

ESTADO DE RONDÔNIA
PODER LEGISLATIVO
CÂMARA DE VEREADORES DO MUNICÍPIO DE VILHENA
PALÁCIO VEREADOR NADIR ERENO GRAEBIN
GABINETE DO VEREADOR WILSON TABALIPA

PROJETO DE LEI COMPLEMENTAR Nº 370 , DE 13 DE MAIO DE 2020

CAMARA MUNICIPAL DE VILHENA
DIRETORIA LEGISLATIVA

Data 13 / 05 / 2020

Hora 12h40


Eliane A. Souza
Assessora de Apoio Legislativo
Diretoria Legislativa
CVMV-RO

ACRESCE O ARTIGO 268-A À LEI
COMPLEMENTAR Nº 048, DE 13 DE
DEZEMBRO DE 2001.

LEI:

Art. 1º É acrescentado o artigo 268-A à Lei Complementar nº 048, de 13 de dezembro de 2001, que institui o Código de Posturas do Município, com a seguinte redação:

(...)

Art. 268-A. As bancas de jornais e revistas poderão comercializar:

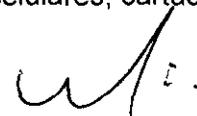
I - jornais, revistas, livros culturais, guias, figurinos, almanaques, opúsculos de leis, outras publicações de interesse público e cartões postais;

II - refrigerantes, água mineral, isotônico, energéticos, sucos de frutas industrializados, bebidas à base de café, café expresso, chá pronto em lata, água de coco, bebidas lácteas, iogurte, leite fermentado e outras bebidas não alcoólicas em embalagem de lata, pet ou celulose de até 600 ml, condicionados em refrigeradores convencionais acomodados no interior da área útil da banca;

III - doces e salgadinhos industrializados, salgados assados e fritos, expostos em estufas, bolos conservados sob refrigeração, biscoitos, bolachas e chocolates, todos embalados;

IV - sorvetes em embalagens descartáveis individuais, acondicionados em refrigeradores convencionais, e sorvete expresso;

V - artigos eletrônicos de pequeno porte como: pen drives, mídias (CD, DVD e outros), fone de ouvido, mouse, carregadores para celulares, cartuchos e toners



P.100

EM BRANCO

EM BRANCO

EM BRANCO



para impressoras, cadeados, capas de chuva, guarda-chuvas, e artigos de pequeno porte para presentes;

VI – artigos de papelaria como: papel sulfite A4 (folhas individuais), papel de presente, envelopes, cadernos, agendas, calendários, cola escolar, pastas, fitas autoadesivas, blocos autoadesivos, clipes, elásticos, etiquetas, ímãs, jogos de tabuleiro, e bonés;

VII – cartões pré-pagos de recarga para celulares e *chips* de operadoras de telefonia;

VIII – serviço de internet para impressão de documentos, fotocópias e plastificação de documentos; e

IX – flores.

Parágrafo único. A comercialização de revistas e jornais permanecerá como atividade principal da banca para evitar a descaracterização da atividade inicial do negócio, com 20% (vinte por cento) do espaço interno útil da banca destinado a venda de revistas, jornais e livros.

Art. 2º Esta Lei Complementar entra em vigor na data de sua publicação.

Câmara de Vereadores, 13 de maio de 2020.


Vereador Wilson Tabalipa

EM BRANCO

EM BRANCO

EM BRANCO

04
P

JUSTIFICATIVA

As mudanças no mundo tecnológico têm exigido uma constante renovação no mercado de trabalho, não diferente, isso trouxe para as bancas de jornais e revistas contornos dramáticos, uma vez que com a internet a venda das mesmas caíram drasticamente.

Ao analisar que em nossa cidade têm empreendedores, que com suas bancas aquecem o mercado financeiro e de trabalho, mas que com os novos tempos não estão conseguindo manter seus negócios apenas com a venda de revistas e jornais, foi observando que vi a necessidade de nos adequarmos as atuais mudanças, flexibilizando os produtos a serem comercializados por este segmento do comércio.

Considerando que a atividade principal da banca é a venda de jornais e revistas, isso não é empecilho para que possa comercializar outros produtos que venham alavancar as vendas. A de se considerar que transformar as bancas de jornais em novos negócios, oferece uma nova fonte de renda tanto para o proprietário, quanto para todos que estão envolvidos nesse processo de crise que passa a economia.

Considerando que para atuarem em um novo segmento, sem deixar de oferecer as revistas e jornais, será necessária uma garantia por Lei, que vai regulamentar o processo de mudança das bancas.

Em nossa cidade já assistimos algumas bancas fecharem pelo peso dos novos tempos, pela crise na economia, por tanto se faz necessário a modernização desses espaços, o que vemos é que com a expansão das bancas para novos segmentos é uma questão de sobrevivência do negócio.

Em várias cidades do país, já existem Leis próprias, que regulamenta a modernização das bancas como, Niterói-RJ, Cubatão-SP, Curitiba-PR, Osasco-SP, Santos-SP, São Paulo-SP, entre outras.

Peço aos nobres colegas que analisem com distinção este Projeto de Lei Complementar, pois ele irá mudar o contexto de muitos comerciantes que precisam tirar sustento de suas bancas, e que nos tempos atuais não vem sendo fácil fazer.

A modernização da Lei é fundamental para que novas estratégias sejam criadas para fomentar os negócios em tempos de crise.

Câmara de Vereadores, 13 de maio de 2020.


Vereador Wilson Tabalipa

EM BRANCO

EM BRANCO

EM BRANCO



PODER EXECUTIVO
PREFEITURA MUNICIPAL DE VILHENA
ESTADO DE RONDÔNIA
Gabinete do Prefeito



LEI COMPLEMENTAR Nº 048/2001

EMENTA: INSTITUI O CÓDIGO DE POSTURAS DO MUNICÍPIO DE VILHENA/RO E DA OUTRAS PROVIDÊNCIAS

MELKISEDEK DONADON, Prefeito do Município de Vilhena, Estado de Rondônia, no exercício regular de seu cargo e usando das atribuições que lhe são conferidas por Lei,

FAZ SABER, que a Câmara Municipal de Vilhena aprovou e ele sanciona e promulga a presente

LEI COMPLEMENTAR

Título I

Disposições Gerais

Art 1º - Fica instituído o Código de Posturas do Município de Vilhena – RO

Art 2º - Este Código tem como finalidade instituir as normas disciplinares da higiene pública, do bem estar público, da localização e do funcionamento de estabelecimentos comerciais, industriais e prestadores de serviços, bem como as correspondentes relações jurídicas entre o Poder Público Municipal e os munícipes

Art 3º - Ao prefeito e aos servidores públicos municipais compete cumprir e fazer cumprir as prescrições deste Código

EM BRANCO

EM BRANCO

EM BRANCO



Art 265 - As dependências de circo e a area de parques de diversões, deverão ser obrigatoriamente, mantidas em permanente estado de limpeza e higiene

Parágrafo único - O lixo devera ser coletado em recipientes fechados

Art 266 - Quando do desmonte do circo ou de parque de diversões, e obrigatoria a limpeza de toda area ocupada pelo mesmo, incluindo a demolição das respectivas instalações sanitárias

Capítulo VII

Da Localização e do Funcionamento de Bancas de Jornal e Revistas

Art 267 - A localização e o funcionamento de bancas de jornal e revistas em logradouros, depende de licença previa da prefeitura

§ 1º - A licença sera expedida a titulo precario e em nome do requerente, podendo a prefeitura determinar, a qualquer tempo, a remoção ou suspensão da banca licenciada

§ 2º - O licenciamento de bancas deverá ser anualmente renovado

§ 3º - Cada banca terá uma chapa de identificação fornecida pela prefeitura, contendo a ordem de licenciamento

§ 4º - Compete a prefeitura determinar a localização das bancas de jornal e revistas

Art 268 - O concessionário de bancas de jornal e revistas é obrigado

- I - A manter a banca em bom estado de conservação,
- II - A conservar em boas condições de asseio a area utilizada,
- III - A não recusar a expor a venda os jornais diarios e revistas nacionais que lhe forem consignados,
- IV - A tratar o publico com urbanidade

Parágrafo único - É proibido aos vendedores de jornais e revistas ocuparem o passeio, muros e paredes com exposições de suas mercadorias

Capítulo VIII

Do Funcionamento das Oficinas de Consertos de Veículos

Art 269 - O funcionamento de oficinas de consertos de caminhões, veiculos, máquinas e implementos, só será permitido quando possuirem dependências e área suficiente para o recolhimento dos veiculos

EM BRANCO

EM BRANCO

EM BRANCO

§ 4º - O parecer da Comissão Consultiva sobre qualquer caso de sua competência não firmará jurisprudência

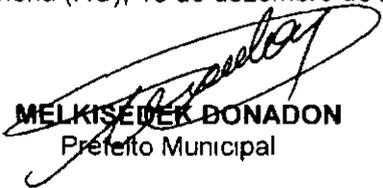
§ 5º - A Comissão Consultiva do Código de Posturas elaborará seu regimento interno, que será aprovado pelo prefeito, mediante decreto

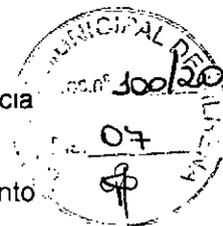
Art 347 - Os dispositivos deste Código aplicam-se no sentido restrito, excluído as analogias de interpretações extensivas

Art 348 - O poder executivo deverá expedir os decretos, portarias, circulares, ordens de serviços e outros atos administrativos que se fizerem necessários a fiel observância das disposições deste Código

Art 349 - Este Código entra em vigor na data de sua publicação, revogadas as disposições em contrário, especialmente a Lei Complementar nº 002/90

Gabinete do Prefeito, Paço Municipal,
Vilhena (RO), 13 de dezembro de 2001


MELKISEDEK DONADON
Prefeito Municipal



10
2
1

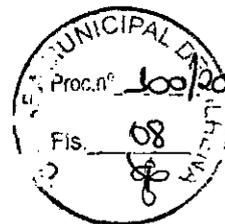
EM BRANCO

EM BRANCO

EM BRANCO



ESTADO DE RONDÔNIA
PODER EXECUTIVO
PREFEITURA MUNICIPAL DE VILHENA
Procuradoria Geral do Município



LEI COMPLEMENTAR Nº 154/2011

EMENTA: ALTERA A REDAÇÃO DO ARTIGO 267 E 268 DA LEI COMPLEMENTAR 48 de 13 DE DEZEMBRO DE 2001 E DÁ OUTRAS PROVIDÊNCIAS.

JOSÉ LUIZ ROVER, Prefeito do Município de Vilhena, Estado de Rondônia, no exercício regular de seu cargo, e usando das atribuições que lhe são conferidas por Lei.

FAZ SABER, que a Câmara Municipal de Vilhena aprovou e ele sanciona e promulga a presente

LEI:

Da Localização e do Funcionamento de Bancas de Jornal e Revista, Ponto de Táxi e Ponto de Moto-Táxi

Art. 1º Ficam alteradas as redações dos artigos 267 e 268 da Lei Complementar nº 048/2001 de 13 de dezembro de 2001 e suas alterações, que passam a vigorar com as seguintes redações:

Art. 267. A localização e o funcionamento de bancas de jornal e revistas, ponto de táxi e ponto de moto-táxi em logradouros, depende de licença prévia da prefeitura.

