



CÂMARA DOS DEPUTADOS

PROJETO DE LEI N.º 4.209, DE 2004

(Do Sr. Luiz Piauhyllino)

Dispõe sobre a propriedade e o gerenciamento da produção, programação e provimento de conteúdo nacional de comunicação social eletrônica e dá outras providências.

DESPACHO:

ÀS COMISSÕES DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO, INDÚSTRIA E COMÉRCIO; CIÊNCIA E TECNOLOGIA, COMUNICAÇÃO E INFORMÁTICA E CONSTITUIÇÃO E JUSTIÇA E DE CIDADANIA (ART. 54 RICD) - ART. 24, II

APRECIÇÃO:

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

PUBLICAÇÃO INICIAL

Art. 137, caput - RICD

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º. Para fins desta Lei e sua regulamentação, ficam estabelecidas as seguintes definições:

I – Conteúdo: textos, fotografias, sons, imagens e desenhos, estáticos ou em movimento, ou qualquer outra informação, fixados em qualquer tipo de suporte, inclusive os armazenados com tecnologia digital;

II – Conteúdo nacional:

a) o produzido, no todo ou em parte significativa, em língua portuguesa e destinado ao público brasileiro;

b) aquele do qual participem, de forma preponderante, autores, roteiristas, diretores, jornalistas, apresentadores, locutores, atores ou outros artistas brasileiros;

c) o que contenha sons e imagens da transmissão de eventos, culturais, esportivos e outros (a) realizados no território nacional ou (b) dos quais participem, de forma preponderante, brasileiros que atuem no campo cultural, artístico, desportivo ou qualquer outro;

d) o direcionado originalmente aos brasileiros, independentemente do idioma utilizado, de dublagem ou legendagem para a língua portuguesa;

III – Produção: a criação, execução e fixação de conteúdos em qualquer suporte, abrangendo qualquer uma das fases de sua realização; e

IV – Programação: Conteúdos organizados na forma de canais, sítios ou redes IP ou qualquer outra modalidade de comunicação social;

V – Provimento de Conteúdo: a seleção, a ordenação, o fornecimento ou o empacotamento para comercialização de programação destinada a comunicação social, seja qual for o modo pelo

qual venha a ser exibida, independentemente da plataforma de distribuição ou do serviço de telecomunicações de que façam uso;

VI – Comunicação Social: atividade de transmissão de conteúdo de um emissor para vários, independentemente da plataforma de distribuição ou do serviço de telecomunicações utilizado;

Art. 2º. A produção, a programação e o provimento de conteúdo nacional de comunicação social eletrônica, por qualquer meio e independentemente dos serviços de telecomunicações de que façam uso e com os quais não se confundem, somente poderão ser feitos por brasileiros natos ou naturalizados há mais de dez anos, ou por pessoas jurídicas constituídas sob as leis brasileiras, nas quais ao menos 70% do capital total e do capital votante deverão pertencer, direta ou indiretamente, a brasileiros natos ou naturalizados há mais de dez anos.

§ 1º A gestão das atividades empresariais, a responsabilidade editorial e as atividades de seleção e direção de programação são privativas do sócio ou grupo de sócios controladores brasileiros, que as exercerão diretamente ou por meio de representantes que, em qualquer caso, serão obrigatoriamente brasileiros natos ou naturalizados há mais de dez anos.

§ 2º Serão nulas quaisquer relações contratuais ou de natureza que procurem subordinar a gestão das atividades de produção, programação provimento de conteúdo nacional de comunicação social eletrônica à orientação de pessoas físicas ou jurídicas estrangeiras ou mesmo de pessoas jurídicas brasileiras que não atendam ao disposto no caput e no § 1º] deste artigo.

§ 3º No caso da TV por assinatura, a vedação contida no caput deste artigo se aplica à programação e ao provimento de qualquer conteúdo veiculado, seja nacional ou estrangeiro.

Art. 3º É vedado o acesso à Internet senão através de empresa de Provimento de Acesso que preencha as exigências do art. 2º desta lei e seus parágrafos.

Parágrafo Único. As empresas que explorem os serviços de telefonia fixa e móvel não poderão, por si, suas controladas ou controladoras, ou empresas sob controle comum, produzir, programar ou prover conteúdo nacional de comunicação social eletrônica ou prestar o serviço de provimento de acesso à Internet.

Art. 4º Independentemente da plataforma tecnológica utilizada para a transmissão de um conteúdo de comunicação social eletrônica, é proibido a ele sobrepor, tornar disponível simultaneamente, ou de qualquer forma associar patrocínio, publicidade, interatividade, comercialização de produtos ou prestação de serviço, ou qualquer outro conteúdo, sem a expressa autorização de seu programador original.

