



CÂMARA DOS DEPUTADOS

COMISSÃO DE CIÊNCIA E TECNOLOGIA, COMUNICAÇÃO E INFORMÁTICA

PROJETO DE LEI Nº 3.691, DE 1997 **(Projeto de Lei nº 4.097, de 2001, apensado)**

Dispõe sobre a proibição de qualquer tipo de publicidade comercial nas emissoras de televisão por assinatura.

Autor: Deputado Salatiel Carvalho

Relator: Deputado Julio Lopes

I – RELATÓRIO

O projeto sob exame, de autoria do Deputado Salatiel Carvalho, intenta proibir qualquer tipo de veiculação de publicidade comercial nas emissoras de televisão por assinatura, estabelecendo que a desobediência à lei sujeitará a emissora infratora à pena de multa, por veiculação, correspondente ao dobro do valor cobrado pelo anúncio.

Tramita apenso a ele o Projeto de Lei nº 4.097, de 2001, de autoria do Deputado Salvador Zimbaldi, que tem o mesmo objetivo, embora admita a veiculação de propaganda institucional, nos intervalos da programação dos canais pagos, desde que ocupe somente 5% do tempo da transmissão diária.

Os autores justificaram sua iniciativa essencialmente com o fato de os assinantes das TVs por assinatura já pagarem uma mensalidade para terem acesso à programação e, assim, não deveriam ser submetidos a intervalos comerciais.

Alega, ainda, o Dep. Salatiel Carvalho, que se trata de mercado sem concorrentes, onde atuariam apenas dois grupos.

Em duas oportunidades foram apresentados requerimentos solicitando a audiência da Comissão de Economia, Indústria e Comércio para as mencionadas proposições, que não chegaram a ser votados, tendo em vista seu arquivamento, por força regimental, em virtude do fim da legislatura.

Desarquivadas e submetidas ao exame da Comissão de Defesa do Consumidor, Meio Ambiente e Minorias, as proposições receberam parecer pela rejeição da matéria, aprovado por unanimidade naquele órgão técnico.

O relator, Dep. José Borba, enfatizou, na oportunidade, resumidamente, que a



proibição neles contidas comprometeria o equilíbrio econômico-financeiro das empresas que operam a televisão por assinatura, reduziria os investimentos no setor, elevaria os custos para seus assinantes, inviabilizaria o acesso a tais serviços pela camadas de menor renda, frustraria os esforços desenvolvidos até agora para levar o serviço às regiões mais distantes do país e, ainda, provocaria desemprego no setor.

No âmbito desta Comissão de Ciência e Tecnologia, Comunicação e Informática, não foram oferecidas emendas às proposições em exame.

II - VOTO DO RELATOR

O setor de TV por assinatura enfrenta hoje crise sem precedentes, tendo sido frustradas não só as projeções de crescimento feitas em 1997 pelo Ministério das Comunicações, que se materializaram em menos de 20%, como as da Anatel, que estimou a existência, em 2003, de 18 milhões de assinantes. O número de assinantes real, nesta data, entretanto, é de apenas 3,5 milhões.

Este cenário altamente negativo deve-se, principalmente, à concorrência efetiva das redes abertas de televisão – que apresentam programação bastante diversificada e que atende ao interesse da maioria dos telespectadores –, aos custos elevados da programação internacional para dezenas de canais (indispensáveis à atração de grande número de assinantes) e à necessidade de elevados investimentos em construção e manutenção das redes coaxiais e de fibras ópticas.

Segundo a Associação Brasileira de Televisão por Assinatura, a indústria de TV a cabo no Brasil (uma das modalidades do serviço) foi a responsável pela construção no País, nestes últimos dez anos, de mais de 60.000 km de redes de cabos coaxiais e de fibras ópticas, com investimentos superiores a R\$ 4 bilhões de reais. Tais redes foram construídas com a mais moderna tecnologia e cobrem hoje acima de 11 milhões de domicílios urbanos (cerca de 50 milhões de pessoas).

