



LEI MUNICIPAL N° 248/2025

Dispõe sobre a instalação de placas, letreiros e demais meios de comunicação visual em áreas urbanas e dá outras providências.

A PREFEITA MUNICIPAL DE GOIANORTE, Estado de Tocantins, no uso das atribuições que lhe são conferidas por Lei, com base na Constituição Federal e na Lei Orgânica do Município, faz saber que a Câmara Municipal de Goianorte aprovou e ela **sanciona** a seguinte Lei:

Art. 1º - A exploração dos meios de publicidade nas vias e logradouros públicos, nos lugares de acesso comum, bem como a propaganda falada em lugares públicos por meio de amplificadores de som, alto-falante e propagandistas dependem de licença do Município e do pagamento do tributo respectivo.

I - Incluem-se na obrigatoriedade deste artigo todos os cartazes, panfletos, letreiros, programas, quadros, painéis, emblemas, placas, avisos, anúncios e mostruários, luminosos ou não, independente do material ou processo de confecção, que estejam suspensos, afixados ou pintados em paredes, muros, tapumes ou calçadas, vedada nos veículos públicos ou particulares estacionados em vias públicas, bem como os meios de publicidade que, embora apostos em terrenos de domínio privado, forem visíveis dos lugares públicos.

II - A propaganda falada em lugares públicos, por meio de amplificadores de voz, alto-falantes e propagandistas está igualmente sujeita à licença prévia.

III - Os impressos relativos à publicidade deverão trazer, no rodapé, mensagens educativas alusivas à manutenção da cidade limpa.

Art. 2º - Para os fins desta Lei ficam estabelecidas as seguintes definições:

I - anúncio: qualquer veículo de comunicação visual presente na paisagem visível do logradouro público, composto de área de exposição e estrutura, podendo ser:

a) anúncio indicativo: aquele que visa a apenas identificar, no próprio local da atividade, os estabelecimentos e/ou profissionais que dele fazem uso;

b) anúncio publicitário: aquele destinado à veiculação de publicidade, instalado fora do local onde se exerce a atividade;

c) anúncio especial: aquele que possui características específicas, com finalidade cultural, eleitoral, educativa ou imobiliária

II - área de exposição do anúncio: a área que compõe cada face da mensagem do anúncio, devendo, caso haja dificuldade de determinação da superfície de exposição, ser considerada a área do menor quadrilátero regular que contenha o anúncio;

III - área livre de imóvel edificado: a área descoberta existente entre a edificação e qualquer divisa do imóvel que a contém;

IV - área total do anúncio: a soma das áreas de todas as superfícies de exposição do anúncio, expressa em metros quadrados;

V - bens de uso comum: aqueles destinados à utilização do povo, tais como as áreas verdes e institucionais, as vias e logradouros públicos, e outros;



VI - bem de valor cultural: aquele de interesse paisagístico, cultural, turístico, arquitetônico, ambiental ou de consagração popular, público ou privado, composto pelas áreas, edificações, monumentos, parques e bens tombados pela União, Estado e Município, e suas áreas envoltórias;

VII - espaço de utilização pública: a parcela do espaço urbano passível de uso e fruição pela população;

VIII - fachada: qualquer das faces externas de uma edificação principal ou complementar, tais como torres, caixas d'água, chaminés ou similares;

IX - imóvel: o lote, público ou privado, edificado ou não, assim definido:

a) imóvel edificado: aquele ocupado total ou parcialmente com edificação permanente, ou com edificação transitória em que se exerça atividade nos termos da legislação de zoneamento do uso e da ocupação do solo;

b) imóvel não-edificado: aquele não ocupado ou ocupado com edificação transitória, em que não se exerça atividade nos termos da legislação de zoneamento do uso e da ocupação do solo;

X - lote: a parcela de terreno resultante de loteamento, desmembramento ou desdobramento, contida em uma quadra, com, pelo menos, uma divisa lindeira a via de circulação oficial

XI - testada ou alinhamento: a linha divisória entre o imóvel de propriedade particular ou pública e o logradouro ou via pública;

XII - publicidade sonora: a utilização de sistemas e fontes de som de qualquer tipo nas lojas e veículos, para fazer propaganda ou anunciar a venda de produtos, no interior de estabelecimentos comerciais ou nas vias públicas do Município.

Art. 3º - Não sofrerá qualquer tributação a instalação nas obras, ou construções, de placas com indicação do responsável técnico pela sua execução.

