



CÂMARA DOS DEPUTADOS

PROJETO DE LEI N.º 9.049-A, DE 2017

(Do Sr. Capitão Augusto)

Acrescenta parágrafo ao art. 36 da Lei nº 12.529, de 2011, para estabelecer como infração à ordem econômica a concentração decorrente de monopólio ou oligopólio dos meios de comunicação social; tendo parecer da Comissão de Comunicação, pela aprovação, com Substitutivo (relator: DEP. PASTOR DINIZ).

NOVO DESPACHO:

ÀS COMISSÕES DE:
COMUNICAÇÃO;
DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO;
INDÚSTRIA, COMÉRCIO E SERVIÇOS; E
CONSTITUIÇÃO E JUSTIÇA E DE CIDADANIA (ART. 54 RICD)

APRECIAÇÃO:

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

S U M Á R I O

I - Projeto inicial

II - Na Comissão de Comunicação:

- Parecer do relator
- Substitutivo oferecido pelo relator
- Parecer da Comissão
- Substitutivo adotado pela Comissão

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta Lei tem por objetivo acrescentar parágrafo ao art. 36 da Lei nº 12.529, de 2011, para estabelecer como infração à ordem econômica a concentração decorrente de monopólio ou oligopólio dos meios de comunicação social.

Art. 2º O art. 36 da Lei nº 12.529, de 2011, passa a vigorar acrescido do seguinte parágrafo:

“Art. 36

.....
§ 4º Configura infração, também, a conduta que, nos moldes previstos neste artigo, acarrete a concentração, decorrente de monopólio ou oligopólio, dos meios de comunicação social, seja de mídia eletrônica ou impressa.” (NR)

Art. 3º Esta lei entra em vigor na data de sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

A Lei nº 12.529, de 2011, foi editada com o escopo de estruturar o Sistema Brasileiro de Defesa da Concorrência, dispondo sobre a prevenção e repressão às infrações contra a ordem econômica.

Essa salutar política para a proteção do mercado não conta, contudo, com um importante destaque que merece especial disposição na norma por sua relevância para o povo brasileiro. Trata-se da necessidade de limitação da concentração dos meios de comunicação.

A questão há muito é debatida pela sociedade, que vê com preocupação o domínio da mídia nas mãos de poucos e poderosos grupos econômicos, os quais, como a rede globo de comunicação, dominando o mercado em todos os seus seguimentos, intervém sobremaneira em todas as questões sociais, desde as mais singelas às mais relevantes.

Exemplo disso é a capacidade de influência que a imprensa exerce na condução e no resultado das eleições seja para o executivo seja para o legislativo em todos os entes da federação.

Um grupo com domínio de mercado é capaz de difundir e concentrar as informações que lhe convém de acordo com seus interesses para transmiti-las ao seu modo aos eleitores, ditando, com isso, o futuro do país.

Sem dúvidas, como popularmente já se afirma, a imprensa tem se revelado como o 4º poder da nossa República e, portanto, não pode, sob pena de gravíssima exposição da nossa população, ficar sujeita a monopólios ou oligopólios.

Por isso, a democratização da concorrência ganha sua especial relevância nesse segmento.

Vejo com preocupação grupos de comunicação que dominam o mercado querendo estabelecer a todo custo, não sei a serviço de que interesses,

paradigmas de inversão de valores, como a desmoralização dos policiais militares e a glamourização dos marginais.

É que nesse mercado midiático em que tem mais espaço quem paga mais, quem detém o poder econômico é que dita aquilo que será transmitido nos meios de comunicação.

A respeito da importância da intervenção nesse domínio de mercado reproduzo abaixo trecho de matéria escrita por William Pedreira para a Central Única dos Trabalhadores – CUT, que denuncia que menos de 10 famílias-empresas controlam 70% da mídia no Brasil, detendo a família Marinho (dona da Rede Globo de Televisão) quase 40% dessa fatia:

“Todo indivíduo tem direito à liberdade de opinião e de expressão, o que implica o direito de não ser inquietado pelas suas opiniões e o de procurar, receber e difundir, sem consideração de fronteiras, informações e ideias por qualquer meio de expressão” - Artigo 19 da Declaração Universal de Direitos Humanos.

