

COMISSÃO DE DESENVOLVIMENTO URBANO, OBRAS, VIAÇÃO E TRANSPORTE

COMISSÃO DE ECONOMIA, INDÚSTRIA, COMÉRCIO E AGRICULTURA

PROJETO DE LEI Nº 297/2012

RELATÓRIO:

O Projeto em tela, de autoria do Vereador Roberto Fu, acrescenta o parágrafo 12 ao artigo 8º da Lei nº 10.966, de 26 de julho de 2010 (**Cidade Limpa**), que dispõe sobre a ordenação dos anúncios que compõem a paisagem urbana do Município de Londrina.

Com a aprovação da matéria, o Art. 8º da Lei Cidade Limpa passará a vigorar acrescido do parágrafo 12, com a seguinte redação:

“Art. 8º . . .

. . .

*12. O disposto no **caput** deste artigo não se aplica à colocação da logomarca ou logotipo do produto considerado como principal produto do respectivo estabelecimento, observado o seguinte:*

I – deverá ser colocado um único anúncio indicativo e a logomarca ou logotipo de apenas um produto;

II – a logomarca ou logotipo de determinado produto poderá ser substituído pela logomarca ou logotipo de outro produto, a critério do estabelecimento, desde que seja comunicada a CMTU sobre a substituição;

III – na fachada do estabelecimento somente poderão ser afixados dois anúncios, sendo um referente ao anúncio indicativo e outro referente à logomarca ou logotipo; e

IV – deverá ser obedecido o disposto nos parágrafos 1º a 11 deste artigo.”

O Autor, em sua justificativa, argumenta o seguinte:

“Pela nossa proposta o comerciante poderá utilizar em sua fachada, conforme as especificações da lei, além do anúncio indicativo, a logomarca ou logotipo do produto considerado seu principal produto, ou seja, o Carro Chefe, sem que seja configurado anúncio publicitário, a exemplo das bandeiras dos cartões de crédito. No entanto, o comerciante terá que optar apenas por um produto. Muitos comerciantes se dizem prejudicados pelo fato da lei em vigor não permitir que conste junto com o nome do estabelecimento o indicativo da existência do produto principal. Muitas vezes as pessoas buscam por um produto ou marca específica e, como não há o indicativo da existência do produto, sequer entram no estabelecimento, ficando o comerciante prejudicado. Desta forma, a matéria visa proporcionar

melhores condições aos comerciantes, que são os grandes geradores de recursos e de empregos para nossa Cidade.”

PARECER TÉCNICO CONJUNTO:

A Lei nº 10.966/2010, complementando as disposições sobre a publicidade em geral contidas no Código de Posturas, dispõe sobre a ordenação dos anúncios que compõem a paisagem urbana do Município de Londrina – PROJETO CIDADE LIMPA, com o objetivo de ordenar a paisagem e atender às necessidades de conforto ambiental, com a melhoria da qualidade de vida urbana, mediante a criação de padrões novos e mais restritivos, **de anúncios visíveis dos logradouros públicos no território do Município de Londrina.**

A referida lei, em seu Art. 2º, define como anúncio “qualquer veículo de comunicação visual presente na paisagem visível do logradouro público, composto de área de exposição e estrutura”, e podendo ser classificado como **indicativo, publicitário, especial, obrigatório e informativo ao consumidor.**

Por ser objeto do presente projeto de lei, cabe anotar o conceito de **anúncio indicativo**, que é aquele que visa apenas identificar, no próprio local da atividade, o estabelecimento ou profissional que dele faz uso, tais como: placas, painéis, letreiros, totens ou outro recurso que tenha este fim.

No entanto, esta lei, em seu Art. 8º, permite a instalação apenas de um único anúncio indicativo por imóvel público ou privado, que deverá conter todas as informações necessárias ao público e atender às condições dispostas nos seguintes parágrafos:

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

I. quando a testada do imóvel for inferior a 10,00m (dez metros) lineares, a área total do anúncio não deverá ultrapassar 1,50m² (um metro e cinquenta decímetros quadrados);

II. quando a testada do imóvel for igual ou superior a 10,00m (dez metros) lineares e inferior a 100,00m (cem metros lineares), a área total do anúncio, será aplicada a proporcionalidade de 15%, limitado ao máximo de 20m², devendo a partir daí ser subdividida;

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 5,00m (cinco metros), incluídas a estrutura e a área total do anúncio.

§ 2º Não serão permitidos anúncios que descaracterizem as fachadas dos imóveis com a colocação de painéis ou outro dispositivo.

§ 3º Não serão permitidos anúncios instalados em marquises, saliências ou recobrimento de fachadas, mesmo que constantes de projeto de edificação aprovado ou regularizado.

§ 4º O anúncio indicativo não poderá avançar sobre o passeio público ou calçada.

§ 5º Nas edificações existentes no alinhamento, regulares e dotadas de licença de funcionamento, o anúncio indicativo poderá avançar até 0,15m (quinze centímetros) sobre o passeio.

