínima de 2m (dois metros) da rede elétrica de alta e baixa tensão, medidos perpendicularmente à direção da rede;

**XI** - terem entre cada engenho destinado à locação comercial, com visão no mesmo sentido e no mesmo lado, uma distância mínima de 70m (setenta metros), e terem seus pontos de instalação previamente aprovados pela SEMMA, com anotação de responsabilidade técnica.

**Art. 14.** O anúncio na empena cega definida no inciso IX, do art. 3º, deste Decreto deverá:

**I** – ser único em empena cega por face;

**II** – estar contido nos limites da própria empena, não podendo ser oblíquo ou perpendicular à mesma;

**III** – encontrar-se ou não em edificação sem anúncio na cobertura, na mesma visibilidade;

**IV** – apresentar área máxima de 80% (oitenta por cento) da área total da empena, que estiver instalado.

**Art. 15.** Será permitida a publicidade em veículos de transporte coletivo e alternativo, ônibus, vans, táxis e moto-táxis do Município.

**§ 1º** A emissão da licença estará condicionada, além das disposições gerais deste Decreto, ao Parecer Favorável do órgão responsável



pelo gerenciamento do transporte municipal, se for o caso, e da apresentação prévia do contrato escrito com o proprietário do veículo.

**§ 2º** O anúncio tipo “backbus” e “sidebus” veiculados nos ônibus do transporte urbano somente será aprovado se estiver em acordo com as disposições e determinações do Conselho Nacional de Trânsito.

**§ 3º** Os engenhos deverão ser instalados e afixados de acordo com as disposições e determinações do Conselho Nacional de Trânsito.

**Art. 16.** Mediante a Autorização da SEMMA, poderão ser instalados engenhos publicitários ao ar livre, em cercas ou alambrados de estabelecimentos de ensino público, postos de saúde e quartéis de propriedade do Município.

**I** - a autorização será concedida mediante licitação pública realizada pelo Executivo Municipal, que poderá conceder ou permitir a instalação dos engenhos publicitários por tempo determinado, em situações de comprovada utilidade pública.

**II** - o montante arrecadado na licitação pública será repassado ao Fundo Municipal do Meio Ambiente, para aplicação em projetos ambientais, visando minimizar o impacto negativo causado pela poluição visual.

**Parágrafo único.** Em caráter excepcional, mediante autorização da SEMMA, poderá ser concedida licença especial para explorar publicidade exclusivamente em bancos e lixeiras instalados no interior de parques, escolas, hospitais e postos de saúde pública de propriedade do Município.

## **CAPÍTULO IV**

### **DA APROVAÇÃO E DO LICENCIAMENTO**

**Art. 17.** Caberá à SEMMA analisar previamente, aprovar e autorizar, através da emissão de licença, a exploração e utilização de engenhos de divulgação de publicidade, requeridas pelos interessados.

**Parágrafo único.** A licença para exploração de publicidade será renovada anualmente, após Vistoria Técnica Fiscal e pagamento da respectiva taxa de fiscalização de publicidade.



**Art. 18.** Para aprovação e licenciamento de engenhos de divulgação de publicidade o interessado deverá requerer a licença, preenchendo o formulário "Requerimento de Licenciamento de Publicidade", em que declarará, sob sua exclusiva responsabilidade, todos os elementos exigidos na forma e condições a serem estabelecidas.

**Art. 19.** O requerente deverá instruir seu pedido de licença com:

**I** - documentação comprobatória da propriedade do imóvel onde será instalado o engenho, no caso de imóvel do próprio solicitante;

**II** - contrato de locação, com firma reconhecida, do proprietário, quando o imóvel pertencer a terceiros;

**III** - especificação do tipo de engenho de divulgação de publicidade que se pretende instalar e dos materiais que o compõem;

**IV** - croquis, com pelo menos três logradouros, indicando a localização precisa do imóvel onde está ou será instalado o engenho;

**V** - planta de situação, para o caso de engenhos publicitários instalados em terrenos edificadas ou não edificadas, contendo:

- a) locação do engenho;
- b) distância do logradouro mais próximo;
- c) distância da edificação ou elemento fixo mais próximo;
- d) afastamento do engenho mais próximo.

**VI** - guia devidamente quitada do preço público referente à vistoria fiscal;

**Art. 20.** Para pedido de licenciamento dos engenhos publicitários tipo painel luminoso "Back-Light" e "Front-Light", além das exigências do art. 17 deste Decreto, será obrigatória a juntada do Termo de Responsabilidade Técnica por profissionais legalmente habilitados.



