

PARECER Nº 133/2025

INTERESSADO: Comissões Permanentes

EMENTA: PROJETO DE LEI Nº 71.2025 / SÍMBOLOS MUNICIPAIS / CRIAÇÃO DA MARCA TERRITORIAL / PROMOÇÃO E VISIBILIDADE DO MUNICÍPIO / CAPITAL DO ALTO VALE / USO POR ENTIDADE PÚBLICA E PRIVADA / LEGAL E CONSTITUCIONAL /

PARECER JURÍDICO

I – RELATÓRIO

Trata-se de parecer acerca da legalidade e constitucionalidade do Projeto de Lei nº 71/2025, que “dispõe sobre a criação e utilização da marca territorial do Município de Rio do Sul”.

Segundo mensagem do Chefe do Poder Executivo, a criação da marca territorial visa instituir uma identidade oficial e promocional de Rio do Sul, enquanto território e “Capital do Alto Vale”,

A marca, além de visibilidade, tem por objetivo também impulsionar o desenvolvimento econômico, turístico e cultural, vez que empresas e empreendedores locais também poderão utilizar-se da mesma, desde que em conformidade com o manual e regulamento de uso.

Por fim, a proposição estabelece que a Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico será responsável pela gestão da marca, cabendo ao Conselho de Desenvolvimento Econômico – CODENSUL, exercer o papel normativo e estratégico.



É o breve relato dos fatos.

II – DO MÉRITO

Inicialmente cumpre salientar que a Lei Orgânica Municipal estabelece os temas de competência privativa do prefeito municipal. Senão vejamos:

“Art. 22.

§ 1º São de iniciativa privativa do Prefeito as leis que disponham sobre:

I - criação de cargos e funções na administração direta, autárquica e fundacional, ou aumento de sua remuneração;

II - plano plurianual, diretrizes orçamentárias e orçamento anual;

III - servidores públicos municipais, seu regime jurídico, provimento de cargos, estabilidade e aposentadoria;

IV - criação e extinção de secretarias municipais e órgãos da administração pública, observado o disposto no art. 37, VIII. (ELO 010/02)”

Ademais, segundo a Constituição da República Federativa do Brasil, compete ao Município legislar sobre assuntos de interesse local e suplementar a legislação federal e estadual no que couber. Assim, legislam o Prefeito e os Vereadores, conjuntamente, que são as autoridades representativas dos eleitores do Município.

“Art. 30 Compete ao Município:

I – legislar sobre assuntos de interesse local;

.....”

Percebe-se, pelo colacionado acima, que o Projeto de Lei em comento trata-se de assunto local, e apesar de não ser de iniciativa privativa do Chefe do Poder Executivo, foi iniciado por ele.

Como já salientado, a proposição cria uma marca territorial, com intuito de dar maior visibilidade ao município, no desenvolvimento econômico, turístico e cultural.

A criação de marcas territoriais é uma forma de criar e gerir a reputação e a percepção sobre os lugares em distintos recortes espaciais, valendo-se de uma identidade conceitual que gera um conjunto de ideias centrais que impulsionam os lugares, diferenciando-os entre si.

O uso dessas marcas caba por utilizar estratégias de mercado, assim como se faz com diversos produtos, refletindo a complexidade, cultura e a realidade dos territórios,