Art. 5º O descumprimento das disposições desta lei acarretará para os infratores, segundo a gravidade da infração, as penalidades de multa, suspensão e perda da autorização, aplicáveis administrativamente, e de perda da concessão/permissão, mediante procedimento judicial, somente podendo ser efetivada após o trânsito em julgado da decisão judicial que a determinar.

Art. 6º Esta lei entra em vigor na data de sua publicação. Fica concedido um prazo de 24 (vinte e quatro) meses para que todas as empresas em funcionamento cujas atividades sejam reguladas por esta lei se adaptem à suas disposições.

JUSTIFICATIVA

O presente projeto tem por objetivo adaptar a legislação brasileira aos avanços da chamada tecnologia da informação de modo a garantir a preservação dos fins constitucionais em matéria de comunicação social. A Constituição de 1988, no capítulo dedicado à comunicação social (arts. 220 a 224), fixou claramente dois objetivos: (i) a defesa da soberania e da identidade nacionais, incluindo o desenvolvimento da cultura e a proteção do patrimônio cultural brasileiros; e (ii) a manutenção do pluralismo e da liberdade de circulação de idéias, exigindo a prevenção de condutas anticoncorrenciais no setor. O presente projeto trata exatamente desses dois temas.

Como se sabe, os meios de comunicação social, na medida em que atingem o grande público, dispõem de uma enorme capacidade de influenciar a opinião e o comportamento das pessoas e pautar a agenda política, social e cultural do país. Por esta razão, praticamente todos os países do mundo disciplinam a matéria de forma particular. Mais que isso, em um mundo globalizado, no qual as disputas por mercados e influência política e econômica ignoram as fronteiras nacionais, os meios de comunicação social são instrumentos de dominação cultural, empregados freqüentemente para criar padrões de consumo, divulgar visões particulares sobre temas políticos e sociais, internos e internacionais, e consagrar as prioridades daqueles que os controlam. Os filmes, programas e seriados – espanhóis, japoneses ou americanos – têm o poder de criar demandas, seja por roupas, softwares para computador ou equipamentos eletrônicos e esportivos. De outra parte, os jornais e telejornais selecionam os assuntos que serão divulgados e que ocuparão o imaginário e as preocupações da população.

Ocorre que, hoje, meio de comunicação social não descreve apenas os tradicionais rádio e televisão aberta, acerca dos quais há ampla regulamentação. O vertiginoso avanço tecnológico permitiu que o som e a imagem da televisão, que antes só eram transmitidos pelo ar, através da radiodifusão, agora cheguem também por cabo, pelo fio do telefone ou por telefonia móvel, por satélite, por microondas, por fibra ótica, etc. Já é possível, através de um computador conectado à rede mundial (Internet) em banda larga, ou mesmo através de um aparelho de telefonia móvel, ler um jornal, ouvir música ou assistir a uma programação audiovisual idêntica à da televisão convencional. As diferentes televisões por assinatura, por cabo, microondas ou satélite, já são uma realidade há mais de uma década. Em suma: existem novas plataformas tecnológicas capazes de transmitir conteúdos de comunicação social.

Nesse contexto, o presente projeto de lei tem dois objetivos principais. Em **primeiro lugar**, como determina a Constituição Federal, garantir que a produção e a programação de conteúdo nacional de comunicação social estejam efetivamente sob o controle de brasileiros, independentemente da plataforma tecnológica por meio da qual ele seja transmitido. Com esse propósito, além da regulação da

propriedade e da gestão empresarial e da responsabilidade efetiva pela seleção e programação do conteúdo – que já constam da Constituição -, previu-se também a invalidade de qualquer manobra que procure fraudar esse objetivo, como, e.g., acordos negociais que submetam a gestão da empresa brasileira de comunicação social à orientação estrangeira.

É essencial disciplinar o acesso da sociedade ao conteúdo nacional, isto é, aquele associado pelo público com a sua própria identidade nacional, seja porque é falado em português, porque usa atores ou brasileiros em geral ou porque trata de temas nacionais, dentre outros elementos. O que se deseja é evitar que os grupos estrangeiros se aproveitem da facilidade com que conteúdos identificados como nacionais influenciam a população para, dissimuladamente, sob a aparência de conteúdo nacional, veicular seus próprios interesses políticos e econômicos e sua visão de mundo. Repita-se: não se planeja impedir que os brasileiros entrem em contato com as visões de mundo estrangeiras; mas quando se deseje divulgá-las através de meios de comunicação social, esse conteúdo deverá mostrar claramente sua origem, e não disfarçar-se sob a aparência de conteúdo nacional.