A realidade no Brasil apresenta um quadro completamente dissonante dos parâmetros estabelecidos pela Declaração de Direitos Humanos, conforme apresentação feita pela jornalista Bia Barbosa, coordenadora do coletivo Intervozes, durante debate organizado pelo Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação (FNDC) no Fórum Mundial de Direitos Humanos nesta quinta (12).

‘Não vamos consolidar as diretrizes da Declaração Universal se não entendermos que a comunicação faz parte desta luta. Infelizmente, no Brasil, existem uma série de obstáculos que impedem a liberdade de expressão, uma ferramenta e um mecanismo fundamental para avançar nos outros direitos’, afirmou Bia.

Estudo ‘Donos da Mídia’ organizado pelo FNDC revela que no Brasil menos de 10 famílias-empresas controlam 70% da mídia no Brasil. Somente a família Marinho (dona da Rede Globo de Televisão) detém quase 40% dessa fatia.

Existem 9.477 veículos de comunicação, porém quatro grandes grupos nacionais controlam diferentes mídias, consolidando uma espécie de oligopólio no setor da comunicação.

Controlados por dinastias familiares, os meios de comunicação reproduzem os interesses da elite e do capital, propagam o discurso da globalização e do neoliberalismo e exaltam a vida para o mercado, o consumismo e o individualismo.”¹

Em face o exposto, contamos com o apoio dos nobres Pares para a aprovação deste projeto de lei.

Sala das Sessões, em 08 de novembro de 2017.

Deputado CAPITÃO AUGUSTO

LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA Coordenação de Organização da Informação Legislativa - CELEG

¹ <http://cutrj.org.br/noticias/romper-com-o-monopolio-dos-meios-de-comunicacao-para-consolidar-a-plena-democracia-ff07/>

Serviço de Tratamento da Informação Legislativa - SETIL
Seção de Legislação Citada - SELEC

LEI N° 12.529, DE 30 DE NOVEMBRO DE 2011

Estrutura o Sistema Brasileiro de Defesa da Concorrência; dispõe sobre a prevenção e repressão às infrações contra a ordem econômica; altera a Lei nº 8.137, de 27 de dezembro de 1990, o Decreto-Lei nº 3.689, de 3 de outubro de 1941 - Código de Processo Penal, e a Lei nº 7.347, de 24 de julho de 1985; revoga dispositivos da Lei nº 8.884, de 11 de junho de 1994, e a Lei nº 9.781, de 19 de janeiro de 1999; e dá outras providências.

A PRESIDENTA DA REPÚBLICA

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

TÍTULO V
DAS INFRAÇÕES DA ORDEM ECONÔMICA

CAPÍTULO II
DAS INFRAÇÕES

Art. 36. Constituem infração da ordem econômica, independentemente de culpa, os atos sob qualquer forma manifestados, que tenham por objeto ou possam produzir os seguintes efeitos, ainda que não sejam alcançados:

I - limitar, falsear ou de qualquer forma prejudicar a livre concorrência ou a livre iniciativa;

II - dominar mercado relevante de bens ou serviços;

III - aumentar arbitrariamente os lucros; e

IV - exercer de forma abusiva posição dominante.

§ 1º A conquista de mercado resultante de processo natural fundado na maior eficiência de agente econômico em relação a seus competidores não caracteriza o ilícito previsto no inciso II do *caput* deste artigo.

§ 2º Presume-se posição dominante sempre que uma empresa ou grupo de empresas for capaz de alterar unilateral ou coordenadamente as condições de mercado ou quando controlar 20% (vinte por cento) ou mais do mercado relevante, podendo este percentual ser alterado pelo Cade para setores específicos da economia.

§ 3º As seguintes condutas, além de outras, na medida em que configurem hipótese prevista no *caput* deste artigo e seus incisos, caracterizam infração da ordem econômica:

I - acordar, combinar, manipular ou ajustar com concorrente, sob qualquer forma:

a) os preços de bens ou serviços ofertados individualmente;

b) a produção ou a comercialização de uma quantidade restrita ou limitada de bens ou a prestação de um número, volume ou frequência restrita ou limitada de serviços;

c) a divisão de partes ou segmentos de um mercado atual ou potencial de bens ou serviços, mediante, dentre outros, a distribuição de clientes, fornecedores, regiões ou períodos;

d) preços, condições, vantagens ou abstenção em licitação pública;

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

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

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

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

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

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

VIII - 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;

IX - 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;

X - 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;

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

XII - 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;

XIII - 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;

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

XV - vender mercadoria ou prestar serviços injustificadamente abaixo do preço de custo;

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

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

XVIII - 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; e

XIX - exercer ou explorar abusivamente direitos de propriedade industrial, intelectual, tecnologia ou marca.

