



Decreto nº. 6.496 de 21 de janeiro de 2026.

Regulamenta a implantação, o uso, a manutenção, o licenciamento e a fiscalização de outdoors e demais engenhos de publicidade no Município de Ibirataia, Estado da Bahia, nos termos da Lei Municipal nº. 1.112/2017 e dá outras providências.

O PREFEITO MUNICIPAL DE IBIRATAIA, Estado da Bahia, no uso das atribuições que lhe confere a Lei Orgânica do Município, em especial o poder de polícia administrativa urbanística e ambiental,

CONSIDERANDO a necessidade de ordenamento do espaço urbano, proteção da paisagem, segurança viária e preservação do interesse público;

CONSIDERANDO a competência municipal para disciplinar o uso do solo urbano, a paisagem, a publicidade externa e o exercício do poder de polícia administrativa;

CONSIDERANDO o disposto na Lei Municipal nº 1.112/2017, que institui o Código Tributário e de Rendas do Município de Ibirataia, especialmente quanto às taxas decorrentes do exercício do poder de polícia, fiscalização, licenciamento, infrações e penalidades administrativas;

CONSIDERANDO a necessidade de regulamentar, em nível infralegal, a matéria relativa aos outdoors, sem criar ou majorar tributos;

DECRETA:

## CAPÍTULO I DISPOSIÇÕES PRELIMINARES

Art. 1º. Este Decreto estabelece normas relativas à implantação, utilização, manutenção, exploração, licenciamento e fiscalização de outdoors e demais engenhos de publicidade externa, visíveis de logradouro público, no território do Município de Ibirataia.

Art. 2º. São princípios norteadores deste Decreto:

- I. o exercício regular do poder de polícia administrativa;
- II. a compatibilização entre o interesse econômico e o interesse coletivo;
- III. a preservação da paisagem urbana e rural;
- IV. a segurança de pedestres, veículos e edificações;
- V. a proteção do meio ambiente e do patrimônio cultural;



VI. a organização estética e funcional do espaço urbano.

## CAPÍTULO II DO ENQUADRAMENTO E DO LICENCIAMENTO

Art. 3º. A publicidade externa classifica-se para os fins deste Decreto, em instalação de outdoors na categoria de publicidade do mercado publicitário, sujeitando-se obrigatoriamente ao prévio licenciamento municipal.

## CAPÍTULO III DAS NORMAS ESPECÍFICAS PARA OUTDOOR

Art. 5º. Considera-se outdoor o engenho publicitário com área máxima de 30 m<sup>2</sup> (trinta metros quadrados), destinado à veiculação de mensagem publicitária, instalado em suporte próprio ou estrutura independente.

Art. 6º. A instalação de outdoor observará, cumulativamente, as seguintes exigências:

- I. à análise técnica urbanística, ambiental e de segurança;
- II. à comprovação de autorização do proprietário quando o imóvel recair sobre propriedade de terceiros;
- III. ao pagamento da Taxa de Licença e Fiscalização prevista no Código Tributário Municipal;
- IV. à inexistência de débitos tributários municipais exigíveis;
- V. localização apenas em imóveis voltados para vias coletoras ou arteriais;
- VI. afastamento mínimo de 3,00 (três) metros do limite interno do passeio público;
- VII. altura máxima de 6,00 (seis) metros em relação à cota do terreno;
- VIII. distância mínima de 300 (trezentos) metros entre outdoors na mesma via e sentido;
- IX. proibição de instalação em áreas exclusivamente residenciais;
- X. vedação em áreas ambientais protegidas, praças, parques, canteiros centrais, escolas, hospitais, prédios, nas intermediações do portal situado na entrada da cidade e instalações públicas;
- XI. identificação visível do concessionário e do número do Alvará de Publicidade licenciado;
- XII. apresentação de Projeto de Veiculação de Peças Publicitárias quando exigido pelo órgão concedente do Alvará de Publicidade.

§ 1º. O Projeto de Veiculação de Peças Publicitárias quando exigido consiste no conjunto de documentos técnicos e descritivos que demonstrem, de forma clara e objetiva:

- I. o conteúdo publicitário a ser veiculado, com layout, imagens, textos, cores e símbolos;
- II. a finalidade da mensagem e o público-alvo;
- III. o local exato de instalação, com indicação de endereço, coordenadas ou croqui;
- IV. as dimensões do engenho e da área de exposição;
- V. o período de veiculação pretendido;
- VI. a identificação do anunciante, da empresa exploradora e do responsável pelo Alvará.



§ 2º. O Projeto quando exigido deverá ser apresentado por meio de:

- I. arte final digital da peça publicitária;
- II. memorial descritivo sucinto do conteúdo e da finalidade da publicidade;
- III. declaração do responsável legal atestando que o conteúdo observa as vedações e princípios previstos neste Decreto.

