

PROJETO DE LEI DO SENADO N° DE 2007

Dispõe sobre a produção, programação e provimento de conteúdo brasileiro para distribuição por meio eletrônico e dá outras providências.

O CONGRESSO NACIONAL decreta:

Art. 1.º As atividades de produzir, programar e prover conteúdo brasileiro para distribuição por meio eletrônico, independentemente das tecnologias utilizadas, são privativas 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, nas quais ao menos 51% do capital total e do capital votante pertençam, direta ou indiretamente, a brasileiros natos ou naturalizados há mais de dez anos.

§ 1.º A gestão das pessoas jurídicas referidas no *caput*, inclusive a seleção, direção e controle efetivo da produção, programação e provimento de conteúdo, bem como a responsabilidade editorial, são privativos do sócio ou grupo de sócios controladores brasileiros, que os exerçerão diretamente ou por meio de representantes brasileiros natos ou naturalizados há mais de dez anos.

§ 2.º Os serviços de radiodifusão observarão o disposto no art. 222 da Constituição Federal, ficando a produção de conteúdo brasileiro para transmissão por este serviço sujeita às regras desta lei.

§ 3.º Não se sujeitam ao disposto no *caput* e no § 1.º as atividades de produção, programação e provimento de conteúdo brasileiro que sejam efetuadas em caráter eventual e que não propiciem, direta ou indiretamente, a seu responsável, qualquer vantagem econômica.

§ 4.º Produção é a atividade de criação ou realização de conteúdo.

§ 5.º Programação e provimento é a atividade de seleção, organização ou formatação de conteúdo em canais, sítios em redes interligadas de computadores ou qualquer outra modalidade de apresentação em meios eletrônicos, bem como a definição das condições de sua exploração comercial, incluindo aí a interatividade, a venda de publicidade e a entrega para posterior distribuição por meio eletrônico.

§ 6.º Conteúdo são os sinais, de sons, imagens ou textos, interativos ou não, de forma contínua ou sob demanda, independentemente das tecnologias ou suportes utilizados para sua produção, programação e provimento ou distribuição.

§ 7.º Considera-se brasileiro o conteúdo:

I- direcionado originalmente ao público brasileiro, em especial quando produzido em língua portuguesa, no todo ou em parte significativa, inclusive por meio de dublagem; ou

II- que envolva participação significativa de profissionais brasileiros, tais como autores, roteiristas, diretores, jornalistas, apresentadores, locutores, atores ou outros artistas; ou

III- que contenha sons e imagens da transmissão de eventos realizados no território nacional ou dos quais brasileiros participem de forma preponderante, nos campos cultural, artístico ou desportivo.

§ 8.º Distribuição por meio eletrônico é a oferta, disponibilização ou transporte de conteúdo por intermédio de serviços de telecomunicações, fixos ou móveis, ainda que envolva Internet, portais, sítios ou qualquer outro serviço de valor adicionado.

§ 9.º Os prestadores de serviços de telecomunicações ou de valor adicionado que não atendam aos requisitos do *caput* e do § 1.º poderão realizar distribuição por meio eletrônico envolvendo conteúdo brasileiro somente quando este for produzido, programado e provido por quem os atenda.

§ 10. As atividades inerentes às agências de publicidade e de produção de obras publicitárias não são sujeitas aos requisitos do *caput* e do § 1.º.

§ 11. As obras cinematográficas que atendam a um dos requisitos do inciso V do art. 1.º da Medida Provisória n.º 2.228-1, de 2001, com a redação da lei 10.454, de 2002, poderão ser distribuídas por meio eletrônico, ainda que o produtor original não atenda ao disposto no *caput* e no § 1.º.