CAPÍTULO III DAS PENAS

Art. 37. A prática de infração da ordem econômica sujeita os responsáveis às seguintes penas:

I - no caso de empresa, multa de 0,1% (um décimo por cento) a 20% (vinte por cento) do valor do faturamento bruto da empresa, grupo ou conglomerado obtido, no último exercício anterior à instauração do processo administrativo, no ramo de atividade empresarial em que ocorreu a infração, a qual nunca será inferior à vantagem auferida, quando for possível sua estimação;

II - no caso das demais pessoas físicas ou jurídicas de direito público ou privado, bem como quaisquer associações de entidades ou pessoas constituídas de fato ou de direito, ainda que temporariamente, com ou sem personalidade jurídica, que não exerçam atividade empresarial, não sendo possível utilizar-se o critério do valor do faturamento bruto, a multa será entre R\$ 50.000,00 (cinquenta mil reais) e R\$ 2.000.000.000,00 (dois bilhões de reais);

III - no caso de administrador, direta ou indiretamente responsável pela infração cometida, quando comprovada a sua culpa ou dolo, multa de 1% (um por cento) a 20% (vinte por cento) daquela aplicada à empresa, no caso previsto no inciso I do *caput* deste artigo, ou às pessoas jurídicas ou entidades, nos casos previstos no inciso II do *caput* deste artigo.

§ 1º Em caso de reincidência, as multas combinadas serão aplicadas em dobro.

§ 2º No cálculo do valor da multa de que trata o inciso I do *caput* deste artigo, o Cade poderá considerar o faturamento total da empresa ou grupo de empresas, quando não dispuser do valor do faturamento no ramo de atividade empresarial em que ocorreu a infração, definido pelo Cade, ou quando este for apresentado de forma incompleta e/ou não demonstrado de forma inequívoca e idônea.

.....

.....

COMISSÃO DE COMUNICAÇÃO

PROJETO DE LEI Nº 9.049, DE 2017

Acrescenta parágrafo ao art. 36 da Lei nº 12.529, de 2011, para estabelecer como infração à ordem econômica a concentração decorrente de monopólio ou oligopólio dos meios de comunicação social.

Autor: Deputado CAPITÃO AUGUSTO

Relator: Deputado PASTOR DINIZ

I - RELATÓRIO

O Projeto de Lei nº 9.049, de 2017, de autoria do nobre Deputado Capitão Augusto, acrescenta um parágrafo ao art. 36 da Lei nº 12.529, de 30 de novembro de 2011, que trata do sistema de defesa da concorrência.

O parágrafo inserido determina:

§ 4º Configura infração, também, a conduta que, nos moldes previstos neste artigo, acarrete a concentração, decorrente de monopólio ou oligopólio, dos meios de comunicação social, seja de mídia eletrônica ou impressa.

O autor justifica a proposta lembrando que, de acordo com levantamento repercutido pela Central Única dos Trabalhadores – CUT, menos de dez empresas familiares controlam 70% da mídia no Brasil, detendo a família Marinho (dona da Rede Globo de Televisão) quase 40% dessa fatia.

A matéria foi inicialmente distribuída para apreciação de mérito das Comissões de Ciência e Tecnologia, Comunicação e Informática (CCTCI), e de Desenvolvimento Econômico, Indústria, Comércio e Serviços (CDEICS) e, quanto à constitucionalidade, juridicidade e técnica legislativa, pela Comissão



* C D 2 5 0 6 3 7 5 3 2 9 0 0 *

de Constituição e Justiça e de Cidadania (CCJC). Tendo em vista, porém, a edição da Resolução da Câmara dos Deputados n. 1/2023, a proposta foi redistribuída para a Comissão de Comunicação, para a Comissão de Desenvolvimento Econômico e para a Comissão de Indústria, Comércio e Serviços, além da Comissão de Constituição e Justiça e de Cidadania.

A matéria tramita em regime ordinário, com apreciação conclusiva pelas comissões. Transcorrido o prazo regimental, não foram oferecidas emendas.

Compete-nos, pois, examinar a matéria à luz do disposto no art. 32, inciso XXVII, do Regimento Interno.

