

**PROJETO DE LEI Nº                   , DE 2007**  
**(Do Sr. João Maia)**

Dispõe sobre o serviço de  
comunicação eletrônica de massa e  
dá outras providências.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Para fins desta lei e da sua regulamentação, devem ser consideradas as seguintes definições:

I – Comunicação Social: conjunto de atividades que possibilitam a manifestação do pensamento, a criação, a expressão e a informação, sob qualquer forma, processo ou veículo. A Comunicação Social possui diversas especialidades, como o [jornalismo](#), [publicidade](#) e a [editoração](#), o rádio e TV, as relações públicas, o cinema e a produção cultural.

II – Conteúdo Eletrônico : conjunto de informações de texto, sons, imagens ou de qualquer outra natureza, de caráter informativo, educativo ou de entretenimento, veiculado por qualquer meio eletrônico.

III – Serviços de Telecomunicações : conjunto de atividades que possibilitam a transmissão, emissão ou recepção, por fio, rádioeletricidade, meios óticos ou qualquer outro processo eletromagnético, de símbolos, caracteres, sinais escritos, imagens, sons ou informações de qualquer natureza, com interatividade.

IV – Comunicação Eletrônica de Massa : conjunto de atividades que possibilitam a disponibilização de conteúdo eletrônico à sociedade. Abrange as áreas de :

- Produção ;
- Programação;
- Provimento;
- Distribuição.

V – Produção : compreende as atividades de elaboração, composição e de criação.

VI – Programação : compreende as atividades de definição e de arranjo da grade dos conteúdos produzidos.

VII – Provisamento : compreende as atividades de seleção, ordenação, formatação de apresentação ou fornecimento de programação de conteúdo destinado a comunicação eletrônica de massa.

VIII – Distribuição : compreende as atividades de transmissão e difusão de conteúdo eletrônico ao público em geral, por intermédio de plataformas de serviços de telecomunicações.

IX - Serviço de Comunicação Eletrônica de Massa : É um serviço de telecomunicações que possibilita a distribuição, de conteúdo eletrônico estruturado em uma grade de programação, ao público em geral, com acesso mediante contrato de assinatura do serviço e com interatividade.

X – Produtor Independente Brasileiro : É todo aquele brasileiro ou residente no Brasil há mais de três anos, que produza conteúdo eletrônico e que não esteja ligado juridicamente à empresas jornalísticas, de rádio e TV ou de Internet.

XI – Conteúdo Eletrônico Brasileiro : É aquele que atende aos seguintes requisitos :

- Ser produzido em língua portuguesa por empresa produtora brasileira ou por produtor independente;ou
- Ter participação majoritária de profissionais brasileiros tais como autores,roteiristas,diretores,atores,apresentadores,locutores,jornalistas ou outros artistas;ou
- Conter sons e imagens de transmissão em língua portuguesa de eventos culturais,esportivos,entre outros realizados no território nacional, dos quais participem majoritariamente brasileiros que atuem nas áreas de cultura,artística ou desportiva; ou
- Ser realizado em regime de co-produção por empresa brasileira ou produtor independente brasileiro em associação com empresas de outros países com os quais o Brasil não mantenha acordo de co-produção,assegurada a titularidade de no mínimo 40% dos direitos patrimoniais da obra à empresa ou ao produtor independente brasileiro e utilizar para sua produção dois terços de artistas ou técnicos brasileiros ou residentes no Brasil há mais de 3 anos.

XII – Serviço Internet : serviço de valor adicionado que possibilita o acesso à rede mundial de computadores por meio de serviços de telecomunicações.

XIII – Provisamento de Serviço de Acesso à Internet : atividade que possibilita , a autenticação ou o reconhecimento de um usuário, para permitir o seu acesso à rede mundial de computadores.

Art. 2º O serviço de comunicação eletrônica de massa poderá ser provido por empresas prestadoras de serviços de telecomunicações, definidos conforme o disposto nos termos da lei No 9472/97 e suas alterações.

Art. 3º É assegurado às empresas prestadoras de serviços de telecomunicações o direito de, produzir, programar, prover e distribuir conteúdo eletrônico no todo ou em parte, observada a regulamentação que vier a ser estabelecida.