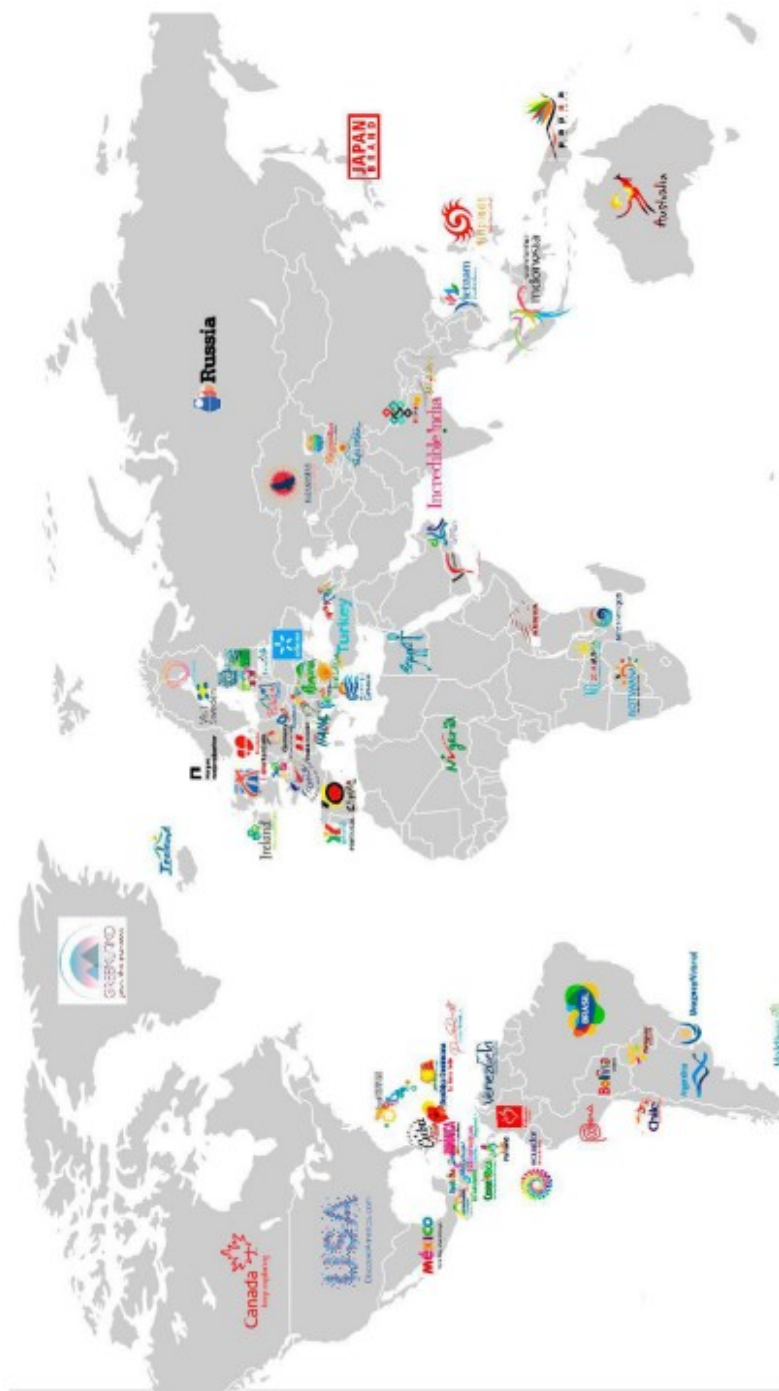
No caso de Rio do Sul, nos termos da Lei nº 5.675, de 3 de dezembro de 2015, que “consolida a legislação municipal referente aos símbolos do município de Rio do Sul”, tem-se o brasão do município, a bandeira e a identidade visual como símbolos oficiais.

A criação da marca territorial, ainda que um símbolo oficial do município, diverge um pouco em relação aos demais símbolos, pois foca no potencial cultural e turístico do território, subsidiando na atração de investimentos. Já os demais símbolos tratam da representação institucional, sendo usado em documentos e eventos formais.

De forma exemplificativa, cabe trazer ao presente parecer diversas marcas territoriais utilizadas por todo o mundo, extraído da Tese de Doutorado de Giovana Goretti Feijó de Almeida, em “Marca Territorial como Produto Cultural no âmbito do Desenvolvimento Regional: o caso de Porto Alegre, RS, Brasil”, do ano de 2018:



APÊNDICE A – Panorama das marcas territoriais no mundo





ANEXO B – Exemplos de marcas territoriais

Marca de Carlos Barbosa-RS e memorial descritivo

Símbolos



Brasão



Bandeira



Marca Carlos Barbosa

Conheça os símbolos que representam o município de Carlos Barbosa.

Brasão

O novo Brasão, instituído pela Lei nº 2.513/10, passou a vigorar no dia 10 de novembro de 2010, é uma modernização e adequação do Brasão que vigorava desde [1983](#).

O atual Brasão do município de Carlos Barbosa é constituído pelas seguintes partes:

Coroa mural, como símbolo de soberania. Cinco Torres, em metal prata, sendo que as duas da [Marca Carlos Barbosa](#)

A Marca Carlos Barbosa foi escolhida através de Concurso Público, cujo resultado foi divulgado em 21 de setembro de 2010.

Possui como foco principal **os trilhos e a Estação Ferroviária** e a **caixa d'água** que antigamente abastecia todo o município, símbolos históricos do desenvolvimento de Carlos Barbosa, além da **torre**, elemento marcante do centro da cidade.