§ 1º A licença será expedida a título precário e em nome do requerente, podendo a prefeitura determinar, a qualquer tempo, a remoção ou suspensão.

§ 2º O licenciamento de banca, do ponto de táxi e do ponto de moto-táxi, deverá ser anualmente renovado.

§ 3º Cada banca terá uma chapa de identificação fornecida pela prefeitura, contendo a ordem de licenciamento.

§ 4º Compete à prefeitura determinar a localização das bancas de jornal e revistas, ponto de táxi e ponto de moto-táxi.

ESTADO DE RONDÔNIA
PODER EXECUTIVO
PREFEITURA MUNICIPAL DE VILHENA
Procuradoria Geral do Município

§ 5º O moto-taxista e o taxista não poderão estacionar seus veículos sobre o logradouro público ou passeio público.

Art. 268. O concessionário de bancas de jornal e revistas, ponto de táxi e ponto de moto-táxi é obrigado:

- I - A manter a banca e/ou ponto em bom estado de conservação;
- II - A conservar em boas condições de asseio a área utilizada;
- III - A não recusar a expor a venda os jornais diários e revistas nacionais que lhe forem consignados;
- IV - A tratar o público com urbanidade.

Parágrafo único. É proibido aos vendedores de jornais e revistas ocuparem o passeio, muros e paredes com exposições de suas mercadorias.

Art. 2º Esta Lei Complementar entra em vigor na data de sua publicação, revogadas as demais disposições em contrário.

Gabinete do Prefeito, Paço Municipal
Vilhena (RO), 12 de abril de 2011.


José Luiz Rover
PREFEITO MUNICIPAL



Legislativo Camara <diretorialegislativa.cmv@gmail.com>



Projetos de Leis

1 mensagem

Legislativo Camara <diretorialegislativa.cmv@gmail.com>

15 de maio de 2020 08:57

Para: Rafael Maziero <vereadorrafaelmaziero@hotmail.com>, Gabinete Suchi <gabinetesuchi@gmail.com>, Sandro gonçalves <sandrinho18@hotmail.com>, rogério golfetto <ve.rogerio@hotmail.com>, Valdete Sousa Savaris <vereadoraprofessoravaldete@gmail.com>, Samir Ali <vereadorsamiralivha@gmail.com>, CÉLIO BATISTA <celiobatista29@hotmail.com>, presidencia@vilhena.ro.leg.br, vereador.adilsonoliveira@gmail.com, LENINHA DO POVO VEREADORA <leninhadopovovereadora@gmail.com>, França Silva <vereadorfrancavha@gmail.com>, dicom@vilhena.ro.leg.br, wilsontabalipa@hotmail.com, magalhaesideal@gmail.com

Prezados, bom dia!

Encaminho os Projetos de Leis nºs 5.871, 5.872, 5.873, 5.874, 5.875, 5.876, 5.877 e 5.878/2020, de autoria do Poder Executivo, e o Projeto de Lei Complementar nº 370/2020, de autoria do Vereador Wilson Tabalipa, para ciência e análise.

Atenciosamente,
Eliane

13 anexos

-  **M 5871.doc**
150K
-  **PL 5871.doc**
154K
-  **M 5872.doc**
150K
-  **PL 5872.doc**
157K
-  **M 5873.doc**
150K
-  **PL 5.873.doc**
154K
-  **M 5874.doc**
149K
-  **PL 5874.doc**
156K
-  **PL 5.875.doc**
107K
-  **PL 5876.docx**
193K
-  **PL 5877 - convênio com a JBS SA.doc**
101K
-  **PL 5878.docx**
194K
-  **PLC 370.docx**
96K

EM BRANCO

EM BRANCO

EM BRANCO

100/20
Jo
f

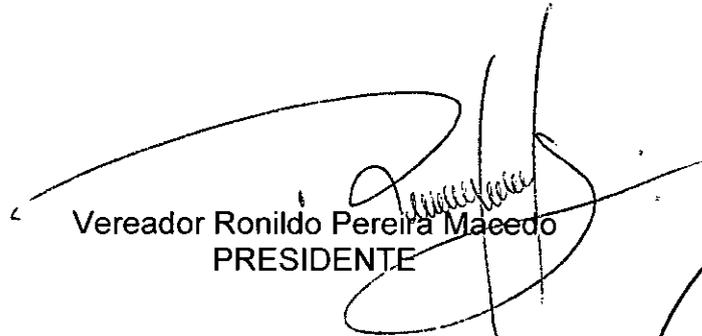
PROCESSO LEGISLATIVO Nº 100/2020

Despacho 01

Encaminho o **Projeto de Lei Complementar nº 370/2020**, à **COMISSÃO DE OBRAS, SERVIÇOS PÚBLICOS, AGRICULTURA, MEIO AMBIENTE, TRANSPORTE, TRÂNSITO, TERRAS, INDÚSTRIA E COMÉRCIO**, para emissão de parecer na forma regimental, no prazo de 10 (dez) dias, em obediência ao artigo 52, *caput*, *cl*c o artigo 184, ressalvado o disposto no artigo 56, §§ 1º e 2º, e de acordo com os artigos 45, 47 e 51 da Resolução nº 030/2020.

Após, encaminhem-se os autos à **COMISSÃO DE CONSTITUIÇÃO, JUSTIÇA E REDAÇÃO**, para análise e emissão de parecer no prazo de 10 (dez) dias, na forma dos artigos 43, 49 e 52 do Regimento Interno.

Em 19 de maio de 2020.


Vereador Ronildo Pereira Macedo
PRESIDENTE

EM BRANCO

M BRANCO

EM BRANCO



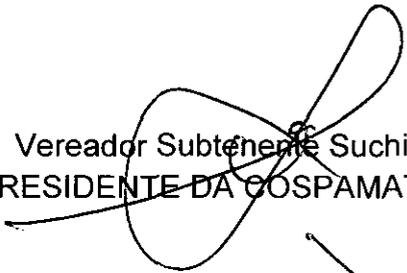
PROCESSO LEGISLATIVO Nº 100/2020

Despacho 02

Diretoria Jurídica

Solicito análise e parecer no Projeto de Lei Complementar nº 370/2020.

Em 19 de maio de 2020.


Vereador Subtenente Suchi
PRESIDENTE DA GOSPAMATIC

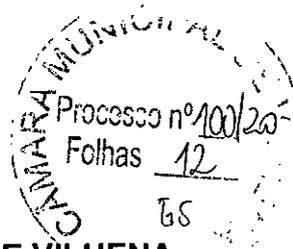
EM BRANCO

BRANCO

EM BRANCO



ESTADO DE RONDÔNIA
PODER LEGISLATIVO
CÂMARA DE VEREADORES DO MUNICÍPIO DE VILHENA
PALÁCIO VEREADOR NADIR ERENO GRAEBIN
DIRETORIA JURÍDICA



Processo Legislativo n.º: 100/2020

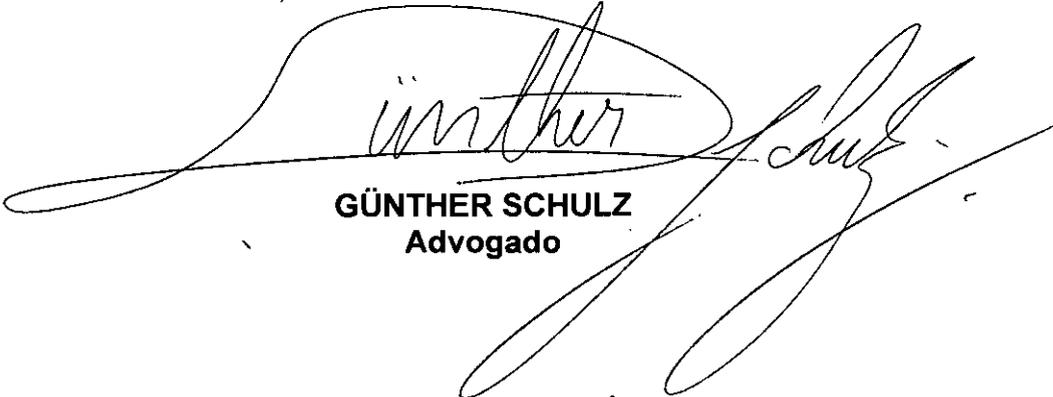
Despacho n. 03

De: Diretoria Jurídica
Para: Diretoria Legislativa

Devolvo o presente feito e sugiro a sua devolução ao nobre autor da proposição legislativa para que anexe pesquisas (da internet ou de outras fontes) que respaldem as informações contidas na justificativa de fl. 04 e evidenciem a importância da alteração legislativa.

Esclareço, para todos os efeitos, que essas informações visam melhor instruir os autos, propiciando uma análise mais acurada e cautelosa da constitucionalidade e da legalidade do projeto de lei, bem como visam contribuir para o convencimento dos demais membros do Poder Legislativo acerca da apreciação do mérito da proposta legislativa.

Vilhena/RO, 25 de maio de 2020.


GÜNTHER SCHULZ
Advogado

EM BRANCO

EM BRANCO

EM BRANCO

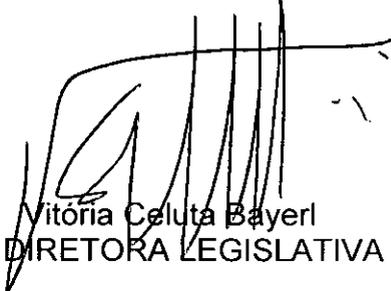


ESTADO DE RONDÔNIA
PODER LEGISLATIVO
CÂMARA DE VEREADORES DO MUNICÍPIO DE VILHENA
PALÁCIO VEREADOR NADIR ERENO GRAEBIN
DIRETORIA LEGISLATIVA

MEMORANDO nº 051/2020/DL-CVMV
25 de maio de 2020.

De: Diretoria Legislativa
Para: Gabinete do Vereador Wilson Tabalipa

Encaminho o **Despacho nº 03/2020**, da Diretoria Jurídica desta Casa, referente ao **Projeto de Lei Complementar nº 370/2020**, para conhecimento e providências.


Vitória Celuta Bayerl
DIRETORA LEGISLATIVA

*Recebido
25/05/2020
Silva*

EM BRANCO

EM BRANCO

EM BRANCO



ESTADO DE RONDÔNIA
PODER LEGISLATIVO
CÂMARA DE VEREADORES DO MUNICÍPIO DE VILHENA
PALÁCIO VEREADOR NADIR ERENO GRAEBIN
GABINETE VEREADOR WILSON TABALIPA



Memorando nº 09/2020-GABVWT

Vilhena (RO), 2 de junho de 2020.

De: Gabinete Vereador Wilson Tabalipa
Para: Diretoria Legislativa

*À Diretoria Jurídica
P/ análise e parecer.
Em, 03/06/2020*

Vitória Celuta Bayerl
Diretora Legislativa

Em resposta ao memorando nº 051/2020/DL, encaminho as informações solicitadas no Despacho nº 03/2020 da Diretoria Jurídica, referente ao Projeto de Lei Complementar nº 370/2020.