Art. 4º - Tratando-se de anúncios luminosos, os pedidos deverão ainda indicar o sistema de iluminação a ser adotado.

Art. 5º - Os anúncios luminosos deverão ser colocados a uma altura mínima de 2,50 m (dois metros e cinquenta centímetros) do nível do passeio.

Art. 6º - Os cartazes e anúncios encontrados em desconformidade com caput serão apreendidos pela Administração Municipal, ficando o responsável sujeito à multa.

Art. 7º - Os pedidos de licença para a publicidade ou propaganda, por meio de cartazes e anúncios, deverão mencionar:

I - a indicação dos locais em que serão colocados ou distribuídos os cartazes e anúncios;

II - natureza do material de confecção;

III - as dimensões;

IV - as inscrições e o texto.

§ 1º Consideram-se, para efeitos de publicidade e propaganda, todos os anúncios, desde que visíveis do logradouro público em movimento ou não, instalados em:



- I - imóvel de propriedade particular, edificado ou não;
- II - imóvel de domínio público, edificado ou não;
- III - bens de uso comum do povo;
- IV - obras de construção civil em lotes públicos ou privados;
- V - faixas de domínio, pertencentes a redes de infraestrutura, e faixas de servidão de redes de transporte, de redes de transmissão de energia elétrica, de oleodutos, gasodutos e similares;
- VI - veículos automotores e motocicletas;
- VII - bicicletas e similares;
- VIII - "trailers" ou carretas engatados ou desengatados de veículos automotores;
- IX - aeronaves em geral e sistemas aéreos de qualquer tipo.

§ 2º Considera-se visível o anúncio instalado em espaço externo ou interno da edificação e externo ou interno dos veículos automotores, excetuados aqueles utilizados para transporte de carga.

Art. 8º - Não será permitida a exploração dos meios de publicidade quando:

- I - pela sua natureza provoquem aglomerações prejudiciais ao trânsito público;
- II - contenham incorreções de linguagem;
- III - pelo seu número ou má distribuição, prejudiquem o aspecto das fachadas;
- IV - de alguma forma prejudiquem os aspectos paisagísticos da cidade, bem como os seus monumentos culturais, históricos e tradicionais;
- V - sejam ofensivos à moral ou aos indivíduos, crenças e instituições;
- VI - obstruam, interceptem ou reduzam o vão das portas e janelas;
- VII - cuja visualização prejudique de qualquer forma a percepção da sinalização viária.

Art. 9º - Todo anúncio deverá observar, dentre outras, as seguintes normas:

- I - oferecer condições de segurança ao público;
- II - ser mantido em bom estado de conservação, no que tange estabilidade, resistência dos materiais e aspecto visual;
- III - receber tratamento final adequado em todas as suas superfícies, inclusive na sua estrutura;
- IV - atender as normas técnicas pertinentes à segurança e estabilidade de seus elementos;
- V - atender as normas técnicas expedidas pela Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT), pertinentes às distâncias das redes de distribuição de energia elétrica, ou a parecer técnico emitido pelo órgão público estadual ou empresa responsável pela distribuição de energia elétrica;
- VI - respeitar a vegetação significativa definida por normas específicas;



VII - não prejudicar a visibilidade de sinalização de trânsito ou outro sinal de comunicação institucional, destinado à orientação do público, bem como a numeração imobiliária e a denominação dos logradouros;

VIII - não provocar reflexo, brilho ou intensidade de luz que possa ocasionar ofuscamento, prejudicar a visão dos motoristas, interferir na operação ou sinalização de trânsito ou, ainda, causar insegurança ao trânsito de veículos e pedestres, quando com dispositivo elétrico ou com película de alta reflexividade;

IX - não prejudicar a visualização de bens de valor cultural.

Art. 10 - Nos imóveis edificados, públicos ou privados, somente serão permitidos anúncios indicativos das atividades neles exercidas e que estejam em conformidade com as disposições estabelecidas na legislação de zoneamento do uso e da ocupação do solo urbano em vigor e possuam as devidas licenças de funcionamento.

