



CÂMARA DOS DEPUTADOS

PROJETO DE LEI N.º 5.825-A, DE 2005

(Do Sr. Sandro Mabel)

Dispõe sobre a proteção do consumidor de publicações periódicas; tendo parecer da Comissão de Ciência e Tecnologia, Comunicação e Informática, pela rejeição (relator: DEP. GUSTAVO FRUET).

DESPACHO:

ÀS COMISSÕES DE:

CIÊNCIA E TECNOLOGIA, COMUNICAÇÃO E INFORMÁTICA;
DEFESA DO CONSUMIDOR E
CONSTITUIÇÃO E JUSTIÇA E DE CIDADANIA (ART. 54 RICD)

APRECIÇÃO:

Proposição Sujeita à Apreciação Conclusiva pelas Comissões - Art. 24 II

S U M Á R I O

I – Projeto inicial

II – Na Comissão de Ciência e Tecnologia, Comunicação e Informática:

- Parecer do relator
- Parecer da Comissão
- Voto em separado

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 decepçiona-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 30 de agosto de 2005.

Deputado SANDRO MABEL

LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA COORDENAÇÃO DE ESTUDOS LEGISLATIVOS - CEDI
--

LEI Nº 8.078, DE 11 DE SETEMBRO DE 1990

Dispõe sobre a Proteção do Consumidor e dá outras providências.

.....

**TÍTULO II
DAS INFRAÇÕES PENAIS**

.....

Art. 66. Fazer afirmação falsa ou enganosa, ou omitir informação relevante sobre a natureza, característica, qualidade, quantidade, segurança, desempenho, durabilidade, preço ou garantia de produtos ou serviços:

Pena - Detenção de 3 (três) meses a 1 (um) ano e multa.

§ 1º Incorrerá nas mesmas penas quem patrocinar a oferta.

§ 2º Se o crime é culposo:

Pena - Detenção de 1 (um) a 6 (seis) meses ou multa.

Art. 67. Fazer ou promover publicidade que sabe ou deveria saber ser enganosa ou abusiva:

Pena - Detenção de 3 (três) meses a 1 (um) ano e multa.

Parágrafo único. (Vetado).

Art. 68. Fazer ou promover publicidade que sabe ou deveria saber ser capaz de induzir o consumidor a se comportar de forma prejudicial ou perigosa a sua saúde ou segurança:

Pena - Detenção de 6 (seis) meses a 2 (dois) anos e multa.

Parágrafo único. (Vetado).

.....

.....

COMISSÃO DE CIÊNCIA E TECNOLOGIA, COMUNICAÇÃO E INFORMÁTICA**I – RELATÓRIO**

O Projeto de Lei nº 5.825, de 2005, de autoria do Deputado SANDRO MABEL, pretende estabelecer critérios de proteção ao leitor de publicações periódicas impressas, em particular impondo limites à veiculação de publicidade comercial, não podendo esta exceder os 25% do total do conteúdo da publicação.

Dispõe ainda sobre cláusulas a serem incorporadas aos contratos de assinatura, o que incluiria um compromisso com a linha editorial adotada e o número mínimo de páginas dedicadas ao conteúdo editorial em cada edição.

A desobediência às disposições sujeitaria o infrator às penas previstas no art. 66 da Lei nº 8.078, de 1990, que trata da proteção ao consumidor.

A proposta foi encaminhada a esta Comissão para exame do seu mérito, consoante o disposto no Regimento Interno da Câmara dos Deputados. Transcorrido o prazo regimental de cinco sessões, não foram oferecidas emendas à mesma.

II - VOTO DO RELATOR

A matéria trata de tema controverso. Reconhecemos a pertinência dos argumentos oferecidos pelo Deputado SANDRO MABEL, no sentido de que diversas publicações, em especial as revistas semanais, incluem grande volume de inserções publicitárias, criando falsa expectativa em parte dos seus leitores. Inclusive, como leitor, deve-se questionar tais volumes, o que pode ser objeto de escolha e opção ao arbítrio do leitor.