O segundo objetivo do projeto é enfrentar o problema da atuação das empresas de telecomunicações no setor de comunicação social. Na verdade, já existem, espalhadas em diversas leis e regulamentos, restrições nessa matéria. Reproduziu-se aqui a vedação, já existente, a que as empresas que exploram serviços de telecomunicação produzam ou programem conteúdo nacional de comunicação social ou forneçam o provimento de acesso à internet, explicitando apenas que a regra atinge também suas controladas e controladoras.

As normas associadas a esse segundo objetivo tem duplo fundamento. Em primeiro lugar, elas funcionam igualmente como mecanismos de proteção da soberania e da cultura nacionais, uma vez que o setor de telecomunicações no Brasil está juridicamente aberto à completa desnacionalização. Em segundo lugar, as providências contidas no projeto procuram evitar que as empresas de telecomunicações – hoje as principais transportadoras de conteúdo de comunicação social – tenham o poder de interferir na escolha dos conteúdos a serem transmitidos, ou nos próprios conteúdos em si,

controlando assim, de forma onipotente, o processo de criação e transmissão da comunicação social.

Na verdade, a possibilidade de as empresas de telecomunicações produzirem e/ou programarem conteúdo, ou de algum modo privilegiarem a transmissão de um determinado conteúdo em detrimento de outros, configuraria por si só processo anticoncorrencial de concentração econômica, na modalidade de verticalização, vedado pela Lei n.º 8.884/94 (art. 21, especialmente inciso VI). Vale registrar que em outros setores também há regras específicas nesse sentido, como é o caso da Portaria n.º 116/00, art. 12, da Agência Nacional de Petróleo – ANP, que veda os distribuidores de combustíveis de exercerem atividade de revenda varejista.

Note-se, por fim, que praticamente todas as preocupações que movem este projeto são objeto de leis e/ou regulamentos, de forma mais ou menos abrangente, porém esparsa. A preocupação de manter o conteúdo nacional de comunicação social sob o controle e responsabilidade de nacionais já figura na Lei do cabo (Lei n.º 8.977/95),m art. 7º: o concessionário deverá ter ao menos cinquenta e um por cento de seu capital social, com direito a voto, pertencente a brasileiros natos ou naturalizados há mais de dez anos) e na Lei n.º 10.610/02, que regulamentou o artigo 222 da Constituição de forma geral. A Medida Provisória n.º 2.228-1/01, que criou a ANCINE e regula a indústria de cinema, dispõe exatamente nessa linha. Por outro lado, quanto ao segundo conjunto de providências contido no projeto, a Lei n.º 9.472/97 (Lei geral de Telecomunicações), art. 61, já limita a atuação das empresas de telecomunicações apenas ao serviço de telecomunicações e o mesmo faz a Norma n.º 4 da ANATEL (Portaria n.º 148/95 do Ministério das Comunicações) ao tratar do PASI. A Lei do cabo (Lei n.º 8.977/95, art. 15), no mesmo sentido, só admite a atuação dessas empresas no serviço de TV a cabo se houver outros interessados.

Sala das Sessões, em 6 de outubro de 2004.

LUIZ PIAUHYLINO
Deputado Federal

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

CONSTITUIÇÃO
da
República Federativa do Brasil
1988

.....

TÍTULO VIII
DA ORDEM SOCIAL

.....

CAPÍTULO V
DA COMUNICAÇÃO SOCIAL

Art. 220. A manifestação do pensamento, a criação, a expressão e a informação, sob qualquer forma, processo ou veículo não sofrerão qualquer restrição, observado o disposto nesta Constituição.

§ 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.

§ 2º É vedada toda e qualquer censura de natureza política, ideológica e artística.

§ 3º Compete à lei federal:

I - regular as diversões e espetáculos públicos, cabendo ao Poder Público informar sobre a natureza deles, as faixas etárias a que não se recomendem, locais e horários em que sua apresentação se mostre inadequada;

II - estabelecer os meios legais que garantam à pessoa e à família a possibilidade de se defenderem de programas ou programações de rádio e televisão que contrariem o disposto no art. 221, bem como da propaganda de produtos, práticas e serviços que possam ser nocivos à saúde e ao meio ambiente.

§ 4º A propaganda comercial de tabaco, bebidas alcoólicas, agrotóxicos, medicamentos e terapias estará sujeita a restrições legais, nos termos do inciso II do parágrafo anterior, e conterá, sempre que necessário, advertência sobre os malefícios decorrentes de seu uso.

§ 5º Os meios de comunicação social não podem, direta ou indiretamente, ser objeto de monopólio ou oligopólio.