É o relatório.

II - VOTO DO RELATOR

A concentração econômica no setor de comunicação social tem sido uma preocupação permanente desta Casa, tanto assim que ficou inscrito, na Constituição Federal, o seguinte dispositivo constante do art. 220:

Art. 220.....

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

Trata-se de disposição essencial à saúde do regime democrático, tendo em vista que a diversidade de veículos e a competição entre estes garantem o acesso do público aos dados e fatos relevantes para a sociedade e às diferentes avaliações quanto aos fatos noticiados.

Nesse sentido, somos sensíveis à preocupação do ilustre autor. No entanto, não podemos deixar de observar que uma parcela relevante da informação acessada pela população e do debate público tramita pelos novos meios de comunicação digital propiciados pela internet. A proposição, portanto, ao enumerar apenas a imprensa escrita e a mídia eletrônica, ou seja, radiodifusão e serviços de televisão por assinatura, revela-se insuficiente.



* C D 2 5 0 6 3 7 5 3 2 9 0 0 *

A mídia digital aumentou significativamente sua relevância na última década. Em 2010, segundo dados do projeto Inter Meios, sua participação na publicidade brasileira era de cerca de 4% do total, contra 63% do meio televisão, 12% do meio jornal e 8% do meio revista. Em 2022, segundo a pesquisa Cenp-Meios, a internet já participava de 37% do chamado bolo publicitário, contra 43% da televisão e meros 1,4% destinando-se aos jornais e 0,3% às revistas¹.

Do mesmo modo, alterou-se a preferência do público. Segundo a pesquisa TIC Domicílios, em 2010, 44% dos internautas faziam uso da rede para obter notícias e, em 2019, essa proporção foi de 58%. Não apenas a internet se expandiu, mas seu uso para obter informações cresceu em relação ao total de usuários.

A mídia digital traz um desafio adicional ao exame da concentração de mercado na comunicação social. Enquanto a concentração de outros veículos dá-se em mercados locais, em que a audiência ou circulação evidencia uma preferência por uma emissora ou uma publicação em especial em uma cidade ou região, no caso das redes sociais e dos portais de notícias essa concentração dá-se em nível global, com importantes efeitos no ambiente da comunicação social de cada país. Somente um serviço de vídeo congrega nacionalmente mais de 120 milhões de usuários segundo dados de 2023². Essa mesma concentração se revela em nível mundial, superando, cada uma das três principais plataformas de serviços digitais, os dois bilhões de usuários regulares no mesmo ano.

Tal configuração resulta em um acrescido potencial para a prática de atos de concentração previstos na legislação de defesa da concorrência. Seu exame pela autoridade regulatória e pelo Judiciário devem levar em conta, no entanto, a relevância da mídia digital, bem como dos serviços noticiosos tradicionais, veiculados mediante outras tecnologias, como imprensa, radiodifusão ou redes de telecomunicações, para a formação da opinião pública. Deve ser assegurada a coexistência de diversidade de

¹ Ver em: <https://www.meioemensagem.com.br/midia/cenp-meios-registra-crescimento-de-10-no-primeiro-semestre> Acesso em 25/06/2024.

² Ver em: <https://www.mobiletimes.com.br/noticias/29/08/2023/youtube-atinge-mais-de-120-milhoes-de-usuarios-mensais-no-brasil> Acesso em 26/06/2024.



* C D 2 5 0 6 3 7 5 3 2 9 0 0

opiniões a respeito dos fatos relevantes da vida política da Nação e deve ser estimulada a veiculação correta de informações fidedignas.

Nesse sentido, a proposta em exame merece ser aperfeiçoada, de modo a assegurar o exame de atos de concentração praticados por empresas de comunicação social independentemente da tecnologia utilizada e do modelo de negócios adotado pelo investigado. Ademais, é importante que o exame da infração e a aplicação da penalidade não comprometam a diversidade de fontes de informação e a variedade de opiniões a respeito dos fatos com valor de notícia. Essa diversidade será assegurada pela atuação de veículos concorrentes dentro do mercado relevante.