Atenciosamente,

Wilson Deon Tabalipa
Wilson Deon Tabalipa

CÂMARA MUNICIPAL DE VILHENA
DIRETORIA LEGISLATIVA

DATA: 03/06/2020
HORA: 13:55

Ailcy P. Brito
Assessora de Apoio Legislativo
Diretoria Legislativa



**WILSON
TABALIPA**
Honestidade e Justiça

Av. Tancredo Neves, 311, Jardim América, Vilhena (RO)
(69) 3322-4333 / (69) 98453-0158
wilsontabalipa@hotmail.com

EM BRANCO

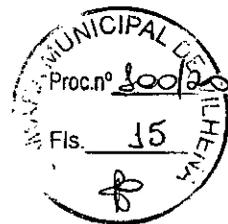
CMVM
Diretoria Legislativa
Avenida Celso Lages

EM BRANCO

Handwritten signature

EM BRANCO

Faint stamp or text



Fontes de Pesquisa:

Novo Código de Posturas do Município de Niterói – RJ.
Seção IV – Das Bancas de Jornal e Revistas, Subseção I – Da Permissão de Uso.
Artigos 125 e 126 sobre o que pode ser comercializado (alterados pela Lei 3.475/2020).
Link abaixo:

<https://leismunicipais.com.br/a/rj/n/niteroi/lei-ordinaria/2008/262/2624/lei-ordinaria-n-2624-2008-institui-o-novo-codigo-de-posturas-do-municipio-de-niteroi-e-da-outras-providencias>

Projeto de Lei Complementar nº122/2019, de Cubatão –SP, que acresce ao Capítulo III da Lei Complementar nº75, de 06 de novembro de 2013, a Seção II e o artigo 42-A, que dispõe sobre como as bancas de jornal e revista podem funcionar e o que podem comercializar.

<https://www.cubatao.sp.leg.br/processo-legislativo/projetos-de-lei/arquivos/pl-2019/plc1222019>

Lei 14.633, de 14 de abril de 2015, dispõe sobre permissão para o funcionamento das bancas de jornal e revistas no Município de Curitiba, o artigo 3º especificamente versa sobre o que pode ser comercializado nas bancas.

<https://leismunicipais.com.br/a/pr/c/curitiba/lei-ordinaria/2015/1463/14633/lei-ordinaria-n-14633-2015-dispoe-sobre-permissao-para-o-funcionamento-das-bancas-de-jornais-e-revistas-no-municipio-de-curitiba-e-da-outras-providencias>

Lei Complementar nº 135, de 29 de setembro 2005, dispõe sobre a permissão para a instalação de bancas, bem como o que estão autorizadas a comercializar.

<https://leismunicipais.com.br/a/sp/o/osasco/lei-complementar/2005/14/135/lei-complementar-n-135-2005-dispoe-sobre-permissao-para-instalacao-de-bancas-de-jornais-e-revistas-em-logradouros-publicos-2005-09-29-versao-original>

Projeto **A Gente Banca** do Banco Santander para reformar e reinventar as bancas de jornal e revistas, segundo a propaganda do banco o mercado editorial encolheu 21% nos últimos três anos, 77% dos brasileiros leem notícias pelo celular, a modernização das bancas proporcionará novos postos de trabalho e renda.

<https://www.santander.com.br/campanhas/agentebanca?qclid=CjwKCAjw2a32BRBXEiwAUcugiE2ZN2vSNL8yCpwO2XikQQtLRotX4ndWX4MOqBIMUCDrVXdH0T0jDhoC7hUQAvD BwE>

Decreto nº 22.709 de 5 de setembro de 1986, que regulamenta a Lei10.072 de 9 de junho de 1986, de São Paulo, sobre a instalação das bancas de jornais e revistas, exposto no artigo 38, incisos I e II o que poderá ser comercializado pelas bancas.

<https://leismunicipais.com.br/a/sp/s/sao-paulo/decreto/1986/2270/22709/decreto-n-22709-1986-regulamenta-a-lei-n-10072-de-9-de-junho-de-1986-que-dispoe-sobre-a-instalacao-de-bancas-de-jornais-e-revistas-em-logradouros-publicos-e-da-outras-providencias>

Reportagem da Comunicação da Câmara Municipal de São Paulo. Em anexo.

http://www.saopaulo.sp.leg.br/apartes-antiores/wp-content/uploads/sites/9/2017/03/revista_apartes_dezembro13_42a43.pdf

EM BRANCO

EM BRANCO

EM BRANCO



Lei Municipal nº 1.017 de 28 de agosto de 1989, de Diadema-SP, que dispõe sobre a instalação de bancas de jornal e revistas, onde no artigo 13º determina os direitos dos permissionários do que pode ser comercializado.

http://www.cmdiadema.sp.gov.br/legislacao/leis_integra.php?chave=101789

Artigo sobre a mudança comportamental do consumidor em relação às bancas de jornal e revista na cidade de Montes Claros –MG, artigo com o título **DE BANCAS DE JORNAL À LOJA DE CONVENIÊNCIA: ANÁLISE DA ADAPTAÇÃO ÀS PERSPECTIVAS DO MERCADO.**

http://revistahumanidades.com.br/arquivos_up/artigos/a108.pdf

<http://www.metodista.br/rronline/noticias/cidades/2016/bancas-agora-podem-vender-de-tudo>

Youtube – TV Brasil – Banca de jornal torna-se loja de conveniência – 23/08/2018 – Jornal Gazeta.

Youtube – TV Câmara São Paulo – Projeto Estimula as Bancas de Jornal.

Youtube – TV Brasil – Bancas de Jornais e Revistas correm o risco de desaparecer.

Youtube – Jornal Gazeta – Bancas de Jornal viram *shopping* de calçada – 8/05/2017.

Youtube – TV Ponta Verde SBT Maceió – Inovação de uma banca de revistas.

Youtube – Puc TV Goiás – Bancas de jornais e revistas vendem tudo – 23/09/2013.

EM BRANCO

EM BRANCO

EM BRANCO

Bancas de "jornais" agora podem diversificar produtos para venda

Decreto municipal de São Bernardo amplia itens e regulariza comercialização de produtos

Publicado em 16/06/2016 16h06

Última atualização em 05/12/2016 15h52

27

23



Segundo jornaleiros, não é mais comum as pessoas irem até a banca para se informar - Foto: João Souza/RRO

JOÃO SOUZA Da Redação*

O Decreto Municipal 19647/2016 assinado pelo prefeito Luiz Marinho e pelo ex-secretário de Coordenação Governamental e Serviços Urbanos Tarcisio Secoli, no dia 31 de maio, amplia os itens vendidos em bancas de jornal na cidade de São Bernardo.

Agora, além de livros, revistas e jornais, as bancas também podem vender acessórios para celular, artigos de papelaria de pequeno porte, brinquedos, doces e salgados industrializados, imprimir fotos digitais, fazer cópias de chaves, entre outras coisas.

A prefeitura informou, por meio de nota, que a medida pretende regulamentar as bancas que já vendem estes

itens e facilitar o acesso da população a determinados produtos e serviços, além de incrementar os negócios dos comerciantes.

O jornaleiro Luiz Ignácio Martins, 66, que tem a "Banca do Luizão" na avenida Doutor Rudge Ramos desde 1964, comenta que hoje em dia é muito mais difícil vender apenas jornais e revistas, e que não é mais comum as pessoas irem até a banca para se informar por causa da Internet, mas depois da aprovação pretende comercializar outros produtos, mas que isso exige investimento.

Martins completa sua renda com a aposentadoria, pois recebe apenas uma parcela da venda dos jornais e revistas, que é consignada, ou seja, recebe pelo que vende, e diz que a oportunidade de diversificar mais itens pode ajudar seus colegas de profissão. "Tem locais em que os camaradas podem vender capinha de celular para ganhar mais dinheiro. Das editoras e dos jornais você ganha só 30% das vendas."

O dono da "Banca Caminho do Mar", Cícero Nicodênio Araújo de Vasconcelos, 32, acompanhou a assinatura do decreto no Paço Municipal. Ele comenta que as vendas mudaram em apenas um ano e que já viu a fiscalização da prefeitura retirar uma geladeira de uma banca. "Isso aí [a aprovação] foi legal porque, pelo menos, agora você vai vender sem correr aquele risco da fiscalização chegar e tirar. Eu, por trabalhar nessa área, achei uma boa ideia."

Licença

EM BRANCO

EM BRANCO

EM BRANCO

Vasconcelos também conta que muitos jornaleiros apenas vendem jornais para manter a licença, pois o que mais são vendidos são outros produtos. “No centro de Santo André tem uma banca só de salgadinhos e balas. Então você tem o jornal e revista para manter, porque se não tiver, é claro que os caras vão tirar você.”

Enquanto a reportagem estava com ele, durante 15 minutos, foi comprado um chip de celular e uma embalagem de cigarro. Vasconcelos disse que esses são os produtos mais procurados. “Cigarro e recarga de celular é 3% [de lucro]. Quando uma pessoa vem fazer a recarga, ela compra uma bala e uma coisa chama outra. Se for só livro e revista, esquece.”

Mas a medida não afeta todos os donos de bancas. Manuel Ferreira Lima, 73, que tem a banca no terreno do supermercado Extra na avenida Caminho do Mar desde 82, não sofre influência nas determinações da prefeitura, pois não fica na calçada. “A prefeitura não pode intervir tanto nessa parte porque eu não estou na calçada. Eu não poderia colocar uma geladeira lá fora, se a banca fosse na rua.”

Lima acredita que a medida vai ajudar a manter a funcionalidade das bancas de jornal da cidade. “Muito jornaleiro estava fechando, e se eles não dessem essa opção, iam sobrar poucos. Agora não, porque você coloca para vender coisas paralelas. A gente coloca alguma coisas, por exemplo, doces, chocolate, pilha, CD, óculos, água e refrigerante.”

Veja outros textos mais lidos

Alunos da Metodista realizam atendimentos odontológicos gratuitos para pacientes com câncer

Depressão no trabalho é considerada o mal do século

Atendimento ao Trabalhador em Santo André muda de endereço

Jogo para celular ajuda a aprender libras

Microempreendedor do ABC investe em marca de roupas underground

Ciclismo noturno no ABC é opção de lazer e saúde

***Esta reportagem foi produzida por estagiários da Redação Multimídia da Universidade Metodista de São Paulo**



Sobre o Jornal

Equipe

Versão Digital do Rudge Ramos Jornal

Fale Conosco

Áudios

Notícias

Vídeos

EM BRANCO

EM BRANCO

EM BRANCO

COMÉRCIO

Banca de jornal, bebida, eletrônicos...

Lei aprovada na Câmara
amplia rol de produtos
oferecidos em bancas

Sândor Vasconcelos | sandor@camara.sp.gov.br

A partir de novembro, os donos das cerca de 3.500 bancas de jornal de São Paulo podem ampliar a lista de produtos e serviços oferecidos por seus estabelecimentos, graças à Lei 15.895/2013, cujo projeto foi idealizado pelo presidente da Câmara Municipal de São Paulo, José Américo (PT), e sancionado pelo Executivo.

Segundo Américo, a iniciativa tenta corrigir uma injustiça, já que as bancas enfrentam a concorrência de, por exemplo, supermercados e lojas de conveniência, que podem vender jornais e revistas sem restrição.