**Art. 21.** Para o pedido de licenciamento dos engenhos publicitários, em geral, poderá ser exigido, a critério da SEMMA:

**I** - a juntada de plantas, elevações, secções e detalhes em escalas adequadas, contendo todos os elementos necessários à compreensão do engenho, inclusive, conforme o caso, sistema de armação, afixação, ancoragem, instalações elétricas ou outras instalações especiais, assinadas pelo proprietário e profissionais responsáveis pelo projeto, construção e instalação do engenho;

**II** - anotação de Responsabilidade Técnica – ART, por profissionais legalmente habilitados;

**III** - contrato de manutenção do engenho;

**IV** - seguro de responsabilidade civil;

**Art. 22.** Após o protocolo a análise do requerimento, com prazo de 30 (trinta) dias, se a solicitação se enquadrar nas normas estipuladas pela Legislação e por este Regulamento, será fornecida por escrito a Licença de Publicidade, com seu respectivo número, mediante o pagamento dos preços públicos devidos.

§ 1º Em todo *outdoor* e painel luminoso tipo “Back-Light” e “Front-Light” será obrigatória a afixação de uma plaqueta indicando o número do licenciamento, expedido pela SEMMA, ao lado do brasão do Município de Goiânia.

§ 2º Os engenhos instalados em coberturas de edificação ou em locais fora do alcance visual do pedestre, deverão também ter o seu número de registro afixado, permanentemente, no acesso principal da edificação ou do imóvel em que estiverem instalados e mantido em posição visível para o público, de forma destacada e separada de outros instrumentos de comunicação visual, eventualmente afixados no local.

§ 3º A Licença de Publicidade deverá ser mantida em local de fácil acesso à disposição da Fiscalização do Município.

**Art. 23.** Nos casos das penalidades previstas, a SEMMA, poderá deixar de renovar a licença de exploração de publicidade, devendo o interessado, após o prazo de licença, e a não regularização dos engenhos,



promover a remoção de seus equipamentos no prazo máximo de 15 (quinze) dias, a partir da notificação das decisões do Contencioso.

## **CAPÍTULO V**

### **DA TAXA DE FISCALIZAÇÃO DE PUBLICIDADE**

**Art. 24.** A Taxa de Fiscalização de Publicidade devida em razão da atividade municipal de fiscalização do cumprimento da legislação disciplinadora da exploração de utilização de engenhos de divulgação de publicidade, incidirá sobre todos os engenhos instalados nas vias e logradouros públicos do Município, conforme definição dos incisos I e II, do art. 2º deste Decreto.

**Art. 25.** O contribuinte da Taxa de Fiscalização de Publicidade é a pessoa física ou jurídica proprietária do engenho de divulgação de publicidade.

**Parágrafo único.** Respondem solidariamente como sujeitos passivos da taxa todas as pessoas, físicas ou jurídicas, as quais a publicidade venha a beneficiar, uma vez que a tenha autorizado.

**Art. 26.** Estão isentos do pagamento da Taxa Fiscalização de Publicidade e independem de autorização as indicações por meio de placas, tabuletas ou outras formas de inscrições quando:

I - referentes a estabelecimentos de qualquer natureza, se colocadas ou inscritas nas edificações onde se localizam os estabelecimentos, desde que se refiram apenas a sua denominação, razão social, endereço, logotipo e ramo, sendo que neste último poderão ser usadas, no máximo, 03 (três) palavras;

II - colocadas ou inscritas em veículos de propriedade de empresas em geral, desde que nelas constem apenas a denominação, razão social, logotipo, ramo, produto, telefone e endereço;

III - colocadas ou inscritas no interior de estabelecimentos de qualquer natureza;

IV - a distribuição de programas de diversões de companhias teatrais, cinematográficas ou de outras empresas similares, desde que sejam distribuídos no interior dos mesmos.



§ 1º Denominação e razão social para efeitos da Lei Complementar Municipal n.º 014/92 e deste Decreto é o nome da sociedade constante no contrato ou estatuto no Registro do Comércio.

§ 2º Para efeito de isenção da taxa, considera-se inscrição nas edificações, a publicidade tipo letreiro, escrita na fachada frontal da edificação, sem repetição e desprovida de iluminação.

**Art. 27.** No caso de existirem, em uma única fachada, um engenho com diversas publicidades, o cadastramento será efetuado com base no somatório das áreas das mesmas.

§ 1º Se o estabelecimento comercial alterar ou diferenciar a fachada para compor a publicidade, a metragem a ser computada para o cadastro e a Taxa de Fiscalização de Publicidade será composta pela área total da fachada diferenciada.