No âmbito da União Europeia foi aprovado, em 2022, o Digital Markets Act (Regulação 2022/1925), uma legislação que combina aspectos de uma regulação *ex-ante*, com vedações de certas condutas, com regras próprias do direito concorrencial *ex-post* relativas a aquisições, investigações de mercado, acesso a informações internas das plataformas, etc. A existência dessas regras é importante porque, no mundo digital, o direito antitruste é muitas vezes lento e incapaz de dar respostas em tempo hábil.

Observe-se, enfim, que o sistema de defesa da concorrência tem sido instado a examinar episódios de possível infração por empresas jornalísticas, de radiodifusão e de internet, desempenhando-se adequadamente na aplicação de critérios para a análise de cada caso. No entanto, a tipificação oferecida pela lei parece-nos apropriada.

Nesse sentido, primeiro acrescentamos a expressão provedores de aplicações de internet na ementa da proposta, a fim de refletir a sua abrangência sobre atores de publicidade que atuam no campo da rede mundial de computadores.

Em seguida, agregamos dispositivos mais específicos. Um que prevê como infração à ordem econômica o condicionamento da venda de bens ou a prestação de serviços a cláusula de exclusividade que, comprovadamente e sem justificativa técnica ou comercial razoável, resulte em eliminação de concorrência em mercado relevante. E em outro determinamos que fica vedada a utilização de práticas de publicidade de forma coordenada entre empresas



que operem nos mesmos mercados relevantes, com o propósito de restringir concorrentes ou criar barreiras artificiais à entrada de novos agentes econômicos.

Por fim, deixamos claro que, quando da apuração de infrações previstas no art. 36 da Lei nº 12.529/2012, seja por empresa jornalística, de comunicação social, ou por provedor de aplicações de internet, deverão ser observados: os parâmetros objetivos de análise concorrencial, conforme definidos nas normas do Conselho Administrativo de Defesa Econômica (CADE); a preservação da liberdade de imprensa, da autonomia editorial e da independência dos meios de comunicação; a ausência de controle ou interferência sobre conteúdos jornalísticos ou publicitários, ressalvada a hipótese de simulação de condutas anticompetitivas disfarçadas de conteúdo informativo ou promocional. São fatores que podem caracterizar a redução artificial da audiência de concorrentes os contratos de veiculação com cláusulas de exclusividade abusivas e a publicidade coordenada entre empresas, recursos eventualmente utilizados para bloquear o acesso de competidores ao mercado e para alavancar audiência por empresas que tenham atuação em dois ou mais mercados.

Nosso VOTO, em suma, é pela APROVAÇÃO do Projeto de Lei nº 9.049, de 2017, na forma do SUBSTITUTIVO que oferecemos a esta dourada Comissão.

Sala da Comissão, em _____ de _____ de 2025.

Deputado PASTOR DINIZ
Relator

2025-14723



SUBSTITUTIVO AO PROJETO DE LEI Nº 9.049, DE 2017

Acrescenta disposições ao art. 36 da Lei nº 12.529, de 2011, estabelecendo critérios para apuração de infrações à ordem econômica por empresa de comunicação social e provedores de aplicações de internet.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta lei acrescenta dispositivos ao art. 36 da Lei nº 12.529, de 30 de novembro de 2011, estabelecendo critérios para apuração de infrações à ordem econômica por empresa de comunicação social e provedores de aplicações de internet.

Art. 2º O art. 36 da Lei nº 12.529, de 30 de novembro de 2011, passa a vigorar aditado dos seguintes dispositivos:

“§ 3º

.....

XX – condicionar a venda de bem ou a prestação de serviço a cláusula de exclusividade que, comprovadamente e sem justificativa técnica ou comercial razoável, resulte em eliminação da concorrência em mercado relevante.

XXI – utilizar práticas de publicidade de forma coordenada entre empresas que operem nos mesmos mercados relevantes, com o propósito de restringir concorrentes ou criar barreiras artificiais à entrada de novos agentes econômicos.

§ 4º No exame de condutas previstas neste artigo envolvendo empresas jornalísticas, de comunicação social ou provedores de aplicações de internet, serão observados:

I - os parâmetros objetivos de análise concorrencial, conforme definidos nas normas do Cade;

II - a preservação da liberdade de imprensa, da autonomia editorial e da independência dos meios de comunicação;



* C D 2 5 0 6 3 7 5 3 2 9 0 0 *

III - a ausência de controle ou interferência sobre conteúdos jornalísticos ou publicitários, ressalvada a hipótese de simulação de condutas anticompetitivas disfarçadas de conteúdo informativo ou promocional." (NR)

Art. 3º Esta lei entra em vigor na data de sua publicação.