O que pode

Com a nova lei, as bancas podem comercializar:

- Refrigerante, água mineral, isotônico, energético, suco industrializado, bebidas à base de soja e de café, chá em lata, água de coco, bebidas lácteas, iogurte líquido e natural, leite fermentado e outras bebidas não alcoólicas em embalagem de até 600 ml;
- Doces industrializados e biscoitos salgados de até 200 gramas e sorvetes em embalagens descartáveis individuais;
- Artigos eletrônicos de pequeno porte, como pen drives, mídias, reprodutores de mídia, jogos de videogame, fones de ouvido, mouse, carregadores de celulares, cartuchos e toner para impressoras, cadeados, capas de chuva, guarda-chuvas e outros produtos de pequeno porte do segmento;
- Artigos de papelaria, como papel sulfite A4 (folhas individuais), papel de presente, envelope, caderno, agenda, calendário, cola escolar, pasta, fita e bloco

Comunicar
Câmara M



EM BRANCO

EM BRANCO

EM BRANCO



ESTADO DE RONDÔNIA
PODER LEGISLATIVO
CÂMARA DE VEREADORES DO MUNICÍPIO DE VILHENA
PALÁCIO VEREADOR NADIR ERENO GRAEBIN
DIRETORIA JURÍDICA



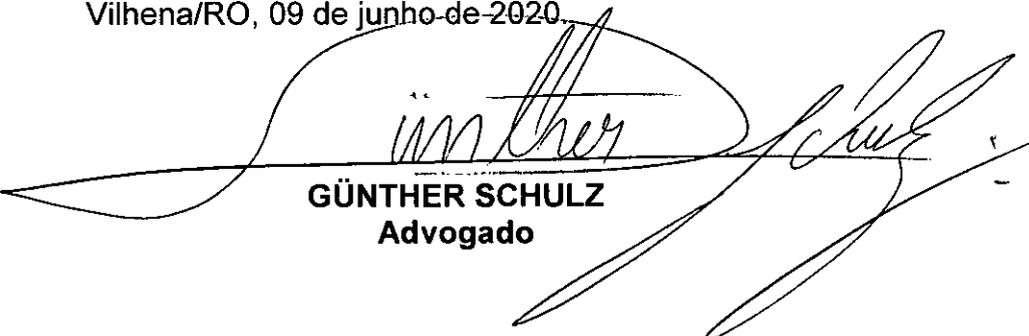
Processo legislativo n. 100/2020

CERTIDÃO

Certifico que juntei adiante cópia do artigo científico mencionado na fl. 16 (http://revistahumanidades.com.br/arquivos_up/artigos/a108.pdf) que se mostra útil para a instrução dos autos.

Era o que havia para certificar.

Vilhena/RO, 09 de junho de 2020.


GÜNTHER SCHULZ
Advogado

EM BRANCO

EM BRANCO

EM BRANCO

**DE BANCAS DE JORNAL À LOJA DE CONVENIÊNCIA: ANÁLISE DA ADAPTAÇÃO
ÀS PERSPECTIVAS DO MERCADO**

**FROM NEWSSTANT TO THE CONVENIENCE STORE: ANALYSIS OF
ADAPTATION TO MARKET PERSPECTIVES**

*Indinayara Francielle Batista Gouveia¹
Brunon Braga²
Luciana Silva Fonseca³
Elpidio Rodrigues da Rocha Neto⁴*

RESUMO

A proposta deste artigo é analisar a mudança comportamental do consumidor e do mercado de bancas de jornal como fonte de leitura, e como têm decorrido tais adaptações na cidade de Montes Claros (MG). A partir de um trabalho com fundamentos na investigação e apuração jornalísticas, foram extraídas informações mediante pesquisa em artigos científicos, organizações e profissionais que trabalham de forma direta com o produto analisado, com a finalidade de se destacar a importância do segmento para a sociedade como fonte de cultura e informação, suas transformações com o passar dos anos e evolução tecnológica dos meios de comunicação. Neste sentido, observamos que novas fórmulas foram criadas para atrair o público a consumir alguns produtos através de associações com um custo-benefício atrativo, como brindes de produtos de beleza associados a publicações femininas ou objetos de colecionador. Bebidas alcoólicas, itens de *bomboniere*, recarga para celular entre outros ligados ao consumo de conveniência se tornaram elo para levar quem frequenta esse ambiente a consumir algum item de leitura, que em sua maioria são veículos jornalísticos de baixo custo e textos rasos. Por fim, isso permite expor de forma específica e consistente o caminho natural para que as bancas de jornal se tornem lojas de conveniência.

Palavras-Chave: Bancas de Jornal. Mercado. Consumidor.

ABSTRACT

This article proposes the analysis of consumer behavioral change and newsstand market as the reading source, and as such adaptations have taken place in Montes Claros city (MG). From work with foundations in research and journalistic investigation, we get information through research papers, organizations and professionals working directly with the product analyzed, in order to highlight the importance of the sector to society as a source of culture and information, its transformations over the years and technological developments of the media. Thereby, we observe that new formulas are designed to attract the public to consume some products through associations with an attractive cost-effective, as beauty products for gifts associated with women's publications or collectible. Alcoholic beverages, *bomboniere* items, recharge mobile and others linked to the consumption of convenience became link to bring those attending this environment to consume any item read, which are mostly journalistic vehicles inexpensive and shallow texts. Finally, it allows you to expose specific and consistently natural way for newsstand become convenience stores.

Keywords: Newsstand. Market. Consumer.

¹ Graduanda do Curso de Comunicação Social – Jornalismo (FUNORTE). E-mail: <indigouveia@gmail.com>.

² Graduando do Curso de Comunicação Social – Jornalismo (FUNORTE). E-mail: <vjbrunon@hotmail.com>.

³ Mestre em Desenvolvimento Social (UNIMONTES), Graduada em Jornalismo. Docente (FUNORTE). E-mail: <lu_sfonseca@yahoo.com.br>.

⁴ Especialista em Docência do Ensino Superior com ênfase em Gestão Educacional pelo ISEMOC - SOEBRAS, Graduado em Jornalismo (UFMG). Docente (FUNORTE). E-mail: <elpidiorochaneto@gmail.com>.

EM BRANCO

INTRODUÇÃO

Mudanças para sobreviver no mercado são uma característica de diversos negócios que buscam consolidar o seu espaço no meio em que atuam. A partir da teoria da ecologia organizacional, busca-se entender como esses negócios, que existem como organizações, comportam-se em um ambiente de seleção, o qual determina quem está apto a existir. Em outras palavras, o que essa teoria faz é uma comparação das organizações com a teoria Darwiniana, que versa sobre a adaptação das espécies ao meio, como forma de sobrevivência. Baseado nisso, parte-se da ideia de que as bancas de jornal, como organização, agem como uma espécie que, para continuar a existir, se adapta para atender as novas perspectivas de mercado.

Buscou-se investigar quais são as causas e os efeitos das mudanças ocorridas no perfil das bancas de jornal em função das perspectivas do mercado. A partir desse ponto, será analisada a evolução histórica das bancas de jornal, suas adaptações para sobrevivência no mercado, e também as influências das novas tecnologias da comunicação na mudança de perfil desses estabelecimentos e dos receptores da informação, para depois realizar um estudo de caso em Montes Claros, de modo que se trace o perfil das bancas na cidade.

Para a elaboração deste trabalho, foi traçado um roteiro que serviu como guia para os encaminhamentos da pesquisa. A metodologia usada consiste em pesquisa qualitativa, na medida em que se busca o aprofundamento da compreensão de uma organização e suas relações com o meio. Além disso, utilizou-se o método exploratório, com o objetivo de proporcionar maior familiaridade com o problema, tornando-o mais explícito e construindo hipóteses que o expliquem. Sendo assim, foram utilizados para compor a pesquisa: (a) levantamento bibliográfico; (b) entrevistas com pessoas que tiveram experiências práticas com o problema pesquisado (jornaleiros e consumidores); e (c) análise de caso que auxiliam a compreensão (estudo das bancas de jornal).

Parte-se da hipótese que a razão das bancas de jornal se adaptarem seja graças ao espaço que as novas mídias estão ganhando, espaço este que antes era dos meios de comunicação impressos, havendo a partir daí uma convergência de veículos que resulta na redução de leitores com a migração destes para a web.

No primeiro tópico deste trabalho conceitua-se a banca de jornal como organização, a partir da teoria da ecologia organizacional e abre-se uma subseção para aprofundamento e contextualização das bancas no mercado.

Foi feito no segundo tópico deste trabalho um estudo histórico das bancas de jornal de modo geral, sua configuração no contexto urbano-social, e uma análise das transformações pelas quais elas passam no decorrer dos anos, levando a constituição de um novo perfil de banca.

EM BRANCO

No terceiro tópico, foi feita uma breve análise da influência das tecnologias no modo de se transmitir informação, bem como no modo de recepção dessa informação.

O estudo de caso se encontra no quarto e último tópico deste artigo, para isso foi feita uma análise nas bancas de jornal da cidade de Montes Claros, e foram coletadas entrevistas de três jornaleiros. A escolha desses profissionais se deu devido ao dia de funcionamento (domingo) e à região central em que estavam localizados. O dia de funcionamento foi importante na escolha devido ao fato de domingo ser um dia tranquilo em comparação aos outros dias da semana, no intuito de deixar o jornaleiro mais confortável no momento da entrevista, entendendo que o fluxo de clientes seria menor que na semana. O fato de a escolha ser pela região central é devido ao fluxo de pessoas durante os dias por ser uma área de comércio e área estudantil, tendo no seu espaço escolas particulares e públicas.

A importância desta pesquisa se dá em função da necessidade de aprofundamento neste tema, visto que a literatura científica se mostra insuficiente diante do assunto. Além disso, é importante compreender como tal tipo de empreendimento (bancas) influencia na produção dos veículos jornalísticos impressos e, também, na atuação do profissional da comunicação.

A BANCA DE JORNAL COMO ORGANIZAÇÃO: UMA LEITURA A PARTIR DA TEORIA DA ECOLOGIA ORGANIZACIONAL

As bancas de jornal consistem em "um espaço que é cedido e regulado pelo poder público, sendo que seu usufruto sucede por comerciantes individuais. Esta atividade é licenciada e fiscalizada pela prefeitura e deve seguir uma legislação específica" (SILVA; FIQUEIREDO; SANTOS, 2014, p. 85).

De acordo com o manual "Comece certo" desenvolvido pelo Serviço de Apoio a Micro e Pequena Empresa – SEBRAE, a atividade exercida pela banca de jornal:

Caracteriza-se pela exposição e comércio de jornais, revistas, livros culturais, guias e mapas; álbuns e figurinhas; figurinos; almanaques; fascículos e coleções; opúsculos de leis; envelopes e papéis de carta; cartões postais e comemorativos de eventos; folhetos; adesivos; cartazes e "posters" com motivos artísticos, científicos, esportivos e históricos; filmes fotográficos; discos, fitas cassete, de vídeo, CDs de áudio, CD-ROM, DVD, desde que encartados em publicações, cartões e fichas telefônicas, bilhetes de ônibus e de metrô, cartões de zona azul, podendo ainda alternativamente comercializar: doces, balas, goma de mascar, bombons e chocolates. (SEBRAE, 2010, p. 06).