No entanto, uma lei deste teor poderá, ao tentar resolver o problema detectado pelo ilustre autor, incorrer em outros de maior gravidade.

É preciso lembrar, primeiramente, a íntima relação entre as receitas oriundas da publicidade e a qualidade gráfica da revista, a capacidade editorial de seu “staff” e sua eficácia de apuração jornalística. Ao limitar-se o volume de publicidade que possa ser comercializada, dificulta-se o gerenciamento da casa publicadora, podendo impor perda de qualidade à publicação, prejudicando assim o consumidor. Justamente o oposto da pretensão do nobre autor.

Merece ser lembrado, além disso, que na imprensa escrita a publicidade cumpre um papel eminentemente informativo. Nos jornais, sobretudo, grande parte das inserções enquadram-se na categoria de anúncios classificados, propiciando aos interessados uma forma de aproximação entre comprador e vendedor, com a conseqüente realização do negócio. Não são poucos os leitores

que comprem o veículo precisamente em virtude do anúncio. E em diversas cidades há, por essa razão, jornais especializados em anúncios classificados.

Outra razão encontra fundamento no texto constitucional. O art. 220 da Constituição é enfático ao defender a independência da imprensa, determinando:

“Art. 220

§ 1º Nenhuma lei conterá dispositivo que possa constituir embaraço à plena liberdade de informação jornalística em qualquer veículo de comunicação social, observado o disposto no art. 5º, IV, V, X, XIII e XIV.

.....
§ 6º A publicação de veículo impresso de comunicação independe de licença de autoridade.”

Pretendia o legislador, com tais disposições, deixar claro que a liberdade de informação jornalística representa um bem essencial à preservação do estado democrático e não deve, por esse motivo, ser cerceada. Sem a plena informação, sem um jornalismo independente e responsável, mas também contundente e investigador, não há como a sociedade estar informada dos seus problemas e das ações do governo, da Justiça e de nós, parlamentares, para dar-lhes solução.

Mais importante do que atender ao consumidor, no caso da imprensa, é atender à sociedade. Não parece significativo, nesse sentido, quantas páginas de propaganda existam na revista, reiterando ser objeto de opção do leitor. É crucial que o conteúdo editorial represente, para o leitor, informação de qualidade para subsidiá-lo no pleno exercício da cidadania.

Ao limitar a capacidade de autofinanciamento da publicação e restringir a flexibilidade da sua linha editorial, pode-se estar criando empecilhos à sua liberdade de apurar e noticiar.

Preocupa ainda a sugestão do projeto, de aplicar as disposições do art. 66 do Código de Defesa do Consumidor, Lei nº 8.078, de 1990, que prevê pena de detenção de três meses a um ano, a quem desobedecer às obrigações que o texto cria ou a quem patrocinar a venda de publicação impugnada.

Estaremos sujeitando à cadeia o editor da publicação, o proprietário da gráfica e até mesmo o dono da banca de revistas que a revende, pois patrocinam a oferta, não se coadunando ao comando constitucional do art. 220.

Tais considerações levam a um posicionamento contrário à iniciativa em exame. VOTO pela REJEIÇÃO do Projeto de Lei nº 5.825, de 2005.

Sala da Comissão, em 29 de junho de 2006.

Deputado GUSTAVO FRUET
Relator

III - PARECER DA COMISSÃO

A Comissão de Ciência e Tecnologia, Comunicação e Informática, em reunião ordinária realizada hoje, rejeitou unanimemente o Projeto de Lei nº 5.825/2005, nos termos do Parecer do Relator, Deputado Gustavo Fruet. O Deputado Badu Picanço apresentou voto em separado.

