EXPOSIÇÃO DE MOTIVOS

A Lei nº 8.279, de 20 de janeiro de 1999, e alterações posteriores, possui impacto direto sobre as mais de 34 mil empresas do setor comercial e de demais segmentos da nossa Cidade. Esse impacto é ainda mais significativo sobre as micro e pequenas empresas, que são a coluna dorsal da economia do Município e as que mais sofrem com as adequações da rigidez da Lei.

Hoje, mais de 80% das lojas estão com algum tipo de veículo de mídia irregular devido à rigidez da Lei, sua inconstância e ao desconhecimento da legislação. Qualquer modificação dos grandes veículos de mídia resulta em gastos altíssimos para reposicionamento dos veículos. A exemplo disso, a confecção de uma fachada nova em alto relevo custa, em média, R$ 5.000 (cinco mil reais).

A legislação desestimula o investimento em mídia física pelas lojas, mídia que depende de licença e que gera receita pública. Diante disso, o abusivo aumento de taxação da publicidade privada acaba por estimular a mídia extensiva, muito mais prejudicial à poluição visual.

A restrição sobre o micro e o pequeno empresário no financiamento de mobiliário urbano para veicular suas mídias e o fortalecimento da migração da publicidade para o meio digital restringem por demais as formas de exposição, sendo necessária a flexibilização para que o comércio possa se renovar e voltar a crescer.

Um projeto que vá na via contrária, legislando proibitivamente sobre a publicidade, fará, em última instância, com que os consumidores deixem de estimular o comércio da Capital. E que, por fim, o empresário feche sua loja ou migre de função, ou mesmo de estado.

Ainda, em análise da conjuntura atual, o prefeito tem articulado a apresentação do Projeto Cidade Limpa, que é o recrudescimento da lei sobre a veiculação de publicidade na Cidade. Sua intenção é, em suas palavras, “regulamentar a publicidade para direcionar investimentos para a Prefeitura”, ou seja, financiar o mobiliário urbano.

Contudo, a mídia já está por demais delimitada. É necessária a flexibilização, pois o comércio está sendo sufocado. A legislação já delimita muito a veiculação de publicidade sobre fachadas e totens, assim como proíbe mídia sobre vitrines ou paredes (envelopamento). Todo veículo de mídia que possua mais que 1m² (um metro quadrado) necessita de licença junto aos órgãos, o que já gera receita ao Município.

Desse modo, em virtude das demasiadas dificuldades enfrentadas pelos empresários na exposição de suas marcas e de parceiros comerciais, apresento esta proposta de inclusão, alteração e revogação de artigos da Lei nº 8.279, de 1999, e alterações posteriores, de modo a possibilitar maior competitividade ao mercado na busca do fomento dessa categoria, que há muito tempo sofre com as sazonalidades econômicas e que não pode encontrar no Poder Público mais um rival. O Município deve ser parceiro dessas atividades e fomentar, cada vez mais, o seu crescimento, pois, nesse caso, não representa apenas uma parcela da Cidade, mas, sim, a base econômica da metrópole.

 Sala das Sessões, 19 de agosto de 2019.

VEREADOR MOISÉS BARBOZA**PROJETO DE LEI**

**Altera o caput e o § 1º do art. 18, o caput do art. 24, o *caput* do art. 27, o art. 28, o *caput* e o § 1º do art. 33 e o *caput* do art. 34, inclui §§ 1º e 2º no art. 34 e revoga os §§ 3º e 4º do art. 30, o art. 35 e o inc. XXVI do art. 51, todos da Lei nº 8.279, de 20 de janeiro de 1999 – que disciplina o uso do Mobiliário Urbano e Veículos Publicitários no Município e dá outras providências –, e alterações posteriores, dispondo sobre a exploração comercial de empenas cegas de edifícios e muros e sobre veículos publicitários referentes ao imóvel em que se encontram fixados.**

**Art. 1º**  Ficam alterados o *caput* e o § 1º do art. 18 da Lei nº 8.279, de 20 de janeiro de 1999, e alterações posteriores, conforme segue:

“Art. 18. A exploração comercial de empena cega de edifícios e muros de qualquer tipo só será permitida sob a forma de lonas, *banners*, pintura ou reprodução de mural ou de painel artísticos visando à composição da paisagem urbana, limitados à área da construção destinada à publicidade, excetuando-se o disposto no inc. X do art. 10 desta Lei e o direito de identificação específica da atividade existente no local, a critério do Executivo Municipal.