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

Art. 221. A produção e a programação das emissoras de rádio e televisão atenderão aos seguintes princípios:

I - preferência a finalidades educativas, artísticas, culturais e informativas;

II - promoção da cultura nacional e regional e estímulo à produção independente que objetive sua divulgação;

III - regionalização da produção cultural, artística e jornalística, conforme percentuais estabelecidos em lei;

IV - respeito aos valores éticos e sociais da pessoa e da família.

Art. 222. A propriedade de empresa jornalística e de radiodifusão sonora e de sons e imagens é privativa de brasileiros natos ou naturalizados há mais de dez anos, ou de pessoas jurídicas constituídas sob as leis brasileiras e que tenham sede no País.

** Artigo, caput, com redação dada pela Emenda Constitucional nº 36, de 28/05/2002*

§ 1º Em qualquer caso, pelo menos setenta por cento do capital total e do capital votante das empresas jornalísticas e de radiodifusão sonora e de sons e imagens deverá pertencer, direta ou indiretamente, a brasileiros natos ou naturalizados há mais de dez anos, que exercerão obrigatoriamente a gestão das atividades e estabelecerão o conteúdo da programação.

** § 1º com redação dada pela Emenda Constitucional nº 36, de 28/05/2002*

§ 2º A responsabilidade editorial e as atividades de seleção e direção da programação veiculada são privativas de brasileiros natos ou naturalizados há mais de dez anos, em qualquer meio de comunicação social.

** § 2º com redação dada pela Emenda Constitucional nº 36, de 28/05/2002*

§ 3º Os meios de comunicação social eletrônica, independentemente da tecnologia utilizada para a prestação do serviço, deverão observar os princípios enunciados no art. 221, na forma de lei específica, que também garantira a prioridade de profissionais brasileiros na execução de produções nacionais.

** § 3º acrescido pela Emenda Constitucional nº 36, de 28/05/2002*

§ 4º A Lei disciplinará a participação de capital estrangeiro nas empresas de que trata o § 1º.

** § 4º acrescido pela Emenda Constitucional nº 36, de 28/05/2002 (DOU de*

§ 5º As alterações de controle societário das empresas de que trata o § 1º serão comunicadas ao Congresso Nacional.

** § 5º acrescido pela Emenda Constitucional nº 36, de 28/05/2002*

Art. 223. Compete ao Poder Executivo outorgar e renovar concessão, permissão e autorização para o serviço de radiodifusão sonora e de sons e imagens, observado o princípio da complementaridade dos sistemas privado, público e estatal.

§ 1º O Congresso Nacional apreciará o ato no prazo do art. 64, §§ 2º e 4º, a contar do recebimento da mensagem.

§ 2º A não-renovação da concessão ou permissão dependerá de aprovação de, no mínimo, dois quintos do Congresso Nacional, em votação nominal.

§ 3º O ato de outorga ou renovação somente produzirá efeitos legais após deliberação do Congresso Nacional, na forma dos parágrafos anteriores.

§ 4º O cancelamento da concessão ou permissão, antes de vencido o prazo, depende de decisão judicial.

§ 5º O prazo da concessão ou permissão será de dez anos para as emissoras de rádio e de quinze para as de televisão.

Art. 224. Para os efeitos do disposto neste capítulo, o Congresso Nacional instituirá, como órgão auxiliar, o Conselho de Comunicação Social, na forma da lei.

.....

.....

LEI Nº 8.884, DE 11 DE JUNHO DE 1994

Transforma o Conselho Administrativo de Defesa Econômica - CADE em Autarquia, dispõe sobre a Prevenção e a Repressão às Infrações contra a Ordem Econômica e dá outras providências.

.....

TÍTULO V DAS INFRAÇÕES DA ORDEM ECONÔMICA

.....

CAPÍTULO II DAS INFRAÇÕES

.....

Art. 21. As seguintes condutas, além de outras, na medida em que configurem hipótese prevista no art. 20 e seus incisos, caracterizam infração da ordem econômica:

I - fixar ou praticar, em acordo com concorrente, sob qualquer forma, preços e condições de venda de bens ou de prestação de serviços;

II - obter ou influenciar a adoção de conduta comercial uniforme ou concertada entre concorrentes;

III - dividir os mercados de serviços ou produtos, acabados ou semi-acabados, ou as fontes de abastecimento de matérias-primas ou produtos intermediários;

IV - limitar ou impedir o acesso de novas empresas ao mercado;

V - criar dificuldades à constituição, ao funcionamento ou ao desenvolvimento de empresa concorrente ou de fornecedor, adquirente ou financiador de bens ou serviços;

VI - impedir o acesso de concorrente às fontes de insumo, matérias-primas, equipamentos ou tecnologia, bem como aos canais de distribuição;