§ 2º Considera-se fachada diferenciada aquela caracterizada por alteração de cor, revestimento, acabamento, iluminação e outros recursos que visam destacar e ou compor a publicidade.

**Art. 28.** A Taxa de Fiscalização de Publicidade será lançada anualmente e “pró-rata temporis”, tomando-se como base as características do engenho de divulgação de publicidade e o valor da UFIR à data do lançamento.

**Parágrafo único.** Para efeito de controle do lançamento, será considerado o período da anuidade a partir da data da respectiva autorização do engenho.

**Art. 29.** A Taxa de Fiscalização de Publicidade será exigida por engenho segundo suas características, sendo seu valor determinado conforme a Tabela X, do Anexo I, da Lei n.º 5.040/75 – Código Municipal Tributário, alterada pela Lei Complementar n.º 128, de 01 de dezembro de 2003, e de acordo com o que dispuser o Calendário Fiscal do Município.

**Parágrafo único.** Os anúncios, tipo “busdoor padrão”, “sidebus”, “backbus” e interiores veiculados em ônibus do sistema integrado de transporte coletivo da região metropolitana de Goiânia, serão considerados similares aos outdoors para efeito do cálculo da taxa de fiscalização de publicidade.



**Art. 30.** A incidência da Taxa de Fiscalização de Publicidade independe:

**I** - do cumprimento de quaisquer exigências legais, regulamentares ou administrativas, relativas ao engenho;

**II** - da licença, autorização, permissão ou concessão, outorgadas pela União, Estado ou Município, exceto se a União ou o Estado já tributarem a mesma taxa nas concessões e outorgas;

**III** - do pagamento de preços, emolumentos e quaisquer importâncias eventualmente exigidas, inclusive para expedição de licenças ou vistorias.

**Art. 31.** O eventual pagamento da Taxa Fiscalização de Publicidade não implica na aprovação de engenho e nem na concessão da licença para sua exposição.

## **CAPÍTULO VI DAS PENALIDADES**

**Art. 32.** O art. 197, inciso X, da Lei Complementar 014/92 – Código de Posturas do Município, alterado pela Lei Complementar n.º 013/03, que define a pena para infratores contra à exploração ou utilização dos meios de publicidade e propaganda nos logradouros públicos ou em qualquer lugar de acesso ao público, passa a ser regulamentado conforme esse Decreto e Anexo Único que o especifica.

**Art. 33.** A classificação da infração por inobservância nas regras estabelecidas pela Legislação referente à exploração ou utilização dos meios de publicidade e propaganda nos logradouros públicos ou em qualquer lugar de acesso ao público, subdividem-se em:

**I** - Infração Leve: é aquela pela qual o infrator, por motivo fortuito, deixa de cumprir as normas das posturas municipais, em prejuízo da comunidade.





**II - Infração Grave:** é aquela pela qual o infrator, reincidente ou não, impelido por circunstâncias danosas, não cumpre as normas das posturas municipais, em detrimento da sociedade, dispondo-se ou não a reparar os prejuízos causados.

**III - Infração Gravíssima:** é aquela pela qual o infrator, intencionalmente ou propositalmente, reincidente ou não, desobedece as normas das posturas municipais, tendo como causa a imprudência, negligência ou imperícia de difícil ou impossível reparação.

**Art. 34.** Consideram-se circunstâncias agravantes da infração aquelas que, legalmente previstas, revelam sua maior gravidade e acarretam, obrigatoriamente, aumento de pena, a critério do julgador, respeitando porém o limite máximo da cominação.

**Parágrafo Único.** São agravantes os seguintes motivos:

**I** - ser o infrator revel;

**II** - ser o infrator reincidente;

**III** - abuso de autoridade do cargo, função ou ofício;

**IV** - instalar engenho publicitário em Zona de Proteção Ambiental.

**V** – instalar engenho publicitário em logradouro público.

**Art. 35.** Considera-se circunstâncias atenuantes os motivos que, legalmente previstos, acarretam obrigatoriamente, a diminuição da pena, a critério do julgador, respeitado, o limite mínimo da cominação.

**Parágrafo único.** São atenuantes os seguintes motivos:

**I** - ser o infrator primário;

**II** - ser o infrator não revel;

**III** - ser a infração corrigida após o prazo fiscal.



**Art. 36.** Os infratores do presente Decreto poderão ter seus veículos de publicidade e propaganda apreendidos e recolhidos ao Depósito Público Municipal, sem prejuízo da aplicação de outras penalidades.

§ 1º O Executivo Municipal não terá qualquer responsabilidade, em caso de eventuais danos causados aos materiais utilizados, durante a remoção dos engenhos publicitários.