Art. 4º Não haverá restrições da participação de capital estrangeiro nas empresas de telecomunicações que produzam, programem, provejam ou distribuam conteúdo eletrônico por meio do serviço de comunicação eletrônica de massa.

Art. 5º Não haverá restrições ao uso de tecnologias para a prestação do serviço de comunicação eletrônica de massa podendo o mesmo ser prestado por empresas prestadoras de serviços de telecomunicações que utilizem plataformas de Cabo, MMDS, DTH, TVA, STFC, SMP, SCM e outras tecnologias que venham a ser aplicáveis e sejam registradas pela ANATEL.

Art. 6º A prestadora do serviço de comunicação eletrônica de massa na sua área de prestação de serviço poderá distribuir conteúdo de canais de TV abertos e não codificados, conforme padrões técnicos estabelecidos pelo órgão regulador.

Parágrafo único. As geradoras de radiodifusão de som e imagem em VHF ou UHF abertos e não codificados deverão tornar disponível o seu sinal de forma não onerosa para as empresas prestadoras do serviço de comunicação eletrônica de massa a seu pedido.

Art. 7º A programação distribuída através do serviço de comunicação eletrônica de massa deverá conter em sua grade pelo menos 50% de conteúdo brasileiro, sendo que deste percentual 10% deverá ser produzido por produtores independentes brasileiros.

Art. 8º Para o provimento do serviço de acesso à internet e para o provimento do serviço internet não é necessária a obtenção de qualquer espécie de licença para a prestação deste serviço de valor adicionado, nem haverá nenhuma restrição à participação de capital estrangeiro na composição societária do provedor.

Art. 9º A prestação do serviço de comunicação eletrônica de massa será feita no regime privado de interesse coletivo.

Art. 10º As permissões e autorizações do serviço de comunicação eletrônica de massa serão outorgadas pela ANATEL somente a empresas constituídas sob as leis brasileiras com sede e administração no país.

Parágrafo único. Não haverá limite ao número de outorgas para prestação do serviço, salvo em caso de impossibilidade técnica ou excepcionalmente, quando o excesso de competidores puder comprometer a prestação de uma modalidade de serviço de interesse coletivo.

Art. 11º A outorga de serviços de radiodifusão sonora e de sons e imagens permanecem como competência do Poder Executivo, devendo a ANATEL elaborar e manter os respectivos planos de distribuição de canais levando em conta, inclusive, os aspectos concernentes à evolução tecnológica.

Parágrafo primeiro. Caberá à ANATEL a fiscalização, quanto aos aspectos técnicos das respectivas estações dos serviços de radiodifusão sonora e sons e imagens.

Parágrafo segundo. Aplicam-se às empresas de radiodifusão sonora e de sons e imagens as disposições constantes no capítulo V da Comunicação Social da Constituição da República.

Art. 12º Compete a ANATEL a regulação das questões de conteúdo eletrônico distribuído através de serviços de telecomunicações, inclusive aqueles que serão prestados por radiodifusores mediante o uso da plataforma de TV digital.

Parágrafo único. Os serviços de telecomunicações que utilizem a plataforma da TV digital serão outorgados, regulamentados e fiscalizados pela ANATEL.

Art. 13º Ao serviço de comunicação eletrônica de massa aplicam-se os dispositivos legais que regulam a defesa da ordem econômica, aplicando-se as disposições preventivas e repressivas da lei No 8.884/94.

Art. 14º O poder executivo terá o prazo de 6 meses para baixar todos os atos, regulamentos e normas necessárias para a implementação das disposições previstas nesta lei.

Art. 15º O artigo 7º desta lei aplica-se também as prestadoras de serviço com outorgas regidas pela lei No 8977/95.

Art. 16º As atividades de produção de conteúdo eletrônico serão objeto de legislação específica

Art. 17º Revogam-se as disposições em contrário

Art. 18º Esta lei entra em vigor na data da sua publicação.

## JUSTIFICATIVA

No mundo contemporâneo as pessoas não conseguem viver sem ter informações a cada instante, não importando o lugar onde elas estejam. Cada vez mais elas utilizam seu tempo livre para ficarem conectadas a algum tipo de comunicação. Estudos desenvolvidos pela universidade de Málaga na Espanha demonstram que no ano 2000 as pessoas utilizavam 36% do seu tempo livre conectadas a algum tipo de comunicação, prevendo ainda que em 2020 este tempo de conexão evoluirá para cerca de 45%.

