

PROJETO DE LEI Nº , DE 2005

(Do Sr. SANDRO MABEL)

Dispõe sobre a proteção do
consumidor de publicações periódicas.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º As revistas, jornais e demais publicações periódicas impressas atenderão aos princípios e diretrizes proteção do consumidor, nos termos desta lei.

Art. 2º Sem prejuízo das disposições da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, que “dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências”, a comercialização de revistas, jornais e demais publicações periódicas impressas atenderá aos seguintes princípios e diretrizes:

I – O preço da publicação estará claramente identificado na capa e denominado em moeda nacional.

II – O número de páginas efetivamente dedicadas a conteúdo editorial, como tal entendidas as que contenham mais de três quartos da mancha gráfica ocupada por reportagem, entrevista, opinião ou charge, equipara-se à quantidade de mercadoria comercializada, devendo ser informado na capa em local de fácil identificação.

III – O número de páginas destinadas à publicidade comercial não poderá exceder 25% do total do conteúdo da publicação.

IV – Na oferta de assinaturas, além das cláusulas contratuais previstas em lei ou usualmente admitidas pela prática comercial corrente, serão especificados:

a) o valor do contrato;

- b) o preço total das publicações objeto do contrato, considerado o preço de capa;
- c) as condições e prazos para entrega;
- d) o compromisso do fornecedor com a linha editorial e com o número mínimo de páginas efetivamente dedicadas a conteúdo editorial e
- e) as condições de renovação.

Art. 3º Respondem pela oferta de revistas, jornais e demais publicações periódicas impressas a casa publicadora, a empresa editora ou a gráfica responsável pela publicação, o seu distribuidor e o seu revendedor ao consumidor final.

Art. 4º A desobediência às disposições desta lei sujeitará os infratores às penas previstas no art. 66 da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990.

Art. 5º Esta lei entra em vigor na data de sua publicação

JUSTIFICAÇÃO

Ao examinarmos diversas publicações brasileiras, nos deparamos com uma enorme quantidade de páginas destinadas à propaganda. Considerando edições do mês de maio de 2005 de conceituadas revistas, como Veja, Isto É, Época e Caras, constatamos que cerca da metade das páginas estavam ocupadas, parcial ou totalmente, com inserções publicitárias.

REVISTA VEJA (edição de 16/08/05)			REVISTA ISTO É (edição de 17/08/05)		
Total de nº de Páginas	Total de nº de Páginas com propaganda	%	Total de nº de Páginas	Total de nº de Páginas com propaganda	%
144	65,5	45,5%	117	54,0	46,2%

REVISTA ÉPOCA (edição de 12/08/05)			REVISTA CARAS (edição de 15/07/05)		
Total de nº de Páginas	Total de nº de Páginas com propaganda	%	Total de nº de Páginas	Total de nº de Páginas com propaganda	%
114	33,5	29,4%	86	55,0	64,0%

Reconhecemos que a publicidade responde por grande parte da receita da publicação, sustentando sua impressão e sua distribuição. Além disso, tem algum valor para o leitor, na medida em que o informa sobre alternativas de consumo a seu dispor.

Exagerar na veiculação da publicidade, porém, é atitude que induz o leitor ao engano. Pretendendo comprar uma revista que, por seu aspecto, pareceria rica em conteúdo, o leitor decepciona-se com a elevada quantidade de peças publicitárias, ficando as matérias e artigos relegados a um segundo plano.

Nesse sentido, oferecemos proposição que obriga o responsável pela publicação a informar, junto ao preço do periódico, o número de páginas destinadas exclusiva ou principalmente ao conteúdo editorial. Esperamos, com a iniciativa, coibir os abusos das editoras e dar ao leitor melhores subsídios ao decidir-se pela compra.

Estamos convencidos de que o texto contribuirá para uma melhor qualidade da relação entre editor e leitor e pedimos, pois, aos nossos Pares, o apoio indispensável à sua aprovação.

Sala das Sessões, em de de 2005.

Deputado SANDRO MABEL