VII - exigir ou conceder exclusividade para divulgação de publicidade nos meios de comunicação de massa;

VIII - combinar previamente preços ou ajustar vantagens na concorrência pública ou administrativa;

IX - utilizar meios enganosos para provocar a oscilação de preços de terceiros;

X - regular mercados de bens ou serviços, estabelecendo acordos para limitar ou controlar a pesquisa e o desenvolvimento tecnológico, a produção de bens ou prestação de serviços, ou para dificultar investimentos destinados à produção de bens ou serviços ou à sua distribuição;

XI - impor, no comércio de bens ou serviços, a distribuidores, varejistas e representantes, preços de revenda, descontos, condições de pagamento, quantidades mínimas ou máximas, margem de lucro ou quaisquer outras condições de comercialização relativos a negócios destes com terceiros;

XII - discriminar adquirentes ou fornecedores de bens ou serviços por meio da fixação diferenciada de preços, ou de condições operacionais de venda ou prestação de serviços;

XIII - recusar a venda de bens ou a prestação de serviços, dentro das condições de pagamento normais aos usos e costumes comerciais;

XIV - dificultar ou romper a continuidade ou desenvolvimento de relações comerciais de prazo indeterminado em razão de recusa da outra parte em submeter-se a cláusulas e condições comerciais injustificáveis ou anticoncorrenciais;

XV - destruir, inutilizar ou açambarcar matérias-primas, produtos intermediários ou acabados, assim como destruir, inutilizar ou dificultar a operação de equipamentos destinados a produzi-los, distribuí-los ou transportá-los;

XVI - açambarcar ou impedir a exploração de direitos de propriedade industrial ou intelectual ou de tecnologia;

XVII - abandonar, fazer abandonar ou destruir lavouras ou plantações, sem justa causa comprovada;

XVIII - vender injustificadamente mercadoria abaixo do preço de custo;

XIX - importar quaisquer bens abaixo do custo no país exportador, que não seja signatário dos Códigos "Antidumping" e de Subsídios do GATT;

XX - interromper ou reduzir em grande escala a produção, sem justa causa comprovada;

XXI - cessar parcial ou totalmente as atividades da empresa sem justa causa comprovada;

XXII - reter bens de produção ou de consumo, exceto para garantir a cobertura dos custos de produção;

XXIII - subordinar a venda de um bem à aquisição de outro ou à utilização de um serviço, ou subordinar a prestação de um serviço à utilização de outro ou à aquisição de um bem;

XXIV - impor preços excessivos, ou aumentar sem justa causa o preço de bem ou serviço.

Parágrafo único. Na caracterização da imposição de preços excessivos ou do aumento injustificado de preços, além de outras circunstâncias econômicas e mercadológicas relevantes, considerar-se-á:

I - o preço do produto ou serviço, ou sua elevação, não justificados pelo comportamento do custo dos respectivos insumos, ou pela introdução de melhorias de qualidade;

II - o preço de produto anteriormente produzido, quando se tratar de sucedâneo resultante de alterações não substanciais;

III - o preço de produtos e serviços similares, ou sua evolução, em mercados competitivos comparáveis;

IV - a existência de ajuste ou acordo, sob qualquer forma, que resulte em majoração do preço de bem ou serviço ou dos respectivos custos.

Art. 22. (VETADO)
Parágrafo único. (VETADO)

.....

.....

LEI Nº 8.977, DE 6 DE JANEIRO DE 1995

Dispõe sobre o Serviço de TV a Cabo e dá outras providências.

.....

CAPÍTULO II COMPETÊNCIA

.....

Art. 7º A concessão para o serviço de TV a Cabo será dada exclusivamente a pessoa jurídica de direito privado que tenha como atividade principal a prestação deste serviço e que tenha:

I - sede no Brasil;

II - pelo menos cinquenta e um por cento do capital social, com direito a voto, pertencente a brasileiros natos ou naturalizados há mais de dez anos ou a sociedade sediada no País, cujo controle pertença a brasileiros natos ou naturalizados há mais de dez anos.

Art. 8º Não podem habilitar-se a outorga do serviço de TV a Cabo pessoas jurídicas que se enquadrem em quaisquer das seguintes situações:

I - aquelas que, já sendo titulares de concessão do serviço de TV a Cabo, não tenham iniciado a operação do serviço no prazo estabelecido nesta Lei ou que se encontrem inadimplentes com a fiscalização do Poder Executivo, ou tenham tido cassadas suas concessões há menos de cinco anos;

II - aquelas das quais faça parte algum sócio ou cotista que tenha pertencido aos quadros societários de empresas enquadradas nas condições previstas no inciso I deste artigo.