Sala da Comissão, em _____ de _____ de 2025.

Deputado PASTOR DINIZ
Relator

2025-14723

Apresentação: 11/09/2025 20:41:39.350 - CCOM
PRL 3 CCOM => PL 9049/2017

PRL n.3



* C D 2 2 5 0 6 3 3 7 5 3 2 9 0 0 *





Câmara dos Deputados

COMISSÃO DE COMUNICAÇÃO

PROJETO DE LEI Nº 9.049, DE 2017

III - PARECER DA COMISSÃO

A Comissão de Comunicação, em reunião extraordinária realizada hoje, mediante votação ocorrida por processo simbólico, concluiu pela aprovação do Projeto de Lei nº 9.049/2017, com Substitutivo, nos termos do Parecer do Relator, Deputado Pastor Diniz.

Registraram presença à reunião os seguintes membros:

Julio Cesar Ribeiro - Presidente, Amaro Neto e Paulo Magalhães - Vice-Presidentes, André Figueiredo, Antonio Andrade, Bia Kicis, Cabo Gilberto Silva, Cleber Verde, Dani Cunha, Delegado Caveira, Fábio Teruel, Fernando Rodolfo, Flávio Nogueira, Gervásio Maia, Jadyel Alencar, Nicoletti, Ossesio Silva, Rodrigo da Zaeli, Rodrigo Estacho, Simone Marquetto, Albuquerque, Bibo Nunes, Franciane Bayer, Gustavo Gayer, Lucas Ramos, Luciano Alves, Marangoni, Marcel van Hattem, Pastor Diniz e Rosana Valle.

Sala da Comissão, em 01 de outubro de 2025.

Deputado JULIO CESAR RIBEIRO
Presidente





CÂMARA DOS DEPUTADOS
COMISSÃO DE COMUNICAÇÃO

COMISSÃO DE COMUNICAÇÃO

SUBSTITUTIVO ADOTADO AO PROJETO DE LEI Nº 9049, DE 2017

Apresentação: 06/10/2025 14:56:22.270 - CCOM
SBT-A 1 CCOM => PL 9049/2017
SBT-A n.1

Acrescenta disposições ao art. 36 da Lei nº 12.529, de 2011, estabelecendo critérios para apuração de infrações à ordem econômica por empresa de comunicação social e provedores de aplicações de internet.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta lei acrescenta dispositivos ao art. 36 da Lei nº 12.529, de 30 de novembro de 2011, estabelecendo critérios para apuração de infrações à ordem econômica por empresa de comunicação social e provedores de aplicações de internet.

Art. 2º O art. 36 da Lei nº 12.529, de 30 de novembro de 2011, passa a vigorar aditado dos seguintes dispositivos:

"§ 3º

.....
XX – condicionar a venda de bem ou a prestação de serviço a cláusula de exclusividade que, comprovadamente e sem justificativa técnica ou comercial razoável, resulte em eliminação da concorrência em mercado relevante.

XXI – utilizar práticas de publicidade de forma coordenada entre empresas que operem nos mesmos mercados relevantes, com o propósito de restringir concorrentes ou criar barreiras artificiais à entrada de novos agentes econômicos.

§ 4º No exame de condutas previstas neste artigo envolvendo empresas jornalísticas, de comunicação social ou provedores de aplicações de internet, serão observados:

I - os parâmetros objetivos de análise concorrencial, conforme definidos nas normas do Cade;





CÂMARA DOS DEPUTADOS
COMISSÃO DE COMUNICAÇÃO

Apresentação: 06/10/2025 14:56:22.270 - CCOM
SBT-A 1 CCOM => PL 9049/2017
SBT-A n.1

II - a preservação da liberdade de imprensa, da autonomia editorial e da independência dos meios de comunicação;

III - a ausência de controle ou interferência sobre conteúdos jornalísticos ou publicitários, ressalvada a hipótese de simulação de condutas anticompetitivas disfarçadas de conteúdo informativo ou promocional.” (NR)

Art. 3º Esta lei entra em vigor na data de sua publicação.

Sala da Comissão, em 1º de outubro de 2025.

Deputado **Julio Cesar Ribeiro**
Presidente



* C D 2 5 8 3 0 9 0 3 9 6 0 0 *