Constituem uma abrangente e densa rede de banda larga, de grande capilaridade, por meio da qual os cidadãos poderão ter acesso a uma verdadeira infovia nacional, que constituirá o mais importante instrumento de governo para instrumentalizar a imprescindível e inadiável política de inclusão digital.

Por intermédio dessa infra-estrutura, graças à sua intrínseca banda larga, permitindo tráfego simultâneo de vídeo, voz e dados em alta velocidade, poderão ser



prestados ao cidadão os mais avançados serviços de educação a distância, telemedicina, segurança e os mais diversos serviços de utilidade pública.

Entretanto, o setor se defrontará com a concorrência de novas tecnologias, serviços de Internet, serviços de comunicação multimídia, além da digitalização da TV aberta, que possivelmente ampliará o número de canais abertos transmitidos.

Por oportuno, vale lembrar que não tem fundamento a assertiva do autor do PL 3.691/97, sob exame, de que o setor estaria nas mãos de apenas dois grupos, uma vez que, em cada cidade atuam no mínimo quatro operadoras: três via satélite (Sky, DirectTV e TecSat) e, em geral, uma ou mais operadoras locais de TV a cabo e/ou de MMDS.

Não se sustenta, também, a alegação de que a publicidade deva ser proibida tendo em vista que os assinantes das TVs por assinatura já pagam a assinatura para ter acesso à programação, pois o mesmo acontece com jornais, periódicos e revistas e até com sessões de cinema, que não estão sujeitos à restrição de veiculação de publicidade, e neles, da mesma forma, o consumidor paga pelo exemplar ou pelo ingresso.

Aduza-se, ainda, que jornais, revistas e periódicos gozam de imunidade tributária, bem como o papel com o qual são confeccionados (art. 150, VI, d, da Constituição Federal), benefício de que não desfruta o serviço de TV por assinatura, que ainda é obrigado, no caso da TV a Cabo, a carregar significativo número de canais obrigatórios gratuitos. Esses canais, previstos na Lei nº 8.977/95, constituem legítima contrapartida social das operadoras.

Conforme dispõe a referida Lei, são obrigatoriamente distribuídos pelas operadoras da TV a cabo, gratuitamente, os seguintes canais, de relevante interesse social:

- TV Câmara
- TV Senado
- TV Justiça
- todas as geradoras locais de TV aberta (VHF e UHF)
- canal legislativo estadual / municipal
- canal universitário
- canal educativo-cultural
- canal comunitário, aberto à utilização livre por entidades não governamentais e sem fins lucrativos
- dois canais eventuais.



É característica da TV por assinatura o oferecimento de grande variedade de opções, como canais de filmes *premium*, onde não há intervalos publicitários durante os filmes e até canais exclusivamente dedicados à venda direta ou a leilões. Estes últimos, em particular, seriam inviabilizados totalmente se aprovados os projetos em apreciação, como seria inviabilizada igualmente a transmissão de eventos esportivos, que não podem prescindir da receita publicitária para atenuar os elevados custos de sua cobertura.

Por último, vale lembrar que, enquanto no Brasil o serviço de TV por assinatura atinge 8% dos lares, no Uruguai a taxa dessa penetração chega a 63%, na Argentina esse índice é 58% e, na Colômbia, 41%.

Desta forma, o setor de TV por assinatura brasileiro necessita, na verdade, de incentivos à sua expansão, e não de restrições, como as contidas nos projetos em tela, para que possa vir a desempenhar o importante papel que lhe está reservado, de diversificação e democratização das fontes de informação à disposição dos cidadãos, bem como da ampliação de suas possibilidades de lazer.

À vista do exposto, somos pela rejeição do Projeto de Lei nº 3.691/97, bem como do Projeto de Lei 4.097/01, em apenso.

Sala da Comissão, em de novembro de 2003.

Deputado JULIO LOPES

Relator