

## **EMENDA Nº DE 2008.**

Dispõe sobre a organização e exploração das atividades de comunicação social eletrônica, e dá outras providências.

Dê-se a seguinte redação aos artigos 8º e 9º do Projeto de Lei nº 29, de 2007:

Art. 8º. Podem prestar serviço de comunicação social eletrônica por assinatura quaisquer empresas, mediante autorização, sem caráter de exclusividade, da Agência Nacional de Telecomunicações – Anatel, observada a legislação aplicável sobre o setor de telecomunicações, exceto nos casos restritos nesta Lei.

§ 1º. É vedada a realização de subsídios cruzados entre as atividades de comunicação social eletrônica por assinatura: produção, programação, empacotamento e distribuição, ou a prática de preços discriminatórios, ainda que essas atividades sejam exercidas por uma única empresa.

§ 2º. É vedada a realização de práticas comerciais, gerenciais ou contábeis que contribuam para a consecução de lucros ou prejuízos artificialmente construídos, que busquem dissimular os reais resultados econômicos ou financeiros obtidos, em quaisquer das atividades de comunicação social eletrônica por assinatura: produção, programação, empacotamento e distribuição, ainda que esses resultados venham a ser compensados por lucros em outras atividades quaisquer, mesmo exercidas pela mesma empresa.

§ 3º. As normas gerais de proteção à ordem econômica são aplicáveis à comunicação social eletrônica por assinatura, competindo aos órgãos do Sistema Brasileiro de Defesa da Concorrência, em especial ao Conselho

Administrativo de Direito Econômico – CADE, a análise dos efeitos decorrentes das relações concorrenceis.

§ 4º. São vedadas as práticas artificialmente construídas com o objetivo de dissimular o descumprimento das obrigações previstas nesta Lei.

§ 5º. Suprimir

Art. 9º. A atuação em uma das atividades de comunicação social eletrônica por assinatura: produção, programação, empacotamento e distribuição, não implica restrição de atuação nas demais, exceto nos casos dispostos nesta Lei, em especial nos parágrafos deste artigo.

§ 1º. Independentemente do objeto social ou da razão social, a empresa que atuar em quaisquer das atividades de comunicação social eletrônica por assinatura: produção, programação, empacotamento e distribuição, será considerada, conforme o caso, produtora, programadora, empacotadora ou distribuidora.

§ 2º. As empresas de produção e programação de conteúdo audiovisual eletrônico brasileiras, bem como as concessionárias e permissionárias de radiodifusão, não poderão, direta ou indiretamente ou através de suas controladas, controladoras ou coligadas, deter maioria simples do capital votante de empresas concessionárias de serviços de telecomunicações, exceto nos casos dispostos nesta Lei.

§ 3º. As concessionárias de serviços de telecomunicações não poderão, direta ou indiretamente, ou através de suas controladas, controladoras ou coligadas, deter participação superior a 30% do capital total e votante das empresas de radiodifusão, de produção ou de programação de conteúdo audiovisual brasileiro, nem sob qualquer forma exercer qualquer influência na administração, na gestão das atividades ou no conteúdo de programação dessas empresas.

§ 4º. As concessionárias de serviços de telecomunicações, bem como suas controladas, controladoras ou coligadas, não poderão, com a finalidade de produzir conteúdo audiovisual eletrônico brasileiro, inclusive para radiodifusão:

I – adquirir ou financiar a aquisição de direitos de exploração de imagens de eventos nacionais; e

II – contratar talentos artísticos nacionais de qualquer natureza, inclusive direitos sobre obras de autores nacionais.

§ 5º. As restrições contidas no § 4º deste artigo não se aplicam quando a aquisição de direitos ou contratação de talentos destinarem-se exclusivamente para produção de peças publicitárias.

§ 6º. As restrições contidas neste artigo e seus parágrafos não se aplicam a empresas cujos conteúdos produzidos ou programados sejam transmitidos ou distribuídos pela rede mundial de computadores (*Internet*).

## **JUSTIFICATIVA**

O mercado de televisão paga no Brasil é bastante verticalizado, o que torna necessário o estabelecimento de regras em prol da competição saudável, restringindo o monopólio da distribuição e do conteúdo, visando à garantia da multiplicidade e da diversidade na produção, programação, empacotamento e distribuição de conteúdo audiovisual.

A existência dessa verticalização, entre outras distorções de mercado, traz uma consequência imediata, a falta de concorrência e, em decorrência, os preços altos e inacessíveis ao consumidor.

Esse preço alto é o que viabiliza a aquisição de televisão paga por somente 8% da população brasileira.

Então, inicialmente, é fundamental a abertura deste mercado através da entrada de mais empresas na distribuição. O estímulo à concorrência na oferta de conteúdo audiovisual garantirá maior acesso da população brasileira à televisão paga, visto que, com o aumento da competição, os preços tendem a diminuir.

Como infelizmente não há concorrência neste mercado de programação e distribuição audiovisual, de forma que os melhores conteúdos, nacionais ou estrangeiros, sejam contratados livremente pelos operadores e em função da sua atratividade para os consumidores, há, portanto, necessidade de regulamentação do poder público visando ao aumento da sua eficiência.

A concentração do mercado na televisão paga é reflexo de práticas de exclusividade e da verticalização dos grupos dominantes que operam nesta cadeia de valor. No Brasil, 82% do total de canais assistidos pelos consumidores são produzidos por empresas de capital estrangeiro. Os 18% restantes são divididos entre todos os canais brasileiros, sendo 2/3 detido por um único programador e produtor de conteúdo brasileiro.

Importante salientar ainda que as empresas de telecomunicações são grandes geradoras de receita e são empresas multinacionais. Há a necessidade de se proteger o capital dos brasileiros, em especial radiodifusores, evitando que as empresas de telecomunicações invadam a atividade de produção e programação de conteúdo audiovisual, majorando os custos e incapacitando o capital nacional da competição.

Sendo assim, foram criadas várias regras nesta emenda regulando as atividades de distribuição, atividades de produção e programação de conteúdo audiovisual, bem como a possibilidade de aquisição de ações destas empresas.

Foram mantidas, também, nesta lei, a proibição constitucional de participação de capital estrangeiro na radiodifusão em percentual superior a 30%, bem como a obrigatoriedade de que orientação intelectual da programação seja restrita a brasileiros natos ou naturalizados.

Ademais, é importante evitar os subsídios cruzados que pode haver na cadeia de valor da televisão por assinatura ou a prática de preços discriminatórios, de forma a prejudicar a concorrência e o consumidor.

Sala das Comissões, em de de 2008.

Deputado VINICIUS CARVALHO  
PTdoB/RJ