

PROJETO DE LEI Nº CM-075/2007

Altera a Lei nº 3.035, de 21 de novembro de 1991, que regulamenta a instalação e funcionamento de bancas de jornais e revistas no Município de Divinópolis, permitindo que as mesmas comercializem artigos de conveniência e que os respectivos alvarás tenham validade de 2 (dois) anos.

O povo do Município de Divinópolis, por seus representantes legais, aprova e eu, na qualidade de Prefeito Municipal, em seu nome sanciono a seguinte lei:

Art. 1º O inciso I do art. 1º da Lei 3.035, de 21 de novembro de 1991, que regulamenta a instalação e funcionamento de bancas de jornais e revistas no município de Divinópolis, passa a vigorar com a seguinte redação:

“I – Banca de jornais e revistas: a instalação removível ou fixa, cujo modelo deve ser aprovado pelo órgão público municipal competente, pelos distribuidores de revistas e jornais e pelos representantes dos jornalistas, e destinada ao comércio de jornais e revistas e congêneres, bem como artigos de conveniência, na forma desta Lei.”

Art. 2º O § 1º do art. 3º da Lei 3.035/1 passa a vigorar com a seguinte redação:

“§ 1º O alvará deverá ser renovado a cada 2 (dois) anos.”

Art. 3º O inciso II do art. 13 da Lei 3.035/91, passa a vigorar com a seguinte redação

“II – renovar seu alvará a cada 2 (dois) anos”.

Art. 4º Esta lei entra em vigor na data de sua publicação.

Divinópolis, 11 de outubro de 2007.

Vereador Edson Sousa
Líder do Govern

JUSTIFICATIVA

Tipo de comércio surgido na Europa, onde se originou a imprensa, no Brasil as bancas de jornal são herança marcadamente latina. Foram italianos, espanhóis e portugueses que abriram as primeiras bancas do país, já no século XIX, no Rio de Janeiro e em São Paulo. Até hoje, cena bem típica de nossas cidades é das bancas que expõem do lado de fora as primeiras páginas dos jornais, como chamariz para os leitores transeuntes.

Impelidas por um mundo tão mutante quanto imprevisível, as bancas de revistas brasileiras estão entrando numa nova era. Tanto do ponto de vista do negócio quanto do dono do empreendimento. Nas grandes capitais ou no interior, elas começam a ficar mais refinadas, com ares de lojas de conveniência. E o jornaleiro não só está assimilando como tem aplicado conceitos modernos de gestão no seu dia-a-dia. "Nós não vivemos sem os jornais, que não vivem sem a gente", resume o presidente da Federação Nacional dos Vendedores de Jornais e Revistas, Vicente Francisco Scofano.

"Vender jornais e revistas ficou mais sofisticado", analisa Douglas Duran, superintendente da Dinap, a maior distribuidora de publicações do país. Segundo a Dinap, em 1994 existiam no país cerca de 23 mil bancas. Pouco depois do Plano Real, com a estabilização da moeda, o próprio mercado se encarregou de fazer a seleção natural e atualmente número se estabilizou em 40 mil.

O exercício diário da profissão permite aos jornaleiros uma noção muito clara dos seus clientes e hábitos de consumo. As mulheres, por exemplo, são grandes compradoras de revista. Os homens, de jornal. Mas para atender e atrair consumidores, as bancas hoje procuram ser muito mais do que pontos de venda de jornais e revistas. São verdadeiras lojas de conveniência. A "mágica" do negócio provém, entre outros fatores, ao mix de produtos. Por força do próprio mercado, as bancas ganharam ares de loja de conveniência, vendendo, além de publicações, artigos de consumo rápido, como balas e chocolates, CDs e DVDs, brinquedos, itens de tabacaria e até de higiene pessoal, como barbeadores descartáveis, escovas e cremes dentais. Segundo estimativas, esses produtos já participam com 20% a 30% do faturamento mensal das bancas.

A lei deve se adequar às novas necessidades da sociedade. Diante do exposto, conto com o apoio de meus pares para aprovação desta matéria

Divinópolis, 11 de outubro de 2007.

Vereador Edson Sousa
Líder do Governo