§ 3º. A análise do Projeto de Veiculação terá por objeto exclusivamente:

- I. a conformidade urbanística, estética e de segurança;
- II. o atendimento às vedações de conteúdo previstas neste Decreto;
- III. a compatibilidade com o local de instalação e o interesse público.

§ 4º. A análise não configura censura prévia, consistindo em ato administrativo de controle do uso do espaço urbano, no exercício regular do poder de polícia municipal.

§ 5º. A aprovação do Projeto de Veiculação:

- I. não autoriza a alteração substancial do conteúdo sem nova comunicação ao Município;
- II. tem caráter precário e condicionado;
- III. limita-se ao conteúdo, período e local aprovados.

§ 6º. Qualquer alteração relevante no conteúdo publicitário, no layout, na finalidade da mensagem ou no período de veiculação deverá ser previamente comunicada ao órgão municipal competente, mediante atualização do Projeto.

§ 7º. A veiculação de publicidade em desconformidade com o Projeto aprovado sujeitará o responsável às penalidades previstas neste Decreto e no Código Tributário Municipal.

§ 8º. O Projeto de Veiculação de Peças Publicitárias não afasta a responsabilidade solidária do anunciante, da empresa exploradora do engenho e do titular do Alvará pelo conteúdo divulgado.

Art. 7º. É vedada a instalação de outdoor:

- I. em árvores, postes, pontes, viadutos e passarelas;
- II. em calçadas e passeios públicos;
- III. em áreas tombadas ou de interesse cultural sem autorização específica;
- IV. que comprometa a visibilidade do trânsito ou da sinalização viária;
- V. em áreas não autorizadas pelo Poder Público Municipal;
- VI. que não atenda as exigências e determinações deste Decreto.

§ 1º. É vedada a veiculação, exposição ou manutenção de peças publicitárias, em outdoors ou quaisquer engenhos de publicidade externa no território do Município de Ibirataia, que:



- I. atentem contra a dignidade da pessoa humana, nos termos do art. 1º, inciso III, da Constituição Federal;
- II. afrontem os valores da família, a convivência comunitária e o respeito mútuo;
- III. contenham conteúdo discriminatório, preconceituoso ou que estimule o ódio, a violência, a intolerância religiosa, racial, étnica, de gênero ou de orientação sexual;
- IV. apresentem conteúdo obsceno, pornográfico, erótico explícito ou sexualizado, incompatível com a circulação em espaço público;
- V. violem preceitos éticos e morais socialmente reconhecidos, notadamente quando expostos em áreas de ampla circulação de crianças e adolescentes;
- VI. incentivem, naturalizem ou façam apologia à crueldade, maus-tratos, exploração ou violência contra animais, em desacordo com a legislação ambiental e de proteção animal;
- VII. promovam práticas ilícitas ou façam apologia ao crime.

§ 2º. Para os fins deste Decreto, considera-se conteúdo publicitário incompatível com o interesse público aquele que, ainda que de forma indireta ou subliminar, viole os valores e princípios elencados no artigo anterior, avaliados à luz do contexto social, da finalidade da mensagem e do local de exposição.

§ 3º. A análise do conteúdo publicitário será realizada posteriormente à veiculação, no exercício regular do poder de polícia administrativa, vedada qualquer forma de censura prévia, assegurados:

- I. o contraditório e a ampla defesa;
- II. a motivação expressa do ato administrativo;
- III. a proporcionalidade entre a infração constatada e a sanção aplicada.

§ 4º. Constatada a infração, o Município poderá aplicar, isolada ou cumulativamente, as seguintes medidas administrativas:

- I. notificação para adequação ou retirada imediata da peça publicitária;
- II. suspensão ou cassação do Alvará de Publicidade;
- III. aplicação das penalidades previstas no Código Tributário Municipal;
- IV. remoção compulsória do engenho publicitário, às expensas do responsável, quando houver risco à ordem pública, à moralidade administrativa ou à proteção de crianças, adolescentes e animais.

§ 5º. A responsabilidade pelo conteúdo da publicidade é solidária entre:

- I. o anunciante;
- II. a empresa exploradora do engenho publicitário;
- III. o responsável pelo Alvará de Publicidade.



§ 6º. O disposto neste Capítulo não se aplica à publicidade institucional do Poder Público, desde que observados os princípios da legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade e eficiência.