Art. 11 - Não será permitida, nos imóveis edificados, públicos ou privados, a colocação de banners, faixas ou qualquer outro elemento, dentro ou fora do lote, visando a chamar a atenção da população para ofertas, produtos ou informações, exceto para os seguintes casos:

I - os nomes, símbolos, entalhes, relevos ou logotipos, incorporados à fachada por meio de aberturas ou gravados nas paredes, sem aplicação ou afixação, integrantes de projeto aprovado das edificações;

II - as denominações de prédios e condomínios;

III - os que contenham referências que indiquem lotação, capacidade e os que recomendem cautela ou indiquem perigo, desde que sem qualquer legenda, dístico ou desenho de valor publicitário;

IV - os que contenham mensagens obrigatórias por legislação federal, estadual ou municipal;

V - os que contenham mensagens indicativas de cooperação com os poderes públicos municipal, estadual ou federal;

VI - os que contenham mensagens indicativas de órgãos da administração pública;

VII - os que contenham indicação de monitoramento de empresas de segurança com área máxima de 0,09 m² (nove decímetros quadrados);

VIII - aqueles instalados em áreas de proteção ambiental que contenham mensagens institucionais com patrocínio;

IX - os que contenham as bandeiras dos cartões de crédito aceitos nos estabelecimentos comerciais, desde que não ultrapassem a área total de 10 m² (dez decímetros quadrados);

X - os banners ou pôsteres indicativos dos eventos culturais que serão exibidos na própria edificação, para museu ou teatro, desde que não ultrapassem 10% (dez por cento) da área total de todas as fachadas;

XI - a denominação de hotéis ou a sua logomarca, quando inseridas ao longo da fachada das edificações onde é exercida a atividade, devendo o projeto ser aprovado pelo órgão competente;

XII - a identificação das empresas nos veículos automotores utilizados para a realização de seus



serviços, com área máxima de 0,50 m² (cinquenta decímetros quadrados).

Art. 12 - Não são considerados publicidade sonora:

I - os aparelhos e fontes de som utilizados para a realização de publicidade e propaganda eleitoral, que se sujeitam às disposições previstas na legislação específica;

II - as sirenes e demais aparelhos sonoros utilizados em viaturas para a prestação de serviços de socorro ou de policiamento;

III - os aparelhos de rádio e televisão, os instrumentos musicais, os fonógrafos e os demais aparelhos e fontes de som instalados em estabelecimentos comerciais ou veículos cujos sons executados sejam audíveis exclusivamente no interior do estabelecimento comercial ou do veículo em que estiverem instalados.

Art. 13 - Constituem objetivos da ordenação da publicidade e propaganda do Município o atendimento ao interesse público em consonância com os direitos fundamentais da pessoa humana e as necessidades de conforto ambiental, com a melhoria da qualidade de vida urbana, assegurando, dentre outros, os seguintes:

I - o bem-estar estético, cultural e ambiental da população;

II - a segurança das edificações e da população;

III - a valorização do ambiente natural e construído;

IV - a segurança, a fluidez e o conforto nos deslocamentos de veículos e pedestres;

V - a percepção e a compreensão dos elementos referenciais da paisagem;

VI - a preservação da memória cultural;

VII - a preservação e a visualização das características peculiares dos logradouros e das fachadas;

VIII - a preservação e a visualização dos elementos naturais tomados em seu conjunto e em suas peculiaridades ambientais nativas;

IX - o fácil acesso e utilização das funções e serviços de interesse coletivo nas vias e logradouros;

X - o fácil e rápido acesso aos serviços de emergência, tais como bombeiros, ambulâncias e polícia;

XI - o equilíbrio de interesses dos diversos agentes atuantes na cidade para a promoção da melhoria da paisagem do Município.

Art. 14 - Constituem diretrizes a serem observadas na colocação dos elementos que compõem a publicidade e propaganda:

I - o livre acesso de pessoas e bens à infraestrutura urbana;

II - a priorização da sinalização de interesse público com vistas a não confundir motoristas na condução de veículos e garantir a livre e segura locomoção de pedestres;

III - o combate à poluição visual, bem como à degradação ambiental;



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

V - a compatibilização das modalidades de anúncios com os locais onde possam ser veiculados, nos termos desta lei;

VI - a implantação de sistema de fiscalização efetivo, ágil, moderno, planejado e permanente.

Art. 15 - As estratégias para a implantação da política da publicidade e propaganda são as seguintes:

I - a elaboração de normas e programas específicos para os distintos setores da cidade, considerando a diversidade da paisagem nas várias regiões que a compõem;

II - o disciplinamento dos elementos presentes nas áreas públicas, considerando as normas de ocupação das áreas privadas e a volumetria das edificações que, no conjunto, são formadoras da paisagem urbana;

III - a criação de novos padrões, mais restritivos, de comunicação institucional, informativa ou indicativa;

IV - a adoção de parâmetros de dimensões, posicionamento, quantidade e interferência mais adequados à sinalização de trânsito, aos elementos construídos e à vegetação, considerando a capacidade de suporte da região;

V - o estabelecimento de normas e diretrizes para a implantação dos elementos componentes da paisagem urbana e a correspondente veiculação de publicidade;

VI - a criação de mecanismos eficazes de fiscalização sobre as diversas intervenções na paisagem urbana.