.....

CAPÍTULO III DA OUTORGA

.....

Art. 15. As concessionárias de telecomunicações somente serão autorizadas a operar serviço de TV a Cabo na hipótese de desinteresse manifesto de empresas privadas, caracterizado pela ausência de resposta a edital relativo a uma determinada área de prestação de serviço.

CAPÍTULO IV DA INSTALAÇÃO DO SERVIÇO

Art. 16. A Rede de Transporte de Telecomunicações é de propriedade da concessionária de telecomunicações e será utilizada para diversas operações de transporte de sinais de telecomunicações, inclusive o de sinais de TV.

.....

.....

LEI Nº 10.610, DE 20 DE DEZEMBRO DE 2002

Dispõe sobre a participação de capital estrangeiro nas empresas jornalísticas e de radiodifusão sonora e de sons e imagens, conforme o § 4º do art. 222 da Constituição, altera os arts. 38 e 64 da Lei nº 4.117, de 27 de agosto de 1962, o § 3º do art. 12 do Decreto-Lei nº 236, de 28 de fevereiro de 1967, e dá outras providências.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA

Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte Lei:

Art. 1º Esta Lei disciplina a participação de capital estrangeiro nas empresas jornalísticas e de radiodifusão sonora e de sons e imagens de que trata o § 4º do art. 222 da Constituição.

Art. 2º A participação de estrangeiros ou de brasileiros naturalizados há menos de dez anos no capital social de empresas jornalísticas e de radiodifusão não poderá exceder a trinta por cento do capital total e do capital votante dessas empresas e somente se dará de forma indireta, por intermédio de pessoa jurídica constituída sob as leis brasileiras e que tenha sede no País.

§ 1º As empresas efetivamente controladas, mediante encadeamento de outras empresas ou por qualquer outro meio indireto, por estrangeiros ou por brasileiros naturalizados há menos de dez anos não poderão ter participação total superior a trinta por cento no capital social, total e votante, das empresas jornalísticas e de radiodifusão.

§ 2º É facultado ao órgão do Poder Executivo expressamente definido pelo Presidente da República requisitar das empresas jornalísticas e das de radiodifusão, dos órgãos de registro comercial ou de registro civil das pessoas jurídicas as informações e os documentos necessários para a verificação do cumprimento do disposto neste artigo.

.....

.....

MEDIDA PROVISÓRIA Nº 2.228-1, DE 6 DE SETEMBRO DE 2001.

Estabelece princípios gerais da Política Nacional do Cinema, cria o Conselho Superior do Cinema e a Agência Nacional do Cinema - ANCINE, institui o Programa de Apoio ao Desenvolvimento do Cinema Nacional - PRODECINE, autoriza a criação de Fundos de Financiamento da Indústria Cinematográfica Nacional - FUNCINES, altera a legislação sobre a Contribuição para o Desenvolvimento da Indústria Cinematográfica Nacional e dá outras providências.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA, no uso da atribuição que lhe confere o art. 62 da Constituição, adota a seguinte Medida Provisória, com força de lei:

CAPÍTULO I DAS DEFINIÇÕES

Art 1º Para fins desta Medida Provisória entende-se como:

I - obra audiovisual: produto da fixação ou transmissão de imagens, com ou sem som, que tenha a finalidade de criar a impressão de movimento, independentemente dos processos de captação, do suporte utilizado inicial ou posteriormente para fixá-las ou transmiti-las, ou dos meios utilizados para sua veiculação, reprodução, transmissão ou difusão;

II - obra cinematográfica: obra audiovisual cuja matriz original de captação é uma película com emulsão fotossensível ou matriz de captação digital, cuja destinação e exibição seja prioritariamente e inicialmente o mercado de salas de exibição;

III - obra videofonográfica: obra audiovisual cuja matriz original de captação é um meio magnético com capacidade de armazenamento de informações que se traduzem em imagens em movimento, com ou sem som;

IV - obra cinematográfica e videofonográfica de produção independente: aquela cuja empresa produtora, detentora majoritária dos direitos patrimoniais sobre a obra, não tenha qualquer associação ou vínculo, direto ou indireto, com empresas de serviços de radiodifusão de sons e imagens ou operadoras de comunicação eletrônica de massa por assinatura;

V - obra cinematográfica e videofonográfica brasileira: aquela que atende a um dos seguintes requisitos:

a) ser produzida por empresa produtora brasileira registrada na ANCINE, observado o disposto no parágrafo único, e ser de autor e diretor brasileiro ou estrangeiro residente no País há mais de cinco anos, utilizando para sua produção, no mínimo, dois terços de artistas e técnicos brasileiros ou residentes no Brasil há mais de cinco anos;

b) ser realizada por empresa produtora brasileira registrada na ANCINE, em associação com empresas de outros países com os quais o Brasil mantenha acordo de co-produção cinematográfica e em consonância com os mesmos.