Essa atividade nem sempre foi assim, um exemplo disso pode ser percebido na Lei nº 10.072, de 09 de junho de 1986, do estado de São Paulo, cujo texto determinava que fosse permitido apenas "expor e vender jornais, revistas, livros culturais, guias, figurinos, almanaques, opúsculos de leis, outras publicações de interesse público e cartões postais", sendo que a qualquer

EM BRANCO

De bancas de jornal à loja de conveniência: análise da adaptação às perspectivas do mercado

outro produto que não se encaixasse nessa descrição era vedado o comércio. Essa mudança se deu com o decreto nº 40.184, de 26 de dezembro de 2000, que passou a permitir a venda de alguns produtos comestíveis embalados industrialmente, de forma que esses produtos incentivassem a venda dos artigos principais.

A partir dessa alteração, nota-se a ação da “Teoria da Ecologia Organizacional” de Michael T. Hannan e John Freeman (1977), que aborda o desenvolvimento e a evolução das organizações, bem como suas relações com o ambiente externo, sobretudo, no que se refere às adaptações das organizações perante as transformações provocadas no ambiente em que estão inseridas e o modo como elas respondem a essas transformações.

Tal teoria relaciona o mercado empresarial com a teoria de Darwin da seleção das espécies. As organizações se adaptam ao meio como as espécies fazem para sobreviver. No contexto desta pesquisa, pensou-se na banca de jornal como uma espécie (ou organização), visto que elas são selecionadas pelo meio ambiente, tendo a sua sobrevivência determinada por esse fator, ou seja, reforça-se a importância de enxergar o ambiente como um fator essencial para o sucesso ou fracasso de uma organização (HANNAN; FREEMAN, 1988 *apud* CARVALHO, 2002).

Donaldson aponta alguns aspectos importantes sobre a teoria da ecologia organizacional:

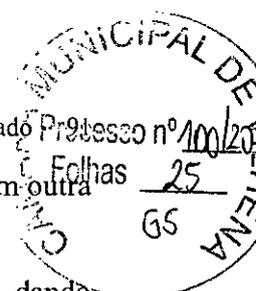
O ambiente externo é “proativo” e cabe aos gestores um papel passivo e de resistência quanto às mudanças impostas por este ambiente; b) o processo de seleção das organizações se desenvolve de uma forma supraorganizacional, o que retira dos gestores o status de principal agente na adaptação organizacional; c) levando em conta que são as populações de organizações que mudam, e não suas unidades, esta teoria não serve como uma teoria prescritiva no que concerne às atividades de adaptação organizacional; d) a utilização da teoria darwiniana nos estudos organizacionais deve ser feito com precaução, pois esta mostrou ter grande potencial para análise como metáfora. Contudo, alguns aspectos devem ser levados em conta como o fato das organizações não herdarem qualquer tipo de patrimônio genético de outras organizações. (DONALDSON 1995 *apud* SILVA; FIQUEIREDO; SANTOS, 2015, p. 83).

A partir dessa contextualização, as bancas de jornal serão analisadas como uma organização, passando a enxergar características que são semelhantes a todos os estabelecimentos desse tipo.

De acordo com Carvalho (2002), há cinco diferentes linhas de teoria e pesquisa no âmbito da Ecologia Organizacional trabalhada por Michael T. Hannan e John Freeman (1988 *apud* CARVALHO, 2002), sendo elas: 1) densidade populacional, que examina a competitividade das organizações afirmando que o crescimento no número de indivíduos significa um crescimento também na taxa de mortalidade; 2) idade das organizações, que analisa os efeitos da prematuridade sobre o potencial de falência; 3) turbulência ambiental, que analisa as taxas de mortalidade durante os períodos de crises políticas e revoluções, mudanças técnicas em indústrias e mudanças legais na regulamentação governamental; 4) generalismo e especialismo, que analisa as vantagens e desvantagens de estratégias de capacidade adaptativa em diversas condições possíveis e também as estratégias de adaptação para atender uma estreita faixa de condições. 5) interações entre

EM BRANCO

De bancas de jornal à loja de conveniência: análise da adaptação às perspectivas do mercado Populações, que analisa a relação do sucesso de sobrevivência de determinada população com outra organização.



Para análise das bancas de jornal, serão consideradas as linhas teóricas 3; 4; e 5, dando ênfase no modo como o ambiente interfere na sua adaptação ao longo da existência.

A EVOLUÇÃO HISTÓRICA DAS BANCAS DE JORNAL E SUAS ADAPTAÇÕES PARA SOBREVIVÊNCIA NO MERCADO

Segundo Viktor Chagas, as bancas passaram a fazer parte do cenário urbano brasileiro no século XIX, quando vendedores ambulantes de jornais passaram a se fixar em pontos específicos, utilizando caixotes de madeiras para comercializar as publicações impressas que levavam, sendo assim, o surgimento das bancas está associado com o início da profissão de jornaleiro. Antes do século XIX, “o comércio de periódicos passou não apenas por mascates, mas também por livreiros e editores que mantinham suas próprias lojas.” (CHAGAS, 2013, p. 28).

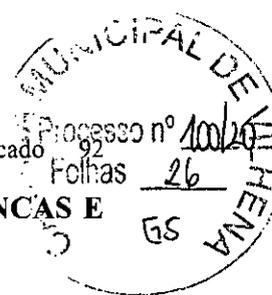
! Não havia venda avulsa. Esta foi iniciada pelo novo jornal, a 23 de janeiro de 1876: o ajudante de impressor Bernard Gregoire, tocando buzina nas ruas. A população achou aquilo um despautério, houve repulsa à iniciativa que levaria à ‘mercantilização da imprensa’ [segundo os críticos]. Não se percebia que tal mercantilização já havia sido inaugurada. Logo depois, entretanto, os outros jornais acompanharam a inovação: surgiram os jornaleiros, depois as bancas e os pontos, e a disputa dos pontos. (SODRÉ, 1966 *apud* CHAGAS, 2013, p. 31).

De acordo com o site do Sindicato dos Vendedores de Revista e Jornais (internet), a denominação das bancas é graças a Carmine Labanca, que montou o seu local de venda na cidade do Rio de Janeiro em 1876; julga-se que é pelo seu pioneirismo que os espaços de comercialização de artigos jornalísticos são conhecidos por bancas. As mudanças continuaram acontecendo em 1910, os caixotes se tornaram bancas de madeira e, nos anos 1950, ganharam estrutura de metal.

As transformações não pararam por aí, as bancas continuaram se adaptando para atender a necessidade de mercado. Uma pesquisa divulgada pela empresa de consultoria, especializada em pontos de venda, Toolbox, em 2009 e 2010, revelou que 52% das bancas pesquisadas nas grandes capitais do país vendem bebidas refrigeradas e 68% itens de *bomboniere*. “A pesquisa também revela que as bancas estão se adaptando para ter a capacidade de colocar refrigeradores, máquinas de fotocópia e até geladeiras de sorvete, agregando mais valor ao ponto de venda.” (MELLO, 2011).

O que se verifica diante dessa pesquisa é que as bancas de jornal caminham para se tornar lojas de conveniência.

EM BRANCO



AS NOVAS TECNOLOGIAS DA COMUNICAÇÃO E O NOVO PERFIL DAS BANCAS E DOS RECEPTORES DA INFORMAÇÃO

Além das mudanças no perfil das bancas de jornal, há também uma mudança no perfil do consumidor. Segundo Adghirni e Pereira (2011), a migração dos leitores para a web causou uma queda na receita das mídias convencionais. Tal fator fez com que as empresas de comunicação também se adaptassem para atender ao receptor da informação:

Os conteúdos das revistas na web são basicamente os mesmos da impressa, modifica-se o tamanho do texto. Na Internet, são textos curtos, objetivos e atualizados em tempo real. Diferente da revista eletrônica, a impressa tem um alto custo de publicação e produção. A rapidez do acesso, combinado com a facilidade de produção e de disponibilização, geram interesse nos usuários. Além disso, os leitores podem ler algumas matérias sem precisar comprar a revista na banca. (SANTOS, 2007, p. 26).

Nota-se uma reconfiguração no perfil do leitor referente às publicações de seu interesse. Pode-se perceber que os textos que passaram a interessar o receptor da informação são mais curtos e mais objetivos.

Rosental Calmon Alves explica que também o surgimento da tecnologia fez com que o leitor tivesse mais liberdade em buscar o assunto de interesse:

As tecnologias digitais permitem ao receptor das mensagens uma posição muito mais ativa, com muito mais opções para selecionar as mensagens que deseja receber. O receptor não se senta passivamente diante da TV ou não abre simplesmente um jornal ou uma revista para consumir as mensagens que os *gatekeepers* prepararam para ele naquela edição ou naquela hora. O receptor agora tem o controle, o poder de acessar uma infinidade de fontes, sem as barreiras de tempo e espaço que limitavam sua ação até o advento da web. (ALVES, 2006, p. 96).

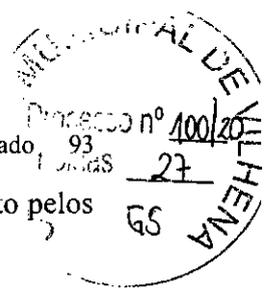
Em uma entrevista cedida em 2014, o jornalista Elpídio Rodrigues da Rocha Neto explica como a mudança nos meios de comunicação reflete nos novos interesses do leitor e na adaptação das bancas:

Ocorreu uma mudança muito grande nos meios de comunicação. Antes o jornal que mais possuía qualidade informativa era o impresso, hoje toda essa qualidade está na internet. Nos anos 90 aquelas revistinhas em quadrinho, por exemplo, vendiam em torno de 250 mil exemplares, hoje se elas venderem 10 mil é muito, até porque a opção ficou muito maior e você ainda tem a alternativa de não trabalhar com o formato físico. É possível ler o scanner, baixar a versão online e ter no seu celular ao invés de carregar em baixo do braço. Isso acabou muito com o ponto de encontro e ponto de referência que as bancas eram. (ROCHA NETO, 2014, entrevista).

O que se percebe é a preferência do leitor por uma informação mais rápida e que possa ser manuseada em aparelhos eletrônicos. Pesquisa feita pela Secretaria de Comunicação Social da Presidência, em 2014, revelou que 47% da população brasileira preferem se informar pela internet, foram entrevistadas 18 mil pessoas no país. A parcela da população que lê jornais e revistas impressos representa 25% e 15%, respectivamente.

EM BRANCO

De bancas de jornal à loja de conveniência: análise da adaptação às perspectivas do mercado



Outra pesquisa que mostra a queda da preferência por veículos impressos e o aumento pelos digitais foi feita pelo Instituto Verificador da Comunicação:

As assinaturas cresceram 7,5% de um período para outro, passando de 2.201.317, em 2013, para 2.367.205 no ano passado. As vendas avulsas diminuíram 7,6% (2.192.117 para 2.025.364) e as edições digitais mais que dobraram de um ano para outro, 118% (500.370 no ano passado, ante 228.944 no ano anterior). Esses números mostram como é cada vez maior a participação das edições digitais no total de circulação. Ela passou de 5,2% para 11,4%, com pico de 15,1% em dezembro. (IVC, 2015).

