

COMISSÃO DE CIÊNCIA E TECNOLOGIA, COMUNICAÇÃO E INFORMÁTICA

PROJETO DE LEI Nº 5.825, DE 2005

Dispõe sobre a proteção ao
consumidor de publicações periódicas.

Autor: Deputado SANDRO MABEL

Relator: Deputado GUSTAVO FRUET

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 compram 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 de de 2006.

Deputado GUSTAVO FRUET
Relator