§ 1º Caso a empena cega ultrapasse 15m², não se faz necessário seu uso completo para veiculação de mídia.

......................................................................................................................” (NR)

**Art. 2º** **Fica alterado o** *caput* do art. 24 da Lei nº 8.279, de 1999, e alterações posteriores, conforme segue:

“Art. 24. Nenhum veículo de mídia de plataforma fixa, tais como *outdoors*, murais, totens ou fachadas, poderá ser exposto ao público ou ter seu local alterado sem prévia autorização do Executivo Municipal, exceto aqueles veiculados na vitrine, sobre o envelopamento da loja ou na forma de plaquetas, tabuletas ou *banners* que identifiquem produtos e seus preços.

.........................................................................................................................” (NR)

**Art. 3º** Fica alterado o *caput* do art. 27 da Lei nº 8.279, de 1999, e alterações posteriores, conforme segue:

“Art. 27. Não necessitam de autorização especial os veículos de divulgação de até 1,5m² (um vírgula cinco metro quadrado) quando expostos paralelamente ou junto à parede, suspensos ou fixados, com espessura de até 10cm (dez centímetros), não luminosos e que se refiram somente às atividades exercidas no local.

.........................................................................................................................” (NR)

**Art. 4º** Fica alterado o art. 28 da Lei nº 8.279, de 1999, e alterações posteriores, conforme segue:

“Art. 28. Se, após a instalação do veículo autorizado, for apurada qualquer irregularidade, seu proprietário será obrigado a corrigi-la no prazo de 15 (quinze) dias, sob pena de perda da autorização e de demais sanções legais, excetuando-se os casos em que o veículo ofereça riscos à população, sem prejuízo da aplicação das penalidades previstas.” (NR)

**Art. 5º** Ficam alterados o *caput* e o § 1º do art. 33 da Lei nº 8.279, de 1999, e alterações posteriores, conforme segue:

“Art. 33. Os letreiros fixados em estrutura própria terão, como área máxima, os limites da construção do imóvel.

§ 1º A distância vertical mínima dos veículos em relação ao solo será de 2m (dois metros), não ultrapassando a altura de 12m (doze metros).

.......................................................................................................................” (NR)

**Art. 6º** Fica alterado o ***caput*** e ficam incluídos §§ 1º e 2º no art. 34 da Lei nº 8.279, de 1999, e alterações posteriores, conforme segue:

“Art. 34. Aos anúncios colocados na fachada do estabelecimento ao qual se referem e que contenham nome, nome fantasia, parceria comercial exclusiva, marca, logotipo ou *slogan* do estabelecimento em placas, letreiros, painéis eletrônicos ou iluminados ou em pintura mural executada na fachada não se aplicam os limites de tamanho e proporcionalidades estabelecidos no art. 7º e no art. 10º, incs. II, III, IV e VIII, desta Lei.

§ 1º O limite de tamanho para os anúncios referidos no *caput* deste artigo será o da fachada do imóvel.

§ 2º O limite definido no § 1º deste artigo aplica-se também aos anúncios fixados em estruturas próprias no estabelecimento ao qual se referem. ” (NR)

**Art.7º**  Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

**Art. 8º**  Ficam revogados os §§ 3º e 4º do art. 30, o art. 35 e o inc. XXVI do art. 51 da Lei nº 8.279, de 20 de janeiro de 1999.

/JM