Diante disso, o que se conclui é que a população caminha para o ambiente virtual, deixando aos poucos de consumir exemplares impressos.

UM ESTUDO DE CASO: BANCAS DE JORNAL DE MONTES CLAROS E SUA CONFIGURAÇÃO NO ESPAÇO URBANO/COMERCIAL DA CIDADE

Na cidade de Montes Claros não existe nenhuma lei que regulamente o tipo de produto vendido em uma banca de jornal. A regulamentação municipal existente se refere à instalação desses espaços no cenário urbano da cidade, como pode se verificar na Seção III, Art. 12 da Lei Nº 3.745, de 05 de junho 2007.

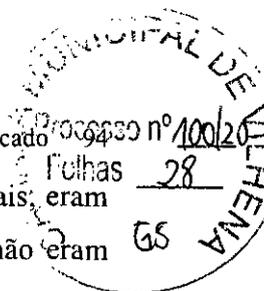
A instalação de mobiliário urbano nos passeios públicos, tais como telefones públicos, caixas de correios, cestas de lixo, bancas de jornais e revistas, fiteiros, quiosques e outros, não deverá bloquear, obstruir ou dificultar o livre trânsito dos pedestres, em especial as pessoas com deficiência, o acesso de veículos, nem a visibilidade dos motoristas na confluências das vias. (BRASIL, 2007, s.p.).

Informações colhidas indicam que a primeira banca de jornal em Montes Claros foi fundada na década de 1950, na Praça Doutor Carlos Versiani, localizada no centro da cidade. Tal banca permanece no mesmo lugar até hoje, ano de 2015; no entanto, houve uma adaptação nos produtos comercializados. Segundo Charles Luiz Rocha (2015), jornalista que trabalha nessa banca há 16 anos, o fundador da banca e barbeiro, Sebastião Mendes, vendia jornais e revistas na barbearia e depois disso teve a ideia de fundar o que seria a primeira banca de jornal e revistas em Montes Claros. Inicialmente, o que era comercializado no local eram apenas produtos informativos e fichas telefônicas; o que mudou no decorrer do tempo, quando surgiu a necessidade de agregar outros produtos para servir como atrativo para as pessoas consumirem jornais e revistas.

Às vezes uma pessoa chega para comprar uma água e vê uma revista exposta com um assunto que ele está querendo se aprofundar e acaba levando o produto sem ter vindo com essa intenção. Esses produtos acabam atraindo as pessoas mais que as próprias revistas e os jornais (ROCHA, 2015, entrevista).

O que também não foi diferente com a banca de jornal da jornalista Rita Melo, localizada na Praça Doutor João Alves. Melo (2015) explica que comprou a banca há 20 anos e no início

EM BRANCO



De bancas de jornal à loja de conveniência: análise da adaptação às perspectivas do mercado mantinha os produtos que eram comercializados pelo antigo dono: além de revistas e jornais, eram vendidos cartões telefônicos. Com o tempo, decidiu comercializar outros produtos que não eram informativos; assim, instalou em seu ponto uma *bomboniere*, freezer para bebidas e reservou um espaço em sua vitrine para comercialização de cigarros.

Antes você comprava uma revista para conseguir alguma informação, hoje você só olha a capa, vê a chamada que interessa e procura a informação na internet. Se não tiver motivação pra levar o produto, ele vai ficar encostado aí até a informação ficar velha. Fica parecendo que a banca é uma biblioteca que a pessoa entra pra procurar alguma coisa e sai sem consumir. Se não tivesse os produtos comestíveis, a gente não iria ter vendas; isso funciona até pra agregar valor na mercadoria. (MELO, 2015, entrevista).

Outra banca localizada na Praça Coronel Ribeiro apresenta a mesma configuração. No entanto, desde a sua instalação na praça já comercializava produtos industrializados juntamente com os produtos jornalísticos. Geraldo Soares de Oliveira (2015), jornalista e fundador da banca, resolveu montar o seu negócio no ano de 1978. Para ele, a venda de produtos de *bomboniere* e bebidas atrai os consumidores que, à procura desses itens, acabam se interessando posteriormente por revistas e jornais.

Os estudantes vêm à procura de bala, refrigerantes e acabam se interessando por uma revista e acabando substituindo o item que veio comprar ou levando os dois. Essas coisas atraem as pessoas e a medida que surgem novas demandas, vou acrescentando novos produtos. Mas desde que iniciei com a banca já trazia esse diferencial. (OLIVEIRA, 2015, entrevista).

No entanto, os três jornalistas entrevistados afirmam que as vendas das bancas caíram muito com o passar do tempo e acreditam que essa queda se tornou mais evidente com o surgimento da tecnologia. O que reforça a importância de trabalhar com a comercialização de produtos que agreguem valor nos informativos. “As vendas começaram a cair muito com as coisas que vêm acontecendo com o país, a crise, o surgimento da tecnologia. Antes tinha mais leitores, não tem nem comparação a quantidade de pessoas que vinham no início da banca para as que vêm hoje” (OLIVEIRA, 2015, entrevista).

Além de atitudes que partem dos próprios jornalistas, Melo (2015, entrevista) cita a importância dos veículos de comunicação pensarem nessa alternativa: “Às vezes a pessoa compra uma revista ou um jornal pelo brinde que vem com ela, não necessariamente pela informação, já que é possível adquiri-la pela internet”. Nota-se que as empresas de produção de notícias também vêm se adaptando às novas condições de mercado. Outra adaptação que se pode verificar é a redução no tamanho dos exemplares. Muitas revistas têm se tornado itens de bolsa para poderem ser manuseadas em qualquer situação.

Outro ponto em comum aos comércios das três bancas são os períodos de maiores vendas, principalmente os momentos de crises políticas, ideológicas e ambientais, quando, segundo os

EM BRANCO

Processo nº 100/2015
Folhas 29
GS

De bancas de jornal à loja de conveniência: análise da adaptação às perspectivas do mercado

jornaleiros, a sociedade se interessa pela informação impressa por apresentar uma cobertura maior. O início de ano letivo e lançamentos de manuais de concurso e vestibulares também aquecem as vendas.

Em períodos que não contemplam essas crises e especificidades, todos concordam que a população só se interessa por produtos que permitem uma leitura rápida e que possuem uma abordagem superficial, como também os que abordam temas voltados para resumos de novelas e fofocas - características de produtos menos volumosos e com preços mais acessíveis (valores até R\$ 3,00). De acordo com Melo (2015, entrevista): “As pessoas de hoje só se interessam por tópicos, essas revistas e jornais que resumem e não explicam o porquê são as que mais saem. Elas reproduzem superficialmente os acontecimentos, além de trazer fofocas sobre artistas e resumos de novelas”.

Esse fator reforça a importância de agregar outros produtos com as vendas, já que o interesse por produtos impressos é cada vez menor. A opinião dos comerciantes sobre como será o futuro das bancas, confirma a ideia de que cada vez mais as bancas de jornal caminham para se tornar lojas de conveniência, as quais vão ter que adicionar ao seu comércio uma lista de variedades para continuarem a existir. “Daqui a uns dias até aparelhos tecnológicos teremos que vender pelo jeito que o mundo anda. É preciso diversificar nos produtos para que as bancas não parem de existir, porque revistas e jornais sozinhos não fazem a banca sobreviver mais, e é o que já vem acontecendo há muito tempo” (ROCHA, 2015, entrevista).

Uma pesquisa feita com esses mesmos jornaleiros no segundo semestre de 2014, também sobre este tema, aponta essa mesma situação. O posicionamento e a opinião de ambos os jornaleiros permanecem igual, verificando-se, portanto, um mercado que passa por constante adaptação para atender os consumidores.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao final deste trabalho, pode-se entender que as bancas de jornal se adaptaram ao meio em que estão situadas por motivo de sobrevivência, ou seja, percebe-se que a teoria da ecologia organizacional se aplica as bancas, visto que essas se comportam como organizações, adaptando-se ao meio para continuarem a existir.

O estudo de caso de Montes Claros confirma a existência de uma organização que, para continuar a vender produtos informativos, recorre a produtos industrializados pra agregar valor às suas vendas. O que se confirma diante disso é que as bancas caminham para se tornarem lojas de conveniência, aumentando cada vez mais a diversidade de produtos comercializados, já que os consumidores têm migrado o foco de consumo de produtos informativos para as mídias digitais.

EM BRANCO

Ao investigar as causas e os efeitos das mudanças ocorridas no perfil das bancas de jornal em função das perspectivas do mercado, foi possível verificar em sua evolução histórica as suas adaptações para sobrevivência no mercado, sobretudo no que se refere às influências das novas tecnologias da comunicação, que forçaram uma mudança de perfil do empreendimento, a partir da mudança de perfil dos receptores da informação.

REFERÊNCIAS

ADGHIRNI, Z.; PEREIRA, F. H. O jornalismo em tempos de mudanças estruturais. **Intertexto**, v. 1, n. 24, p. 12-22, 2011.

ALVES, R. C. Jornalismo digital: dez anos de web... e a revolução contínua. **Revista Comunicação & Sociedade**, São Paulo: Universidade Metodista, v. 9, n. 10, p. 93-102, 2006.

BRASIL. **Lei Nº 3.745**, de 05 de junho 2007.

CARVALHO, L. F. N. Ecologia organizacional e estratégia empresarial: uma proposta para integração de frameworks. In: Encontro Nacional da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Administração. **Anais do...** Salvador: ANPAD, 2002.

CHAGAS, V. **EXTRA! EXTRA! Os jornalheiros e as bancas de jornais como espaço de disputas pelo controle da distribuição da imprensa e da economia política dos meios**. 2013. 307 f. Tese (Doutorado em História, Política e Bens Culturais) – Fundação Getúlio Vargas (FGV) – Centro de Pesquisa e Documentação de História Contemporânea do Brasil, Rio de Janeiro, 2013.

SERVIÇO DE APOIO A MICRO E PEQUENA EMPRESA – SEBRAE. **Comece certo** - banca de jornal. São Paulo: Sebrae, 2010.

HANNAN, M. T.; FREEMAN, J. The Population Ecology of Organizations. **American Journal of Sociology**. v. 82, n. 5, 1977.

INSTITUTO VERIFICADOR DE COMUNICAÇÃO – IVC. **Circulação de jornais fica estável em 2014**. Disponível em: <<http://ivcbrasil.org.br/blog/post.asp?id=96>>. Acesso em: 17 out. 2015.

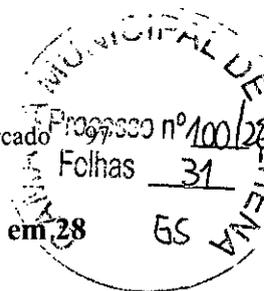
MELLO, G. Bancas de jornal viram lojas de conveniência. **Rudge Ramos Jornal** (on-line). Publicado em: 30/09/2011 09h24. 2011. Disponível em: <<http://www.metodista.br/rroonline/rjournal/2011/ed.970/bancas-de-jornal-viram-lojas-de-conveniencia>>. Acesso em: 12 nov. 2015.