Art. 2.º Para fins de demonstração do atendimento dos requisitos do *caput* e do § 1.º do art. 1.º, os produtores e os programadores e provedores de conteúdo brasileiro deverão, antes de iniciar suas atividades e quando de eventuais alterações societárias, depositar, na Agência Nacional do Cinema – ANCINE, os seguintes documentos, que ficarão abertos ao amplo conhecimento público:

I- em se tratando de produtores e programadores e provedores pessoas físicas, os respectivos documentos de identidade e de estado civil;

II- em se tratando de produtores e programadores e provedores pessoas jurídicas:

a) seus documentos societários e os das pessoas jurídicas envolvidas em sua cadeia de controle, demonstrando quem são os titulares de suas cotas ou ações, bem como os documentos de identidade e de estado civil dos titulares pessoas físicas; e

b) declaração indicando as pessoas físicas responsáveis efetivamente por sua gestão, com os respectivos documentos de identidade e de estado civil.

Parágrafo único. O distribuidor deverá tornar público, quando da distribuição, quem são o produtor e o programador e provedor do conteúdo.

Art. 3.º Sujeita-se à multa de R\$ 100.000,00 a R\$ 5.000.000,00 por infração, a ser imposta pela Agência Nacional de Telecomunicações – ANATEL, a pessoa jurídica ou física, prestadora ou não de serviços de telecomunicações, que realize distribuição por meio eletrônico em desconformidade com o previsto no *caput* e no § 1.º do art. 1.º.

§ 1.º Caso a infração seja cometida por prestadora de serviços de telecomunicações, diretamente ou por controladora, controlada, ou coligada, ficará ela sujeita, na reincidência, também à sanção de caducidade da concessão ou da autorização.

§ 2.º Sujeita-se ainda à pena do art. 183 da lei 9.472, de 1997, a realização, por prestadora ou não de serviços de telecomunicações, de distribuição de conteúdo brasileiro por meio eletrônico em desconformidade com o previsto no *caput* e no § 1.º do art. 1.º.

Art. 4º O descumprimento dos deveres previstos no artigo 2º sujeita o infrator à multa de R\$ 100.000,00 a R\$5.000.000,00 por infração, a ser imposta pela ANCINE.

Art. 5.º Dê-se a seguinte redação ao § 4.º do art. 23 da lei 8.977, de 1995:

“§ 4.º As geradoras locais de TV poderão, a seu exclusivo critério, restringir a distribuição dos seus sinal, prevista na alínea *a* do inciso I deste artigo.”

Art. 6.º As concessionárias de Serviço Telefônico Fixo Comutado Local, suas controladas ou controladoras, somente poderão, nas respectivas áreas de concessão, prestar serviço de TV a Cabo após dez anos da edição desta lei, salvo nas localidades em que não exista outorga em vigor.

Art. 7.º Incluem-se entre os serviços de telecomunicações a que se refere o § 8.º do art. 1.º os atuais serviços de TV a Cabo, Distribuição de Canais Multiponto Multicanal – MMDS, Distribuição de Sinais de Televisão e de Áudio por Assinatura Via Satélite – DTH e Especial de Televisão por Assinatura – TVA.

Art. 8.º Ficam revogados:

I- o inciso II do art. 7º da lei n.º 8.977, de 1995; e

II- os incisos XIII, XIV e XV do art. 1.º, o inciso III do art. 2.º e o art. 31 da Medida Provisória 2.228-1, de 2001, com a redação da lei 10.454, de 2002.

Art. 9.º Esta lei entra em vigor na data de sua publicação, observado o seguinte:

I- as produtoras em operação quando da entrada em vigor desta lei que, nos 12 meses anteriores, tenham produzido conteúdo para distribuição por meio eletrônico e que ainda estejam vinculadas a obrigação contratual da mesma natureza, terão o prazo de 12 (doze) meses para se adaptarem ao disposto no *caput* e no § 1.º do art. 1.º;

II- aqueles que, quando da entrada em vigor desta lei, realizavam as atividades referidas no § 5.º do art. 1.º, terão o prazo de 120 (cento e vinte) dias para adaptar-se ao disposto nesta lei, sob as penas dos arts. 3.º e 4.º.

JUSTIFICATIVA

Muito se tem falado sobre os fantásticos avanços da tecnologia nos setores das comunicações e da informação, e da velocidade espantosa com que eles estão acontecendo. Esses aspectos fantásticos e velozes, ao trazerem seus benefícios, trazem também o risco de levar à paixão pela tecnologia de per se. Paixão essa causada quer seja pelas múltiplas ofertas de soluções para demandas que até então desconhecíamos ter, quer seja pelo encanto natural que todos temos pelas novidades eletrônicas acessíveis a preços cada vez menores, ou, mais provavelmente, por uma coisa levando à outra.