Estiveram presentes os Senhores Deputados:

Julio Semeghini - Presidente, Beto Mansur, Bruno Rodrigues, Cristiano Matheus, Dr. Nechar, Edigar Mão Branca, Eduardo Sciarra, Elismar Prado, Emanuel, Eunício Oliveira, Guilherme Menezes, Gustavo Fruet, Jorge Bittar, Luiza Erundina, Manoel Salviano, Mário Heringer, Nazareno Fonteles, Paulo Henrique Lustosa, Paulo Roberto, Ratinho Junior, Roberto Rocha, Rodrigo Rollemberg, Rômulo Gouveia, Sandes Júnior, Silas Câmara, Valadares Filho, Vic Pires Franco, Walter Pinheiro, Wladimir Costa, Zequinha Marinho, Cida Diogo, Djalma Berger, Eduardo Cunha, Frank Aguiar, Gerson Peres, Lobbe Neto, Nilmar Ruiz, Paulo Piau, Rodrigo de Castro e Takayama.

Sala da Comissão, em 25 de abril de 2007.

Deputado VIC PIRES FRANCO
Presidente em exercício

VOTO EM SEPARADO DO DEPUTADO BADU PICANÇO

O Projeto de Lei nº 5.825, de 2005, de autoria do Deputado SANDRO MABEL, impõe às publicações periódicas impressas, jornais e revistas, um limite de 25% do total do conteúdo da publicação dedicado à propaganda. Também obriga a casa editora a comprometer-se, nos contratos de assinatura, com a linha editorial adotada e o número mínimo de páginas dedicadas ao conteúdo editorial em cada edição.

A desobediência às disposições sujeitaria o infrator às penas previstas no art. 66 da Lei nº 8.078, de 1990, que trata da proteção ao consumidor.

O douto Relator da matéria nesta Comissão, Deputado GUSTAVO FRUET, votou pela REJEIÇÃO da matéria, com o argumento de que a proposta iria prejudicar o equilíbrio econômico-financeiro do empreendimento, ao limitar o espaço publicitário.

Não concordamos com sua avaliação. Uma norma geral, como esta que ora é proposta, ajusta a relação entre propaganda e conteúdo de todas as publicações do mercado e concorrerá para atualizar os preços das inserções, assegurando assim a preservação das receitas dos veículos.

Apoiou-se, ainda, o ilustre relator, no disposto no art. 220 da Carta Magna:

“Art. 220

§ 1º Nenhuma lei conterá dispositivo que possa constituir embaraço à plena liberdade de informação jornalística em qualquer veículo de comunicação social, observado o disposto no art. 5º, IV, V, X, XIII e XIV.

.....

§ 6º A publicação de veículo impresso de comunicação independe de licença de autoridade.”

Não se trata, porém, neste caso, de qualquer restrição à liberdade de informar. Ao contrário, pretende-se que o veículo cumpra seu compromisso editorial, qualquer que seja este, oferecendo ao usuário um volume de dados e de análise compatível com o preço de banca estabelecido para o exemplar.

Não me parecem afeitas à questão, portanto, as disposições do art. 220 da Constituição.

Trata-se, como se depreende da justificação oferecida pelo autor, de um problema de defesa do consumidor, para o qual faz-se mister especificar as condições de avaliação da justeza da transação, em vista da peculiaridade do objeto comercializado.

O próprio relator reconhece a existência do problema, ao lembrar-nos que “diversas publicações, em especial as revistas semanais, incluem grande volume de inserções publicitárias, criando falsa expectativa em parte dos seus leitores”.

Não vejo como preocupação relevante, enfim, que certos veículos, como os jornais de anúncios, sejam obrigados a ajustar sua linha editorial, passando a estender seu espaço a matérias jornalísticas. Entendo que tais ajustes são factíveis e ajudarão a expandir o mercado de trabalho do setor. Dado o carácter competitivo da mídia impressa, as obrigações da lei serão prontamente absorvidas, promovendo uma relação mais equilibrada entre editores e consumidores.

Em vista do exposto, estou convencido da oportunidade e da correção da iniciativa e, por conseguinte, ofereço à Comissão de Ciência e Tecnologia, Comunicação e Informática, o meu VOTO pela APROVAÇÃO do Projeto de Lei nº 5.825, de 2005.

Sala da Comissão, em 13 de dezembro de 2006.

Deputado BADU PIKANÇO

FIM DO DOCUMENTO