VI - segmento de mercado: mercados de salas de exibição, vídeo doméstico em qualquer suporte, radiodifusão de sons e imagens, comunicação eletrônica de massa por assinatura, mercado publicitário audiovisual ou quaisquer outros mercados que veiculem obras cinematográficas e videofonográficas;

VII - obra cinematográfica ou videofonográfica de curta metragem: aquela cuja duração é igual ou inferior a quinze minutos;

VIII - obra cinematográfica ou videofonográfica de média metragem: aquela cuja duração é superior a quinze minutos e igual ou inferior a setenta minutos;

IX - obra cinematográfica ou videofonográfica de longa metragem: aquela cuja duração é superior a setenta minutos;

X - obra cinematográfica ou videofonográfica seriada: aquela que, sob o mesmo título, seja produzida em capítulos;

XI - telefilme: obra documental, ficcional ou de animação, com no mínimo cinqüenta e no máximo cento e vinte minutos de duração, produzida para primeira exibição em meios eletrônicos.

Parágrafo único. Para os fins do inciso V deste artigo, entende-se por empresa produtora brasileira aquela constituída sob as leis brasileiras e que tenha sua sede e administração no País, cuja maioria do capital total e votante seja de titularidade direta ou indireta de pessoas físicas brasileiras, natas ou naturalizadas há mais de dez anos, as quais devem exercer, de fato e de direito, o poder decisório da empresa.

CAPÍTULO II DA POLÍTICA NACIONAL DO CINEMA

Art. 2º A política nacional do cinema terá por base os seguintes princípios gerais:

I - promoção da cultura nacional e da língua portuguesa mediante o estímulo ao desenvolvimento da indústria cinematográfica e audiovisual nacional;

II - garantia da presença de obras cinematográficas e videofonográficas nacionais nos diversos segmentos de mercado;

III - programação e distribuição de obras audiovisuais de qualquer origem nos meios eletrônicos de comunicação de massa sob obrigatória responsabilidade editorial de empresas brasileiras;

IV - respeito ao direito autoral sobre obras audiovisuais nacionais e estrangeiras.

.....
.....

LEI Nº 9.472, DE 16 DE JULHO DE 1997

Dispõe sobre a Organização dos Serviços de Telecomunicações, a Criação e Funcionamento de um Órgão Regulador e outros Aspectos Institucionais, nos termos da Emenda Constitucional nº 8, de 1995.

.....

LIVRO III
DA ORGANIZAÇÃO DOS SERVIÇOS DE TELECOMUNICAÇÕES

TÍTULO I
DISPOSIÇÕES GERAIS

CAPÍTULO I
DAS DEFINIÇÕES

.....

Art. 61. Serviço de valor adicionado é a atividade que acrescenta, a um serviço de telecomunicações que lhe dá suporte e com o qual não se confunde, novas utilidades relacionadas ao acesso, armazenamento, apresentação, movimentação ou recuperação de informações.

§ 1º Serviço de valor adicionado não constitui serviço de telecomunicações, classificando-se seu provedor como usuário do serviço de telecomunicações que lhe dá suporte, com os direitos e deveres inerentes a essa condição.

§ 2º É assegurado aos interessados o uso das redes de serviços de telecomunicações para prestação de serviços de valor adicionado, cabendo à Agência, para assegurar esse direito, regular os condicionamentos, assim como o relacionamento entre aqueles e as prestadoras de serviço de telecomunicações.

CAPÍTULO II
DA CLASSIFICAÇÃO

Art. 62. Quanto à abrangência dos interesses a que atendem, os serviços de telecomunicações classificam-se em serviços de interesse coletivo e serviços de interesse restrito.

Parágrafo único. Os serviços de interesse restrito estarão sujeitos aos condicionamentos necessários para que sua exploração não prejudique o interesse coletivo.

.....

.....

PORTARIA ANP Nº 116, DE 5 DE JULHO DE 2000

Regulamenta o exercício da atividade de
revenda varejista de combustível automotivo.

O DIRETOR-GERAL da AGÊNCIA NACIONAL DO PETRÓLEO - ANP, no uso de suas atribuições, considerando as disposições da Lei nº 9.478, de 06 de agosto de 1997, e da Resolução de Diretoria nº 392, de 5 de julho de 2000, torna público o seguinte ato:

Das Disposições Gerais

Art. 1º. Fica regulamentado, pela presente Portaria, o exercício da atividade de revenda varejista de combustível automotivo.