MELO, R. **Entrevista realizada por Indinayara Gouveia e Brunon Braga em 29 de novembro de 2015**, em Montes Claros (MG), 2015.

OLIVEIRA, G. S. **Entrevista realizada por Indinayara Gouveia e Brunon Braga em 29 de novembro de 2015**, em Montes Claros (MG), 2015.

ROCHA, C. L. **Entrevista realizada por Indinayara Gouveia e Brunon Braga em 29 de novembro de 2015**, em Montes Claros (MG), 2015.

EM BRANCO



ROCHA NETO, E. R. R. **Entrevista realizada por Indinayara Gouveia e Brunon Braga em 28 de novembro de 2014**, em Montes Claros (MG), 2014.

SANTOS, M. G. **A migração das mídias tradicionais para a internet**. 2007. 36 f. Monografia (Graduação em Comunicação Social) – Faculdade de Ciências Sociais Aplicadas, Centro Universitário de Brasília. Brasília, 2007.

SÃO PAULO (Município). **Lei nº 10.205 - de 04 de dezembro de 1986**. Disponível em: <<http://www.sindjorsp.org.br/legislacao/leis-e-decretos>>. Acesso em: 28 nov. 2015.

_____. **Decreto nº 40.184, 26 de dezembro de 2000**. Disponível em: <<http://www.sindjorsp.org.br/legislacao/leis-e-decretos>>. Acesso em: 28 nov. 2015.

_____. **Lei nº 15.895 – de 08 de novembro de 2013**. – Disponível em: <<http://dobuscadireta.imprensaoficial.com.br/default.aspx?DataPublicacao=20131109&Caderno=DOC&NumeroPagina=1>>. Acesso em: 28 nov. 2015.

SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL DA PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA. **Pesquisa Brasileira de Mídia 2014: hábitos de consumo de mídia pela população brasileira**. Brasília: Secom 2014. Disponível em: <<http://www.brasil.gov.br/governo/2014/03/quase-metade-dos-brasileiros-se-informa-pela-internet-diz-ministro-da-comunicacao-social>>. Acesso em: 17 out. 2015.

SINDICATO DOS VENDEDORES DE JORNAIS E REVISTAS DE SÃO PAULO – SINDJORSP. **Pesquisa revela o perfil das bancas de jornal do País**, 2013. Disponível em: <<http://www.sindjorsp.org.br/noticias/105>>. Acesso em: 28 Nov. 2015.

SILVA; L. F.; FIQUEIREDO; J. S.; SANTOS, B. Q. O ecossistema das bancas de jornal: um estudo sobre uma espécie em extinção. **Revista Eletrônica em Gestão, Educação e Tecnologia Ambiental – REGET**, Santa Maria, v. 19, n. 1, p. 80-95, jan./abr. 2015.

TOOLBOX. **Bancas de jornal viram lojas de conveniência**. Disponível em: <<http://toolboxtm.com.br/2011/10/>>. Acesso em: 12 Nov. 2015.

EM BRANCO



ESTADO DE RONDÔNIA
PODER LEGISLATIVO
CÂMARA DE VEREADORES DO MUNICÍPIO DE VILHENA
PALÁCIO VEREADOR NADIR ERENO GRAEBIN
DIRETORIA JURÍDICA



À Diretoria Legislativa

Processo Legislativo n.: 100/2020

Referência: Projeto de Lei Complementar n. 370/2020

Autor: Vereador WILSON TABALIPA

Ementa: acresce o artigo 268-A à Lei Complementar n. 048, de 13 de dezembro de 2001, que institui o Código de Posturas do Município, autorizando a comercialização de produtos e serviços diversos nas bancas de jornal e revistas.

PARECER JURÍDICO n. 049/2020

Trata-se de processo legislativo contendo o **Projeto de Lei Complementar n. 370/2020**, de autoria do Vereador WILSON TABALIPA, que **acresce o artigo 268-A à Lei Complementar n. 048, de 13 de dezembro de 2001, que institui o Código de Posturas do Município, autorizando a comercialização de produtos e serviços diversos nas bancas de jornal e revistas.**

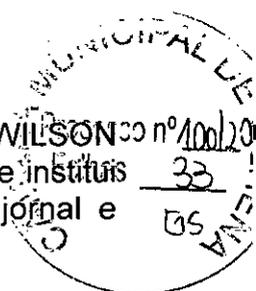
O projeto de lei (fls. 02/03) veio acompanhado da respectiva Justificativa (fl. 04) e de cópia parcial da LC n. 048/2011 (fls. 05/07) e da LC n. 154/2011 (fls. 08/08-v).

No curso do feito, este subscritor sugeriu a devolução do projeto de lei ao autor para juntada das fontes de pesquisas relativas ao mérito da proposta (fl. 12), retornando os autos com novos documentos (fls. 14/19) para análise e parecer, tendo este subscritor oportunamente juntado novo documento (fls. 20/31).

É, em síntese, o relatório. Manifesta-se.

EM BRANCO

Trata-se de projeto de lei de autoria do Vereador WILSON TABALIPA tendo como objeto alterar a Lei Complementar n. 048/2001, que institui o Código de Posturas do Município, a fim de autorizar as bancas de jornal e revistas de Vilhena a comercializarem produtos e serviços diversos.



Consta na Justificativa de fl. 04 que a proposição legislativa visa atualizar o Código de Posturas do Município em face das atuais demandas comerciais das bancas de jornal e revistas de Vilhena, autorizando-as a comercializarem outros tipos de produtos, isto porque *“as mudanças no mundo tecnológico têm exigido uma constante renovação no mercado de trabalho, não diferente, isso trouxe para as bancas de jornais e revistas contornos dramáticos, uma vez que com a internet a venda das mesmas caíram drasticamente”*. Segundo enfatizado pelo nobre autor da proposição, *“em nossa cidade já assistimos algumas bancas fecharem pelo peso dos novos tempos, pela crise na economia. Portanto se faz necessári[a] a modernização desses espaços. [O] que vemos é que com a expansão das bancas para novos segmentos é uma questão de sobrevivência do negócio”*.

No curso do feito, foram indicadas algumas fontes de pesquisa na internet sobre alterações legislativas ocorridas em outros municípios, que também atualizaram seus ordenamentos locais permitindo que bancas de jornal e revistas passem a comercializar produtos diversos (fls. 15/16).

Também foi juntado o artigo científico *“De bancas de jornal à loja de conveniência: análise da adaptação às perspectivas do mercado”*, de Julho/2016¹, no qual é mostrado, com base em pesquisa científica, o cenário comercial das bancas de jornal e revistas da cidade de Montes Claros/MG², que vem sendo transformadas em verdadeiras *lojas de conveniência*, visto que o avanço tecnológico dos meios de divulgação de notícias e informações fez reduzir consideravelmente vendas de revistas, jornais e outros periódicos impressos, forçando os permissionários a comercializarem outros produtos para incrementar a renda. Por oportuno, apresento abaixo alguns trechos do referido artigo científico onde é destacada essa mudança de paradigma comercial, senão vejamos:

De acordo com o site do Sindicato dos Vendedores de Revista e Jornais (internet), a denominação das bancas é graças a Carmine Labanca, que montou o seu local de venda na cidade do Rio de Janeiro em 1876; julga-se que é pelo seu pioneirismo que os espaços de comercialização de artigos jornalísticos são conhecidos por bancas. As mudanças continuaram acontecendo em 1910, os caixotes se tornaram bancas de madeira e, nos anos 1950, ganharam estrutura de metal.

As transformações não pararam por aí, as bancas continuaram se adaptando para atender a necessidade de mercado. Uma pesquisa divulgada pela empresa de consultoria, especializada em pontos de venda, Toolbox, em 2009 e 2010, revelou que 52% das bancas pesquisadas nas grandes capitais do país vendem bebidas refrigeradas e 68% itens de bomboniere. “A pesquisa também revela que as bancas estão se adaptando para ter a capacidade de colocar refrigeradores, máquinas de fotocópia e até geladeiras de sorvete, agregando mais valor ao ponto de venda.” (MELLO, 2011).

¹ Disponível em [“http://revistahumanidades.com.br/arquivos_up/artigos/a108.pdf”](http://revistahumanidades.com.br/arquivos_up/artigos/a108.pdf), acesso feito em 09/06/2020.

² Município do Estado de Minas Gerais com população estimada para 2018 em 409.341 habitantes, conforme site do Wikipedia. Disponível em [“https://pt.wikipedia.org/wiki/Montes_Claros”](https://pt.wikipedia.org/wiki/Montes_Claros), acesso em 09/06/2020.

EM BRANCO

O que se verifica diante dessa pesquisa é que as bancas de jornal caminham para se tornar lojas de conveniência (p. 91/92).



Conforme também enfatizado no aludido artigo científico, o consumo imediatista de informações, proporcionado pela *internet* e por *smartphones* ou outros aparelhos eletrônicos, vem mudando o perfil do consumidor, que trocou fontes de informações físicas por virtuais, ocasionando a queda vertiginosa no consumo de jornais e revistas impressas:

Além das mudanças no perfil das bancas de jornal, há também uma mudança no perfil do consumidor. Segundo Adghirni e Pereira (2011), a migração dos leitores para a web causou uma queda na receita das mídias convencionais. Tal fator fez com que as empresas de comunicação também se adaptassem para atender ao receptor da informação:

Os conteúdos das revistas na web são basicamente os mesmos da impressa, modifica-se o tamanho do texto. Na Internet, são textos curtos, objetivos e atualizados em tempo real. Diferente da revista eletrônica, a impressa tem um alto custo de publicação e produção. A rapidez do acesso, combinado com a facilidade de produção e de disponibilização, geram interesse nos usuários. Além disso, os leitores podem ler algumas matérias sem precisar comprar a revista na banca. (SANTOS, 2007, p. 26).

Nota-se uma reconfiguração no perfil do leitor referente às publicações de seu interesse. Pode-se perceber que os textos que passaram a interessar o receptor da informação são mais curtos e mais objetivos.

Rosental Calmon Alves explica que também o surgimento da tecnologia fez com que o leitor tivesse mais liberdade em buscar o assunto de interesse:

As tecnologias digitais permitem ao receptor das mensagens uma posição muito mais ativa, com muito mais opções para selecionar as mensagens que deseja receber. O receptor não se sente passivamente diante da TV ou não abre simplesmente um jornal ou uma revista para consumir as mensagens que os gatekeepers prepararam para ele naquela edição ou naquela hora. O receptor agora tem o controle, o poder de acessar uma infinidade de fontes, sem as barreiras de tempo e espaço que limitavam sua ação até o advento da web. (ALVES, 2006, p. 96).

Em uma entrevista cedida em 2014, o jornalista Elpídio Rodrigues da Rocha Neto explica como a mudança nos meios de comunicação reflete nos novos interesses do leitor e na adaptação das bancas:

Ocorreu uma mudança muito grande nos meios de comunicação. Antes o jornal que mais possuía qualidade informativa era o impresso, hoje toda essa qualidade está na internet. Nos anos 90 aquelas revistinhas em quadrinho, por exemplo, vendiam em torno de 250 mil exemplares, hoje se elas venderem 10 mil é muito, até porque a opção ficou muito maior e você ainda tem a alternativa de não trabalhar com o formato físico. É possível ler o scanner, baixar a versão online e ter no seu celular ao invés de carregar em baixo do braço. Isso acabou muito com o ponto de encontro e ponto de referência que as bancas eram. (ROCHA NETO, 2014, entrevista).