Art. 16 - É proibida a instalação de anúncios em:

I - leitos de rios e cursos d'água, reservatórios, lagos e represas, conforme legislação específica;

II - vias, parques, praças e outros logradouros públicos, salvo os anúncios de cooperação entre o Poder Público e a iniciativa privada;

III - imóveis situados nas zonas de uso estritamente residencial, salvo os anúncios indicativos nos imóveis regulares e que já possuíam a devida licença de funcionamento;

IV - postes de iluminação pública ou de rede de telefonia, inclusive cabines e telefones públicos;

V - torres ou postes de transmissão de energia elétrica;

VI - dutos de gás e de abastecimento de água, hidrantes, torres d'água e outros similares definidos pelo órgão competente;

VII - faixas ou placas acopladas à sinalização de trânsito;

VIII - obras públicas de arte, tais como pontes, passarelas, viadutos e túneis, ainda que de domínio estadual e federal;

IX - bens de uso comum do povo a uma distância inferior a 30 m (trinta metros) de obras públicas de arte, tais como túneis, passarelas, pontes e viadutos, bem como de seus respectivos acessos;



X - muros, paredes e empenas cegas de lotes públicos ou privados, edificados ou não;

XI - árvores de qualquer porte;

Art. 17 - É proibido colocar anúncio na paisagem que:

I - prejudique, mesmo que parcialmente, a visibilidade de bens tombados;

II - prejudique a edificação em que estiver instalado ou a edificações vizinhas;

III - prejudique, por qualquer forma, a insolação ou a aeração da edificação em que estiver instalado ou a dos imóveis vizinhos;

IV - apresente conjunto de formas e cores que se confundam com as convencionadas internacionalmente para as diferentes categorias de sinalização de trânsito;

V - apresente conjunto de formas e cores que se confundam com as consagradas pelas normas de segurança para a prevenção e o combate a incêndios.

Art. 18 - Não será permitida a colocação de faixas, inscrições de anúncios ou cartazes:

I - quando pintados ou colocados diretamente sobre os monumentos, postes, arborização, nas vias e logradouros públicos;

II - nas calçadas, meios-fios, leito das ruas e áreas de circulação das praças públicas;

III - nos edifícios públicos municipais.

Art. 19 - Será permitido somente um único anúncio indicativo por imóvel público ou privado, ressalvado casos especiais que seja necessário conter todas as informações necessárias ao público.

§ 1º Os anúncios indicativos deverão atender as seguintes condições:

I - quando a testada do imóvel for inferior a 10 m (dez metros) lineares, a área total do anúncio não deverá ultrapassar 1,50 m² (um metro e cinquenta decímetros quadrados);

II - quando a testada do imóvel for igual ou superior a 10 m (dez metros) lineares e inferior a 100 m (cem metros lineares), a área total do anúncio não deverá ultrapassar 4 m² (quatro metros quadrados);

III - quando o anúncio indicativo for composto apenas de letras, logomarcas ou símbolos grampeados ou pintados na parede, a área total do anúncio será aquela resultante do somatório dos polígonos formados pelas linhas imediatamente externas que contornam cada elemento inserido na fachada;

IV - quando o anúncio indicativo estiver instalado em suportes em forma de totens ou estruturas tubulares, deverão eles estar contidos dentro do lote e não ultrapassar a altura máxima de 5 m (cinco metros), incluídas a estrutura e a área total do anúncio.

Art. 20 - Não serão permitidos anúncios que descaracterizem as fachadas dos imóveis com a colocação de painéis ou outro dispositivo.

Art. 21 - Será permitida a instalação de anúncios indicativos em marquises, saliências ou recobrimento de fachadas, desde que constantes de projeto aprovado pelo Município.



Art. 22 - Nas edificações existentes no alinhamento, regulares e dotadas de licença de funcionamento, o anúncio indicativo poderá avançar até 30 cm (trinta centímetros) sobre o passeio.