§ 2º O infrator somente poderá reaver seu material após pagar a penalidade cabível mais as despesas que o Executivo tiver tido com a sua remoção e guarda.

§ 3º Caso o infrator não reclame o material dentro do prazo de 60 (sessenta) dias, o Executivo vendê-lo-á em hasta pública ou doá-lo-á a entidades sem fins lucrativos, sem prejuízo da ação fiscal competente para recuperar as despesas que tiver tido e para aplicar as penalidades cabíveis.

## **CAPÍTULO VII**

### **DAS DISPOSIÇÕES GERAIS**

#### **Seção I**

##### **Das Responsabilidades**

**Art. 37.** São responsáveis perante o Município e terceiros:

**I** - pela segurança do engenho, os profissionais legalmente habilitados e os proprietários ou interessados;

**II** - pela conservação do engenho, os proprietários ou interessados, pessoalmente.

§ 1º Consideram-se proprietários dos engenhos as pessoas físicas ou jurídicas detentoras do processo de veiculação.

§ 2º Não sendo encontrado o proprietário do engenho, responde por este o interessado, direta ou indiretamente, pela propaganda veiculada.



**Seção II**  
**Das Disposições Finais**

**Art. 38.** Os casos omissos e não contemplados por este Decreto ou pela Lei Complementar Municipal N.º 014/92 - Código de Posturas do Município, serão analisados pela Secretaria Municipal do Meio Ambiente, Secretaria Municipal de Fiscalização Urbana e Secretaria Municipal de Finanças.

**Parágrafo único.** As secretarias municipais do Meio Ambiente, de Fiscalização Urbana e de Finanças, e outros órgãos da municipalidade poderão firmar convênios de cooperação técnica entre si e os sindicatos e associações de representantes do setor de publicidade exterior, com o intuito de efetivar parceria no apoio à fiscalização de engenhos, implantação do cadastro de engenhos de publicidade exterior, bem como assessoramento operacional e logístico às atividades diversas de licenciamento de engenhos, além de ações técnicas, campanhas educativas, de utilidade pública e outras.

**Art. 39.** O Executivo, por intermédio da SEMMA, mediante manifestação favorável do órgão de Planejamento do Município fará licitação pública visando a instalação de anúncios publicitários em equipamentos urbanos de interesse público.

**Parágrafo único.** Acatará sugestão o Executivo, por intermédio da SEMMA, poderá promover consultas técnicas visando os certames, bem como audiências públicas envolvendo todos os setores correlatos.

**Art. 40.** O disposto neste Decreto será aplicado inclusive na propaganda eleitoral, naquilo que não contrariar a Legislação Federal específica.

**Art. 41.** Os engenhos publicitários já licenciados ou autorizados antes da vigência da Lei Complementar n.º 127, de 12 de novembro de 2003, que alterou a Lei Complementar n.º 014/92, e deste Decreto, terão o prazo máximo de 120 (cento e vinte) dias para se recadastrarem e se enquadrarem às novas exigências estabelecidas.



**Art. 42.** Este Decreto entra em vigor na data de sua publicação.

**GABINETE DO PREFEITO DE GOIÂNIA**, aos 31 dias do  
mês de maio de 2004.

**PEDRO WILSON GUIMARÃES**  
**Prefeito de Goiânia**

*Certifico que a 1ª via foi assinada pelo Prefeito*

**OSMAR DE LIMA MAGALHÃES**  
**Secretário do Governo Municipal**



**ANEXO ÚNICO**

**TABELA DE REFERÊNCIA EM UFIR**

*Art. 197, inciso XII, LCM 014/92*

<b>INFRAÇÃO</b>	<b>REFERENCIAL</b>	<b>QUANTITATIVO</b>
a) Leve	I - Primário com Defesa	356,20 UFIR
	II - Primário Revel	445,25 UFIR
	III - Reincidente com Defesa	480,87 UFIR
	IV - Reincidente Revel	534,30 UFIR
b) Grave	I - Primário com Defesa	552,11 UFIR
	II - Primário Revel	623,35 UFIR
	III - Reincidente com Defesa	658,97 UFIR
	IV - Reincidente Revel	712,40 UFIR
c) Gravíssima	I - Primário com Defesa	730,21 UFIR
	II - Primário Revel	801,45 UFIR
	III - Reincidente com Defesa	837,07 UFIR
	IV - Reincidente Revel	890,50 UFIR
	V - Instalação de publicidade em Zona de Proteção Ambiental	890,50 UFIR
	VI – Instalar Engenho Publicitário em logradouro público.	890,50 UFIR