Do Exercício da Atividade de Revenda Varejista por Distribuidor

.....

Art. 12. É vedado ao distribuidor de combustíveis líquidos derivados de petróleo, álcool combustível e outros combustíveis automotivos o exercício da atividade de revenda varejista.

§ 1º. O caput do artigo não se aplica quando o posto revendedor se destinar ao treinamento de pessoal, com vistas à melhoria da qualidade do atendimento aos consumidores.

§ 2º. O posto revendedor de que trata o parágrafo anterior deverá atender as disposições desta Portaria e ter autorização específica da ANP, como posto revendedor escola.

Do Recadastramento

Art. 13. Fica concedido ao revendedor varejista, em operação na data de publicação desta Portaria, o prazo de 60 (sessenta) dias para proceder ao seu recadastramento perante a ANP, mediante o atendimento ao disposto nos incisos de II a VI do art. 4º desta Portaria.

Parágrafo único. A protocolização dos documentos previstos nos incisos referidos no caput deste artigo somente será efetuada caso a apresentação dos mesmos se faça de forma concomitante.

.....

.....

NORMA 004/95

USO DE MEIOS DA REDE PÚBLICA DE TELECOMUNICAÇÕES PARA ACESSO À INTERNET

1. OBJETIVO

Esta Norma tem com objetivo regular o uso dos meios da Rede Pública de Telecomunicações para o provimento e utilização de Serviços de Conexão à Internet.

2. CAMPO DE APLICAÇÃO

Esta Norma se aplica:

- h. às Entidades Exploradoras de Serviços Públicos de Telecomunicações (EESPT) no provimento de meios da Rede Pública de Telecomunicações a Provedores e Usuários de Serviços de Conexão à Internet;
- i. aos Provedores e Usuários de Serviços de Conexão à Internet na utilização dos meios da Rede Pública de Telecomunicações

3. DEFINIÇÕES

Para fins desta Norma são adotadas as definições contidas no Regulamento Geral para execução da Lei no. 4.117, aprovado pelo Decreto no. 52.026, de 20 de maio de 1963, alterado pelo Decreto no. 97.057, de 10 de novembro de 1988, e ainda as seguintes:

- a. Internet: nome genérico que designa o conjunto de redes, os meios de transmissão e comutação, roteadores, equipamentos e protocolos necessários à comunicação entre computadores, bem como o "software" e os dados contidos nestes computadores;
- b. Serviço de Valor Adicionado: serviço que acrescenta a uma rede preexistente de um serviço de telecomunicações, meios ou recursos que criam novas utilidades específicas, ou novas atividades produtivas, relacionadas com o acesso, armazenamento, movimentação e recuperação de informações;
- c. Serviço de Conexão à Internet (SCI): nome genérico que designa Serviço de Valor Adicionado que possibilita o acesso à Internet a Usuários e Provedores de Serviços de Informações;
- d. Provedor de Serviço de Conexão à Internet (PSCI): entidade que presta o Serviço de Conexão à Internet;
- e. Provedor de Serviço de Informações: entidade que possui informações de interesse e as dispõem na Internet, por intermédio do Serviço de Conexão à Internet;
- f. Usuário de Serviço de Informações: Usuário que utiliza, por intermédio do Serviço de Conexão à Internet, as informações dispostas pelos Provedores de Serviço de Informações;
- g. Usuário de Serviço de Conexão à Internet: nome genérico que designa Usuários e Provedores de Serviços de Informações que utilizam o Serviço de Conexão à Internet;
- h. Ponto de Conexão à Internet: ponto através do qual o SCI se conecta à Internet;
- i. Coordenador Internet: nome genérico que designa os órgãos responsáveis pela padronização, normatização, administração, controle, atribuição de endereços, gerência de domínios e outras atividades correlatas, no tocante à Internet;

PORTARIA Nº 148 DE 31 DE MAIO DE 1995.

O MINISTRO DE ESTADO DAS COMUNICAÇÕES, no uso das atribuições que lhe confere o art. 87, parágrafo único, item II da Constituição Federal, e

- CONSIDERANDO os comentários e sugestões resultantes da consulta pública realizada pela Portaria SSC/MC no. 13, de 20 de abril de 1995, resolve:

Art. 1º Aprovar a NORMA nº. 004/95 - USO DE MEIOS DA REDE PÚBLICA DE TELECOMUNICAÇÕES PARA ACESSO À INTERNET, que com esta baixa.

Art. 2º Esta Portaria entra em vigor na data de sua publicação.

SÉRGIO MOTTA

FIM DO DOCUMENTO