Ao lado da Estação estão três faixas que possuem significados específicos. A **faixa cinza** representa o metal e a metalurgia, importante atividade econômica do município, a **faixa laranja** faz alusão à ACBF, reconhecida mundialmente por suas conquistas esportivas, e a **faixa amarela** representa os queijos produzidos em Carlos Barbosa, provenientes da significativa produção leiteira local.

Fonte: www.carlosbarbosa.rs.gov.br/simbolos

Marca da Itália



Marca da Itália | Fonte: <https://talkingcity.wordpress.com/2007/02/21/litalia-lascia-il-segno/>



CÂMARA DE
VEREADORES DE
RIO DO SUL

Marca de Moscou-Rússia



Fonte: www.underconsideration.com/brandnew/archives/moscow_embraces_emoticons.php#.WBM7bS0rKUK

Marca de Pelotas-RS/ Brasil



do sal do sal do sal
ao açúcar ao açúcar ao açúcar



Fonte: <https://ccs2.ufpel.edu.br/wp/2017/07/07/proposta-da-ufpel-vence-concurso-para-marca-de-pelotas/>



Percebe-se portanto, que a criação de uma marca territorial, com perspectiva de mercado, de *branding*, é algo moderno e difundido mundialmente, com vistas ao ganho de potencial de fomento turístico e desenvolvimento da região.

Logicamente que a própria Carta Magna já determina que a publicidade pública deve dar-se no sentido de educar, informar ou orientar a comunidade, vedado qualquer promoção pessoal. Vejamos:

“Art. 37...

§1º A publicidade dos atos, programas, obras, serviços e campanhas dos órgãos públicos deverá ter caráter **educativo, informativo ou de orientação social**, dela não podendo constar nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos.

Portanto, a marca territorial deve refletir a cultura e o potencial de Rio do Sul, da Capital do Alto Vale, não podendo vincular nomes de agentes públicos, imagens destes, de seus partidos ou outro meio que caracterizem promoção pessoal do agente público, sob pena de incorrer em improbidade administrativa, por força da Lei nº 8.429/92:

“AÇÃO CIVIL PÚBLICA - IMPROBIDADE ADMINISTRATIVA - Município de Guarujá Prefeita que teria utilizado recursos municipais com **publicidade de caráter** promocional Inserção de seu nome em convite de festa **oficial Promoção pessoal** caracterizada Violação ao disposto no artigo 37, § 1º da Constituição Federal - Ofensa aos princípios da administração pública Ato de improbidade caracterizado Correta a aplicação da penalidade de ressarcimento do dano Montante que deve corresponder ao valor efetivamente desembolsado pela Municipalidade com a confecção dos convites Sentença modificada - Recurso parcialmente provido.(2013. São Paulo. Relatora Maria Laura Tavares. APL 00187978820108260223 SP 0018797-88.2010.8.26.0223).”

Parece ser exatamente o que se dá com a presente proposição, que em nenhum momento traz qualquer promoção pessoal ou político partidária, seja nas cores, nos dizeres ou tipologia da letra.



Desta feita, do ponto de vista da legalidade, não há qualquer óbice a presente matéria.

Finalizando, salienta-se, que o projeto deve ser submetido à apreciação das seguintes comissões permanentes: Comissão de Legislação, Constituição, Justiça, Ética e Decoro Parlamentar e Redação Final (art. 62, I do R.I) e Comissão de Educação, Cultura, Esportes Saúde e Assistência Social, Política Urbana, Agrícola e Meio Ambiente.

Ressalta-se, por fim, que o *quorum* das deliberações do projeto em questão, é de **maioria simples**, conforme preleciona o art. 179 do Regimento Interno da Câmara Municipal, e em **única discussão**, nos termos do art. 56 do mesmo diploma legal, caso aprovados nas Comissões Permanentes.

III - CONCLUSÃO

Neste sentido, por tudo quanto exposto, opino pela **LEGALIDADE E CONSTITUCIONALIDADE DO PROJETO DE LEI Nº 71/2025**, que “dispõe sobre a criação e utilização da marca territorial do Município de Rio do Sul”.

Contudo, cabe explicitar que tal parecer não vincula as comissões permanentes, nem tão pouco reflete o pensamento dos edis, que deverão apreciar o presente Projeto de Lei.



CÂMARA DE
VEREADORES DE
RIO DO SUL

É o parecer, *sub censura*

Rio do Sul, 3 de setembro de 2025.

ROBERTO ANDRADE BASTOS
Procurador Legislativo
OAB/SC 31.757
[Assinado Digitalmente]