

## **COMISSÃO DE CIÊNCIA E TECNOLOGIA, COMUNICAÇÃO E INFORMÁTICA**

### **SUBSTITUTIVO AO PROJETO DE LEI Nº 29, DE 2007**

**(Apensos os Projetos de Lei nº 70, de 2007, nº 332, de 2007, e nº 1.908, de 2007)**

**(Do Deputado Jorge Bittar)**

Dispõe sobre a comunicação audiovisual social eletrônica de acesso condicionado e dá outras providências

### **EMENDA SUPRESIVA Nº**

**(Do Sr. Paulo Henrique Lustosa)**

Suprima-se o art. 20 do Substitutivo ao Projeto de Lei n.º 29 de 2007.

### **Justificativa**

A oferta de espaço publicitário nas grades dos canais de programação é uma atividade privada sujeita a livre iniciativa e não cabe intervenção legal a fim de restringir tal prática.

Mais uma vez, o objetivo de incentivar e criar mecanismos para garantir o crescimento da indústria e a maior penetração da televisão por assinatura no País não é bem servido pelas medidas propostas no Substitutivo ao PL nº 29/2007, afinal, vejamos:



676DEE1307

- a) os custos pra se manter uma estrutura produtiva de um canal por assinatura são muito altos, incluindo o custo de infra-estrutura, pessoal e ainda o custo de aquisição de direitos de exibição de filmes, documentários e eventos esportivos, a título exemplificativo, em especial considerando a baixa penetração do serviço de televisão por assinatura no País (cerca de 10% dos lares brasileiros) e a conseqüente falta de escala, bem como a alta concentração de operadoras neste mercado, o que reduz a remuneração dos programadores;
- b) por tal razão, o modelo de negócios do setor baseia-se em um valor de contratação dos pacotes, montante este é que é recebido pelas Operadoras de seus assinantes, e em um montante oriundo da venda de espaço publicitário pelas programadoras a terceiros anunciantes;
- c) a publicidade na televisão por assinatura é algo interessante para os anunciantes e para o próprio consumidor. Em virtude na natureza segmentada deste serviço, a publicidade é bem melhor dirigida, seguindo a segmentação do próprio canal, o que é benéfico para o anunciante em termos de efetividade decorrente do público-alvo e também do consumidor, que pode receber informações a respeito de produtos ou serviços de seu interesse.

Importante também destacar que o próprio mercado das agências de publicidade e produção de produtos publicitários é um mercado importante e que merece ter o seu espaço. A existência do espaço publicitário cria a oportunidade para o desenvolvimento de uma indústria criativa e de ponta no país, permitindo inclusive a criação e produção de peças já largamente premiadas no Brasil e no exterior.



676DEE1307

Por fim, lembre-se que os conteúdos exibidos nos espaços publicitários são fiscalizados pelo CONAR (Conselho Nacional de Auto Regulação Publicitária) e pelos órgãos de Defesa do Consumidor, evitando abusos por parte dos anunciantes, sempre em defesa do consumidor.

Sala da Comissão, em . dezembro de 2007

**Deputado Paulo Henrique Lustosa**  
PMDB/CE



676DEE1307