### ***Evolução do tempo livre conectado a algum tipo de comunicação***

---

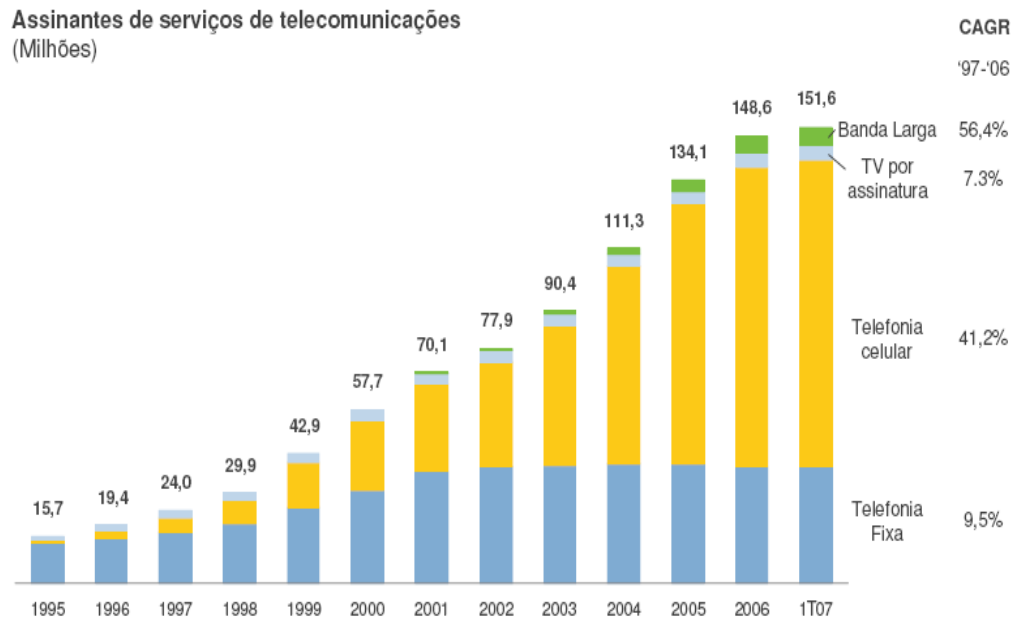
| <b>Ano</b>  | <b>(%)<br/>Tempo<br/>Livre</b> |
|-------------|--------------------------------|
| <b>1900</b> | 5,90%                          |
| <b>1920</b> | 8,90%                          |
| <b>1940</b> | 11,90%                         |
| <b>1960</b> | 17,80%                         |
| <b>1980</b> | 29,70%                         |
| <b>2000</b> | 35,70%                         |
| <b>2020</b> | 44,60%                         |

Fonte: Universidade de Málaga prof. Bernardo Diaz Nosty

Esta mudança radical no estilo de vida das pessoas está sendo motivada pelo advento da sociedade da informação cujo principal valor de mérito é o conhecimento, motivando as pessoas a permanecerem conectadas a serviços de telecomunicações que transportam conteúdo eletrônico a qualquer hora e em qualquer lugar. Assim as telecomunicações, a TV digital e a Internet se constituem em fatores estratégicos para permitir o acesso permanente à informação com interatividade a todo tempo e a toda hora.

A privatização das telecomunicações no Brasil produziu um enorme avanço no sentido de preparar a sociedade brasileira para a futura sociedade da informação. Os assinantes de serviços de telecomunicações no país evoluíram de 15,7 milhões em 1995 para 151,6 milhões no primeiro trimestre de 2007. A taxa de crescimento anual do número de assinantes no período pós-privatização foi de 56,4%, sendo que a penetração da telefonia fixa e móvel atingiu um patamar de 73 telefones por 100 habitantes colocando o Brasil ao nível de países desenvolvidos. Em 1995 tínhamos uma penetração de cerca de 10 telefones por 100 habitantes.

Assinantes de serviços de telecomunicações  
(Milhões)









► A privatização do sistema de telecomunicações aumentou a oferta e penetração de serviços de comunicação de forma inequívoca

Fonte: Telebrasil e Teleco, 2007

Nesta revolução silenciosa das telecomunicações brasileiras constata-se que a evolução da TV por assinatura no país não tem acompanhado as expectativas da sociedade brasileira apresentando um crescimento anual de apenas 7,3% no período de 1997 a 2006.