#### TÍTULO IV DO LICENCIAMENTO

Art. 8º. A instalação de outdoor dependerá de Alvará de Publicidade, expedido pela Secretaria Municipal de Planejamento, Orçamento e Gestão, e Departamento de Tributos Municipais, mediante:

- I. requerimento formal;
- II. comprovação de titularidade ou autorização do proprietário do imóvel;
- III. projeto técnico do engenho;
- IV. pagamento das taxas previstas no Código Tributário Municipal.

§ 1º. Quando o requerimento de Alvará de Publicidade envolver a instalação de outdoor ou engenho publicitário em imóvel de propriedade de terceiros, além dos requisitos gerais previstos neste Decreto, o interessado deverá comprovar, obrigatoriamente, a anuência expressa do proprietário ou legítimo possuidor do imóvel.

§ 2º. A anuência referida no artigo anterior deverá ser formalizada mediante a apresentação de, no mínimo, um dos seguintes documentos:

- I. contrato de locação, cessão de uso, comodato ou instrumento equivalente, com cláusula expressa autorizando a instalação de engenho publicitário;
- II. autorização escrita e específica, firmada pelo proprietário ou possuidor legítimo, com firma reconhecida;
- III. contrato de exploração publicitária celebrado entre as partes;
- IV. outro instrumento jurídico idôneo que comprove o direito de uso do espaço para fins publicitários.

§ 3º. A autorização deverá conter, obrigatoriamente:

- I. identificação completa do proprietário ou possuidor e do requerente;
- II. descrição precisa do local de instalação;
- III. prazo de vigência da autorização;
- IV. declaração expressa de ciência quanto às normas municipais aplicáveis;
- V. responsabilidade civil do requerente por danos decorrentes da instalação.

§ 4º. A autorização do proprietário não transfere ao Município qualquer responsabilidade civil, ambiental ou patrimonial, recaiando integralmente sobre o requerente e o proprietário do imóvel eventuais danos a terceiros ou ao patrimônio público.

§ 5º. A apresentação da autorização de que trata este Capítulo não dispensa:



- I. o atendimento às normas urbanísticas, ambientais e de segurança;
- II. o pagamento das taxas previstas no Código Tributário Municipal;
- III. a obtenção das demais licenças exigidas por lei.

§ 6º. A revogação, rescisão ou término do vínculo jurídico entre o requerente e o proprietário do imóvel implica a caducidade automática do Alvará de Publicidade, devendo o engenho ser removido no prazo máximo de 30 (trinta) dias, independentemente de notificação prévia.

§ 7º. O Município poderá indeferir, suspender ou cancelar o Alvará de Publicidade, a qualquer tempo, quando:

- I. constatada a inexistência ou invalidade da autorização do proprietário;
- II. houver litígio judicial ou administrativo sobre a posse ou propriedade do imóvel;
- III. houver denúncia fundamentada do proprietário quanto ao uso irregular do espaço;
- IV. verificado o descumprimento de qualquer norma urbanística, ambiental e de segurança.

§ 8º. O Alvará de Publicidade terá natureza precária e condicionada, não gerando direito adquirido, especialmente quando concedido com base em autorização de terceiros.

Art. 9º. O Alvará de Publicidade terá validade máxima de 12 (doze) meses, renovável mediante requerimento e adimplemento das obrigações legais.

## TÍTULO V DA FISCALIZAÇÃO E DAS PENALIDADES

Art. 10. Compete à Secretaria Municipal de Planejamento, Orçamento e Gestão exercer a fiscalização do efetivo cumprimento legal estabelecido na concessão do Alvará de Publicidade, cabendo:

- I. vistoriar engenhos publicitários;
- II. notificar irregularidades;
- III. aplicar penalidades administrativas.

Art. 11. Constituem infrações, dentre outras:

- I. instalação de outdoor sem licença;
- II. descumprimento das dimensões e afastamentos;
- III. falta de manutenção ou risco à segurança.

Art. 12. As penalidades aplicáveis incluem, isolada ou cumulativamente:

- I. advertência;
- II. multa;
- III. cassação do alvará;
- IV. remoção compulsória do engenho, às expensas do responsável.



TÍTULO VI  
DISPOSIÇÕES FINAIS E TRANSITÓRIAS

Art. 13. Os outdoors instalados anteriormente à vigência deste Decreto deverão ser regularizados no prazo máximo de 60 (sessenta) dias, contados da data de sua publicação, sob pena de remoção.

Art. 14. Fica a Secretaria Municipal de Planejamento, Orçamento e Gestão autorizada a expedir atos complementares, instruções normativas e manuais técnicos para fiel execução deste Decreto.

Art. 15. Este Decreto entra em vigor na data de sua publicação.

Gabinete do Prefeito Municipal de Ibirataia – BA, 21 de janeiro de 2026.

Alexsandro Freitas Silva  
Prefeito Municipal