§ 6º Os anúncios deverão ter sua projeção ortogonal totalmente contida dentro dos limites externos da fachada onde se encontram e não prejudicar a área de exposição de outro anúncio.

§ 7º Será admitido anúncio indicativo no frontão de toldo retrátil, desde que a altura das letras não ultrapasse 0,20m (vinte centímetros), atendido o disposto no "caput" deste artigo e conforme legislação vigente.

§ 8º Não serão permitidas pinturas, apliques ou quaisquer outros elementos com fins promocionais ou publicitários, que sejam vistos dos logradouros públicos, além daqueles definidos nesta lei.

§ 9º A altura máxima de qualquer parte do anúncio indicativo não deverá ultrapassar, em nenhuma hipótese, a altura máxima de 5,00m (cinco metros).

§ 10. 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.

§ 11. 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."

Agora, o presente projeto pretende incluir no referido artigo o parágrafo 12, com o objetivo de possibilitar ao proprietário do estabelecimento comercial utilizar-se, em sua fachada, não só o anúncio indicativo já permitido, mas também a **logomarca ou o logotipo de um determinado produto**.

O Autor argumenta, em sua justificativa, que tal medida atrairá o consumidor a entrar no estabelecimento para conhecer o produto, o que aumenta a probabilidade de venda, beneficiando, assim, o comerciante. Ao mesmo tempo, a iniciativa servirá para direcionar corretamente aquele consumidor que necessita do produto anunciado e não sabe onde encontrá-lo, evitando o desperdício do seu tempo.

No entanto, após dois anos da aprovação da Lei Cidade Limpa, é preciso reconhecer que as mudanças realizadas em cumprimento à nova legislação foram benéficas à paisagem urbana de nossa Cidade, visto que a ordenação da publicidade resultou na diminuição da poluição visual e conseqüentemente na melhoria da qualidade da vida urbana, principalmente por privilegiar as condições de segurança ao público (não prejudicando a visualização da sinalização viária) e o estado de conservação dos materiais utilizados (atendendo às normas técnicas pertinentes). Por isso a importância de se manter os padrões estabelecidos na Lei.

Por outro lado, considerando os benefícios que a medida poderá acarretar aos comerciantes e aos consumidores, somado ao fato de que a colocação da logomarca/logotipo na fachada do estabelecimento comercial não implicará prejuízos à paisagem urbana, inclusive, porque a sua instalação observará às condições descritas nos parágrafos 1º a 11 do Art. 8º da Lei Cidade Limpa, esta Assessoria acredita ser a matéria meritória.

Cabe registrar que foi encaminhado a esta Casa o Of. nº 001/2012 (pág. 21), **da Câmara Técnica Permanente**, em atendimento ao pertinente parecer prévio da Assessoria Jurídica, que solicitou a análise da matéria por aquele órgão, o qual informa que “a maioria dos membros presentes” **aprovou o referido projeto de lei**.

Nesse documento (verso) foi indicado que a Sepex e a Secretaria de Obras são favoráveis à matéria, a Secretaria de Cultura é contrária, e que a CMTU já havia se manifestado anteriormente (a qual não consta no projeto).

Neste sentido, e considerando o Art. 28 da Lei Cidade Limpa, que institui a Câmara Técnica Permanente, composta por representantes do **IPPUL, SMOP, SEPEX, CEAL, SMC, ACIL, IAB, APP, CML, CODEL, CMTU, CONSEMMA, SINAPRO-PR, SEMA e SINDUSCON – NORTE DO PARANÁ**, esta Assessoria avalia que a manifestação encaminhada a esta Casa não reflete a posição de todos (ou da maioria) dos órgãos que integram a referida Câmara Técnica.

Assim, apesar do mérito da proposta, esta Assessoria considera que o presente processo deveria estar instruído com a manifestação representativa de todos ou senão da maioria dos órgãos que integram a Câmara Técnica Permanente, que tem a atribuição de emitir pareceres relativos à aplicação da Lei Cidade Limpa, inclusive sobre os casos omissos, e que seria importante que essa manifestação estivesse fundamentada, para uma melhor avaliação da alteração proposta.

Feitos esses apontamentos, lembramos que cabe à Comissão de Desenvolvimento Urbano, Obras, Viação e Transporte, e à Comissão de Economia, Indústria, Comércio e Agricultura, em seu Voto, avaliar a relevância e decidir quanto a acolhida deste projeto.

EDIFÍCIO DA CÂMARA, 27 de novembro de 2012.

COMISSÃO DE ECONOMIA, INDÚSTRIA, COMÉRCIO E AGRICULTURA**VOTO AO PROJETO DE LEI Nº 297/2012**

Considerando os benefícios que a medida acarretará aos comerciantes e aos consumidores, sem causar prejuízos à paisagem urbana, esta Comissão, pelo mérito, emite **voto favorável** à presente propositura.

SALA DAS SESSÕES, 4 de dezembro de 2012.

A COMISSÃO:

MARCELO BELINATI
PRESIDENTE /RELATOR

TITO VALLE
MEMBRO

ROBERTO DA FARMÁCIA DO VIVI
MEMBRO