***A penetração de TV por Assinatura no Brasil, quando comparada com países com condições sócio-econômicas semelhantes, é a mais baixa***

| País  | TV paga (%)<br>Domicílios | PIB per capita<br>US\$ |
|---|---------------------------|------------------------|
| <br><b>Argentina</b> | 54%                       | 5.211                  |
| <br><b>Índia</b>     | 40%                       | 712                    |
| <br><b>Malásia</b>   | 31%                       | 5.323                  |
| <br><b>China</b>     | 29%                       | 1.906                  |
| <br><b>Chile</b>     | 24%                       | 6.914                  |
| <br><b>Brasil</b>    | 8%                        | 5.090                  |

Fonte: Instituto de estatística dos países

Países como a Argentina e o Chile, com PIB per capita semelhantes ao Brasil têm uma penetração da TV por assinatura nos domicílios de 3 a 7 vezes maior que o Brasil respectivamente. Enquanto isso a taxa de crescimento anual da Banda Larga, principal meio para o acesso ao serviço de comunicação eletrônica de massa foi cerca de 8 vezes maior que a taxa de crescimento anual da TV por assinatura no período de 2001 até o primeiro trimestre de 2007.

Portando a baixa penetração da TV por assinatura nos domicílios, cerca de 8%, é um fator inibidor da demanda por informações de conteúdo eletrônico de qualidade pela sociedade brasileira. As empresas de TV por assinatura historicamente têm atendido prioritariamente os domicílios de classes "A" e "B", dificultando o aumento da sua penetração no país. Além do fato de que a TV por assinatura tem reduzida abrangência territorial, atendendo apenas 8,6% dos municípios brasileiros. Com o advento da tecnologia ADSL, os benefícios da TV por assinatura por meio confinado estará disponível a todos os lares que possuam esta tecnologia disponível, que hoje está presente em 10% dos domicílios e cobre cerca de 41% dos municípios brasileiros. Portanto um marco regulatório mais flexível que crie condições para aumentar a oferta de serviço e a competição entre as prestadoras é fator determinante para promover o aumento da penetração do serviço.

Assim cabe ao estado brasileiro estabelecer um novo marco regulatório suportado por uma regulamentação de serviços convergentes que possibilite;

- Mais competição e redução de preços
- Novos investimentos
- Mais benefícios para a sociedade

Assim, este projeto de lei pretende atualizar o atual marco regulatório brasileiro de forma a gerar mais competição na distribuição dos serviços de TV por assinatura e proporcionar os seguintes benefícios para os consumidores:

- Expansão da oferta de TV por assinatura para as classes sociais e municípios ainda não atendidos
- Repasse dos ganhos de eficiência e produtividade aos consumidores através de preços menores dos serviços
- Aceleração da universalização da banda larga nos domicílios de menor renda
- Aumento da oferta de conteúdo digital eletrônico utilizando plataformas de distribuição de última geração.
- Aumentar a oferta de conteúdo eletrônico brasileiro e incentivar os produtores independentes.
- Garantir o acesso da sociedade a uma ampla diversidade de conteúdos, preservando as culturas nacional, regional e local.

Com isso pretendo lançar os alicerces para a construção de bases sólidas para edificar a futura sociedade da informação no Brasil democratizando o acesso às informações, garantindo uma ampla produção e diversidade de conteúdos brasileiros e assegurando a sua distribuição de forma massificada no país.

Em resumo o presente projeto de lei tem por objetivo regulamentar o novo serviço de comunicação eletrônica de massa para garantir a oferta de serviços de TV por assinatura de qualidade com abrangência nacional e que possibilite o acesso a este pelas classes sociais de menor renda, democratizando assim o acesso da sociedade brasileira a conteúdo eletrônico qualificado. Para tanto estabelecemos mecanismos que asseguram participação relevante do conteúdo brasileiro na grade de programação e incentivos para produção de conteúdo brasileiro por empresas e produtores independentes.

Nesses termos, submeto o presente Projeto de Lei ao exame de nossos nobres pares, na certeza de sua aprovação e possível aperfeiçoamento.

Sala das Sessões, em 29 de agosto de 2007.

Deputado João Maia