Art. 23 - Das disposições e regras gerais:

I - A altura máxima de qualquer parte do anúncio indicativo não deverá ultrapassar, em nenhuma hipótese, a altura máxima de 5 m (cinco metros).

II - Na hipótese do imóvel, público ou privado, abrigar mais de uma atividade, o anúncio referido no caput deste artigo poderá ser subdividido em outros, desde que sua área total não ultrapasse os limites estabelecidos no § 1º deste artigo.

III - Quando o imóvel for de esquina ou tiver mais de uma frente para logradouro público oficial, será permitido um anúncio por testada, atendidas as exigências estabelecidas neste artigo.

IV - Ficam proibidos anúncios nas coberturas das edificações, ressalvados os anúncios indicativos de hotéis e hospitais.

V - Nos imóveis edificados, públicos ou privados, somente serão permitidos anúncios indicativos das atividades neles exercidas e que estejam em conformidade com as disposições estabelecidas na lei de uso e ocupação do solo em vigor e possuam as devidas licenças de funcionamento.

VI - Não será permitida, nos imóveis públicos ou privados, a colocação de banners, faixas ou qualquer outro elemento, dentro ou fora do lote, visando a chamar a atenção da população para ofertas, produtos ou informações, em desacordo com as normas estabelecidas nesta Lei.

VII - A publicidade veiculada nos outdoors instalados no perímetro rural ou extraperímetro (rodovias) deverá ser efetuada com adesivos ou com pintura, sendo proibida a colocação em papel ou qualquer outro material.

VIII - O licenciamento de anúncios publicitários em placas e "outdoors" será realizado pela Secretaria Municipal de Administração, mediante aprovação do local e modelo de publicidade pelo fiscal municipal de postura, observadas as normas pertinentes.

IX - A licença para anúncio publicitário será expedida mediante o recolhimento da Taxa de Publicidade, a qual terá validade de um ano. Expedida a licença para anúncio publicitário, o interessado deverá executar o empreendimento imediatamente.

X - A licença expedida para anúncios publicitários deverá ser renovada anualmente, exceto se ocorrer alteração de suas características, dimensão ou estrutura de sustentação, hipótese em que a licença expedida perderá sua eficácia e nova licença deverá ser solicitada.

XI - Será permitida a instalação de até 2 (dois) "outdoors" por lote, desde que observada a distância mínima de 80 m (oitenta metros) entre ambos, tanto no perímetro urbano quanto no rural ou extra-perímetro.

XII - Poderá ser instalado anúncio indicativo em imóveis não-edificados, de propriedade pública ou privada, caso seja exercida atividade na área não-edificada, que possua a devida licença de funcionamento, observado o disposto no artigo

Art. 24 - Para os efeitos desta lei, os anúncios especiais são classificados em:

I - de finalidade cultural: quando for integrante de programa cultural, de plano de embelezamento da



cidade ou alusivo a data de valor histórico, não podendo sua veiculação ser superior a 30 (trinta) dias, conforme decreto específico do Executivo, que definirá o projeto urbanístico próprio;

II - de finalidade educativa, informativa ou de orientação social, religiosa, de programas políticos ou ideológicos, em caso de plebiscitos ou referendos populares;

III - de finalidade eleitoral: quando destinado à propaganda de partidos políticos ou de seus candidatos, na forma prevista na legislação federal eleitoral;

IV - de finalidade imobiliária, quando for destinado à informação do público para aluguel ou venda de imóvel, não podendo sua área ultrapassar 1 m² (um metro quadrado) e devendo estar contido dentro do lote.

§ 1º Nos anúncios de finalidade cultural e educativa, o espaço reservado para o patrocinador será determinado pelos órgãos municipais competentes.

§ 2º Os anúncios referentes à propaganda eleitoral deverão ser retirados no prazo máximo de 15 (quinze) dias, a contar da data da realização das eleições ou plebiscitos.

Art. 25 - As diretrizes desta Lei sempre que necessário, serão interpretadas e aplicadas em observância às normas da Lei Municipal nº 071/2017.

Art. 26 - Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

Gabinete da Prefeita municipal de Goianorte -TO, aos 27 dias do mês de maio de 2025.

Maria de Jesus Amaro de Oliveira Parente

Prefeita Municipal



A autenticidade deste documento pode ser conferida pelo QRCode ou no Site <https://www.goianorte.to.gov.br/assinex-validador> por meio do Código de Verificação: **Tipo de Acesso: 1002 e Chave: MAT-5164ad-270520251547271944**