O que se percebe é a preferência do leitor por uma informação mais rápida e que possa ser manuseada em aparelhos eletrônicos. Pesquisa feita pela Secretaria de Comunicação Social da Presidência, em 2014, revelou que 47% da população brasileira preferem se informar pela internet, foram

EM BRANCO

entrevistadas 18 mil pessoas no país. A parcela da população que lê jornais e revistas impressos representa 25% e 15%, respectivamente.

Outra pesquisa que mostra a queda da preferência por veículos impressos e o aumento pelos digitais foi feita pelo Instituto Verificador da Comunicação:

As assinaturas cresceram 7,5% de um período para outro, passando de 2.201.317, em 2013, para 2.367.205 no ano passado. As vendas avulsas diminuíram 7,6% (2.192.117 para 2.025.364) e as edições digitais mais que dobraram de um ano para outro, 118% (500.370 no ano passado, ante 228.944 no ano anterior). Esses números mostram como é cada vez maior a participação das edições digitais no total de circulação. Ela passou de 5,2% para 11,4%, com pico de 15,1% em dezembro. (IVC, 2015).

Diante disso, o que se conclui é que a população caminha para o ambiente virtual, deixando aos poucos de consumir exemplares impressos (p. 92/93).

Todos esses fatores conduzem a uma revisão da finalidade comercial das bancas de jornal e revistas, que se mantidas circunscritas à atividade de venda de periódicos impressos, podem fatalmente conduzir ao fechamento de tais estabelecimentos, o que sugiro seja ponderado pelos nobres Vereadores na análise do mérito da proposta legislativa.

Feitas essas digressões, passo a perscrutar a constitucionalidade e legalidade do projeto de lei.

A constitucionalidade do ato normativo pressupõe sua adequação *formal* e *material* em face do ordenamento pátrio. A constitucionalidade formal verifica-se quando a norma, na fase de sua elaboração, atende aos requisitos da *competência legislativa*, do *devido processo legislativo* e dos *pressupostos objetivos do ato normativo*. A constitucionalidade material, por sua vez, verifica-se quando o *conteúdo da norma atende a preceito ou princípio da Lei Maior*.

No aspecto *formal*, vislumbro que a proposta legislativa não viola as normais constitucionais, pois a matéria refere-se a assunto de interesse local, sendo, portanto, da *competência legislativa* do Município (art. 30, I, CR/88, e art. 122, CE/RO), bem como não houve ofensa ao *devido processo legislativo*, pelo menos não até a presente fase processual. Quanto aos *pressupostos objetivos do ato normativo*, entendo que tal requisito não se aplica ao caso concreto, razão pela qual deixo de analisá-lo.

No aspecto *material*, verifico que a proposta legislativa, de igual maneira, não ofende as normas constitucionais, pelo menos considerando que, segundo a Constituição da República, a ordem econômica é fundada na valorização do trabalho humano e na livre iniciativa, tendo por fim assegurar a todos existência digna, conforme os ditames da justiça social (art. 170, caput, CR/88). Na mesma linha, discorre a Constituição Estadual de Rondônia que a ordem econômica, fundada no trabalho e na democratização da riqueza, tem por fim realizar a justiça social, a melhoria progressiva das condições de vida da população e o desenvolvimento harmônico e integrado do Estado (art. 149, CE/RO).

Assim, a alteração legislativa proposta, a meu ver, tem como propósito valorizar o trabalho humano e preservar a dignidade do trabalhador, isto



EM BRANCO

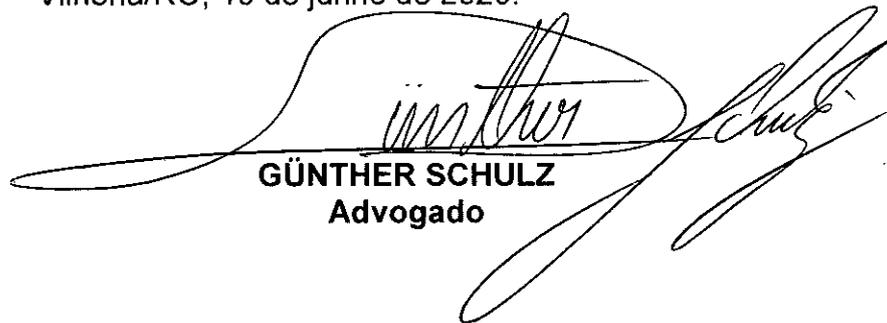
é, daqueles que atuam no ramo de comércio de jornais, revistas e outros periódicos, sobretudo porque, em tempos de avanços tecnológicos e mudanças no cenário comercial e consumerista, o comércio tradicional desses itens na forma impressa já não mais é compatível com as demandas atuais dos consumidores, resultando em prejuízos econômicos e representando risco à renda e sobrevivência dos profissionais desse ramo. Portanto, cabe ao Poder Público atualizar o seu ordenamento jurídico, visando romper paradigmas legais para preservar a dignidade do trabalhador e o bem-estar da população, o que torna legítima a alteração legislativa proposta no presente feito.

Por fim, no aspecto da **legalidade**, observo que a proposta legislativa não viola as demais disposições da Lei Complementar n. 048/2001 e da Lei Orgânica de Vilhena (art. 5º, X, XIII e XXIV).

Ante o exposto, entendo que o Projeto de Lei Complementar n. 370/2020 é formal e materialmente constitucional, além de compatível com as demais disposições do Código de Posturas do Município e da Lei Orgânica de Vilhena, podendo ser dado prosseguimento ao processo legislativo até a deliberação em Plenário.

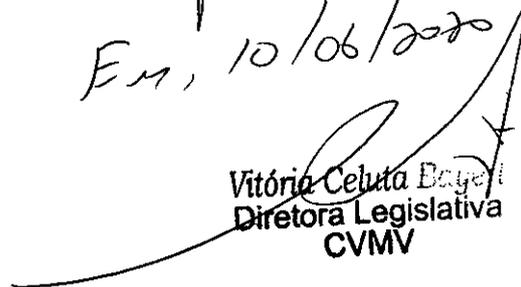
É o parecer. SMJ.

Vilhena/RO, 10 de junho de 2020.


GÜNTHER SCHULZ
Advogado

As Comissões Permanentes
P/ análise e parecer.

Em, 10/06/2020


Vitória Celuta Baye
Diretora Legislativa
CVMV

EM BRANCO

2014
Câmara Municipal de São Paulo
Secretaria de Planejamento e Gestão



ESTADO DE RONDÔNIA
PODER LEGISLATIVO
CÂMARA DE VEREADORES DO MUNICÍPIO DE VILHENA
PALÁCIO VEREADOR NADIR ERENO GRAEBIN



COMISSÃO PERMANENTE DE OBRAS, SERVIÇOS PÚBLICOS, AGRICULTURA, MEIO
AMBIENTE, TRANSPORTE, TRÂNSITO, TERRAS, INDÚSTRIA E COMÉRCIO
ARTIGOS 45, 47, 48 E 50 DO REGIMENTO INTERNO

PROCESSO LEGISLATIVO Nº 100/2020

PROJETO DE LEI COMPLEMENTAR Nº 370/2020

PARECER Nº 100 /2020

De iniciativa do Vereador Wilson Tabalipa, o Projeto acresce o artigo 268-A à Lei Complementar nº 048, de 13 de dezembro de 2001, que institui o Código de Posturas do Município, com o objetivo de incluir a venda de produtos diversos, serviços de internet, fotocópia e plastificação de documentos nas bancas de jornal e revistas.

As mudanças no mundo tecnológico têm exigido uma constante renovação no mercado de trabalho, não diferente, isso trouxe para as bancas de jornal e revista contornos dramáticos.

Os aparelhos eletrônicos vêm mudando o perfil do consumidor, que trocou fontes de informações físicas por virtuais, ocasionando a queda vertiginosa no consumo de jornais e revistas impressas.

Destarte, a **COMISSÃO PERMANENTE DE OBRAS, SERVIÇOS PÚBLICOS E COMÉRCIO** emite **Parecer Favorável**.

Sala das Comissões, 15 de junho de 2020.

Vereador Subtenente Suchi
Relator/COSPAMATIC

TOMADA DE VOTO
C.O.S.P.A.M.A.T.I.C.

Vereador Subtenente Suchi
PRESIDENTE

Vereadora Leninha do Povo
SECRETÁRIA

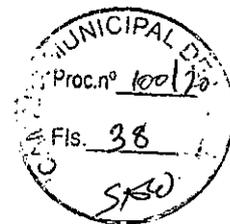
Vereadora Vera da Farmácia
MEMBRO

M.T.S.

EM BRANCO



ESTADO DE RONDÔNIA
PODER LEGISLATIVO
CÂMARA DE VEREADORES DO MUNICÍPIO DE VILHENA
PALÁCIO VEREADOR NADIR ERENO GRAEBIN
COMISSÃO PERMANENTE DE CONSTITUIÇÃO, JUSTIÇA E REDAÇÃO
ARTIGOS 43, 49 E 52 DO REGIMENTO INTERNO



PROCESSO LEGISLATIVO Nº 100/2020

PROJETO DE LEI COMPLEMENTAR Nº 370/2020

PARECER DA CCJR Nº 078 /2020

A ampliação das atividades das bancas não será descaracterizada, pois a comercialização de revistas e jornais permanecerá como atividade principal do negócio com 20% (vinte por cento) do espaço interno útil da banca.

Importante ressaltar que, no aspecto formal, o Projeto não viola as normas constitucionais, pois se trata de matéria de interesse local, de competência legislativa do Município, bem como não ofende a Constituição no aspecto material, considerando a ordem econômica, fundada na valorização do trabalho humano e na livre iniciativa, tendo por fim assegurar a todos existência digna, conforme os ditames da justiça social.

Sendo assim, diante da legalidade, constitucionalidade, boa técnica legislativa e da relevância social e econômica, a **COMISSÃO DE CONSTITUIÇÃO, JUSTIÇA E REDAÇÃO** emite **Parecer Favorável**.

Sala das Comissões, 15 de junho de 2020.

Vereador Adilson
Relator/CCJR

TOMADA DE VOTO
C.C.J.R.

Vereador Adilson
PRESIDENTE

Vereador Rafael Maziero
SECRETÁRIO

Vereador França Silva da Rádio
MEMBRO

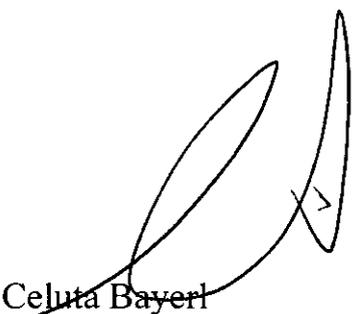
EM BRANCO



Câmara de Vereadores do Município de Vilhena-RO
DIRETORIA LEGISLATIVA

Estes autos de processo contêm 39 (trinta e nove) folhas numeradas.

Arquive-se em 15 de julho de 2020.



Vitória Celuta Bayerl
DIRETORA LEGISLATIVA

EM BRANCO