

COMISSÃO DE DEFESA DO CONSUMIDOR, MEIO AMBIENTE E MINORIAS

PROJETO DE LEI N.º 3.773, DE 2000.

Determina a divulgação ao público dos anunciantes e financiadores dos veículos de imprensa.

AUTOR: Deputado **MARCOS CINTRA**

RELATOR: Deputado **LUIZ RIBEIRO**

I – RELATÓRIO

O Projeto de Lei n.º 3.773, de 2000, apresentado pelo ilustre Deputado Marcos Cintra, determina a divulgação ao público dos anunciantes e financiadores dos veículos de imprensa. Estabelece que os “Veículos de imprensa periódicos com tiragem superior a vinte mil exemplares deverão divulgar, em cada número, a relação dos principais anunciantes e financiadores. Deverão ser relacionados os anunciantes e financiadores que respondam, individualmente, por um valor igual ou superior: I- ao preço da publicidade de uma página inteira, no caso de jornais; II – ao preço da publicidade de página dupla, no caso de revistas; III – a cinco por cento da tiragem, nos demais casos.

Segundo a proposição, consideram-se financiadores de veículos de imprensa, para os efeitos desta lei, as entidades públicas e privadas que transfiram recursos ao editor da publicação, à empresa gráfica responsável pela sua impressão ou ao responsável pela sua distribuição, a título de doação, ou em pagamento pela veiculação de publicidade ou prestação de serviços associados ao veículo.

O autor justifica que esta proposta tem o objetivo de tratar situação omissa na lei de Imprensa, de 1967 que prevê diversos mecanismos para assegurar ao público a identificação da linha editorial do veículo de imprensa. No entanto, é omissa no que diz

respeito à divulgação dos anunciantes e financiadores das publicações. Diz o autor, que preocupado com esse aspecto apresenta esta iniciativa, que procura aperfeiçoar a legislação vigente, determinando que os periódicos divulguem, em página interna, uma relação dos anunciantes e financiadores que tenham peso significativo no custeio da tiragem e da distribuição do veículo de imprensa. Salienta ainda, que os anunciantes e financiadores têm, portanto, em muitos casos, considerável influência sobre a linha editorial do veículo e essa informação deve estar disponível ao leitor da publicação. Ressalta o autor que a matéria contribuirá para a democratização da nossa imprensa escrita.

Nos termos regimentais, o projeto foi distribuído para exame nas Comissões: De Defesa do Consumidor, Meio Ambiente e Minorias; De Ciência e tecnologia, Comunicação e Informática; e de Constituição e Justiça e de Redação. Conforme despacho de 14 de agosto de 2002, a proposição foi encaminhada à Comissão de Defesa do Consumidor, Meio Ambiente e Minorias para ser apreciada quanto ao mérito em relação ao impacto sobre o consumidor.

Não foram apresentadas emendas ao Projeto no prazo regimental.

É o relatório.

II – VOTO DO RELATOR

O Código de Defesa do Consumidor, estabelece que “toda informação ou publicidade, suficientemente precisa, veiculada por qualquer forma ou meio de comunicação com relação a produtos e serviços oferecidos ou apresentados, obriga o fornecedor que a fizer veicular ou dela se utilizar e integra o contrato que vier a ser celebrado”.

Dessa forma, com todo o respeito devido ao autor da matéria, não vejo a necessidade de uma página dos periódicos ser destinada à divulgação dos nomes dos anunciantes e financiadores, haja vista, ser parte integrante do contrato da empresa. Portanto, o consumidor além dos direitos assegurados no CDC, tem livre arbítrio para

decidir sobre a leitura de uma revista ou não, sendo livre para decidir se aceita aquela linha editorial.

Em face ao exposto, este relator manifesta-se pela rejeição do Projeto de Lei 3.773/00, de 2000, por entender que os direitos do consumidor quanto à questão da Publicidade está devidamente garantido, no Código de Defesa do Consumidor – Lei N.º 8.078, de 11 de setembro de 1990, Seção III, art. 36 ao 38.

Sala da Comissão, em

Deputado **LUIZ RIBEIRO**
Relator