Nesse processo que não sabemos mais se é revolucionário ou de assombrosa e continuada evolução, um alerta é importante: sem obstruir o progresso, é preciso não sucumbir à ideologia tecnológica que consiste em acreditar que é a tecnologia que faz a comunicação. O progresso tecnológico melhora significativamente as comunicações, mas os aspectos mais importantes estão nos elementos culturais e sociais. Ou seja, no conteúdo.

“Não se deixem hipnotizar pelos sonhadores tecnológicos da super infra-estrutura da informação; quando a fumaça passar, o que prevalecerá será o conteúdo”. Uma pequena frase de autoria a mim desconhecida, mas muito representativa, e muito importante para o nosso Brasil: o que deve prevalecer para nossa sociedade, nesse processo turbulento que vivemos na direção da decantada era do conhecimento deve ser, acima de tudo, o conteúdo brasileiro.

O Brasil é um grande país multicultural e orgulhoso de sua identidade, de sua miscigenação, de sua língua. Reconhecidamente a nível mundial, um de seus grandes talentos é sua diversidade cultural. E sabemos todos que, apesar de nossas dificuldades, que não são poucas, os brasileiros de todas as classes sociais gostam do Brasil. Cantam, riem, dançam, celebram, comovem-se, solidarizam-se e choram em conjunto. Saem, viajam, têm saudades e voltam. Identificam-se fortemente com o esporte, com a música, com a comida, com as religiões e seitas, com a língua portuguesa, com a amizade e solidariedade. Comungam sentimentos de identidade. Esse bem de valor inestimável tem nome: integração; identidade; cultura; história. Brasilidade. E mesmo vivendo suas dificuldades cotidianas, os brasileiros não querem perder essa brasilidade. Na globalização de nosso planeta, os brasileiros querem ser participantes ativos em uma sociedade que reflete suas vidas e seus valores.

É, pois, com essa visão e essa preocupação de brasilidade que venho submeter à apreciação dessa Casa o presente projeto de lei, que pretendo que seja de total neutralidade tecnológica, pois tem o objetivo de abranger tão somente os aspectos ligados ao conteúdo brasileiro que venha a ser distribuído por qualquer serviço, por qualquer meio eletrônico, com qualquer tecnologia. Tem o objetivo de preservar, fortalecer e promover a cultura brasileira feita por brasileiros.

Compartilho da convicção que a produção cultural é crítica para a soberania das nações, e que também se tornou importante elemento de desenvolvimento econômico. E sabemos que o planejamento das indústrias do entretenimento e da cultura vai além dos planos de negócios dos grandes grupos empresariais, sendo uma componente relevante da estratégia dos países desenvolvidos. Fato este que, entre outros aspectos, tende a conduzir a uma pasteurização das manifestações culturais no mundo, prevalecendo aquelas oriundas das economias mais fortes.

A esse respeito das estratégias maiores das economias mais fortes, é ilustrativo lembrar, ainda que resumidamente, e embora já deva ser do conhecimento da grande maioria dos nobres parlamentares desta Casa, o caso da “Motion Picture Association of América - MPAA”, criada em 1922, e de sua subsidiária internacional “Motion Picture Associates - MPA”, criada em 1945 para restabelecer a presença dos filmes americanos no mercado mundial após a Segunda Guerra Mundial, e para combater o protecionismo crescente que resultava em barreira à importação de filmes norte-americanos. Conforme mencionado no próprio endereço da MPA na Internet, desde os primeiros momentos de sua criação, ela é referida como “*um pequeno Departamento de Estado*”; suas atividades no estrangeiro se expandiram muito e passam pelas arenas diplomáticas, políticas e econômicas. Fazem parte do Conselho da MPAA os maiores produtores e distribuidores de programas de televisão e de cinema dos EUA.

Naturalmente, não se trata aqui de criticar qualquer aspecto da estratégia de um ou de outro país; muito pelo contrário, vemos nisso um ato soberano e legítimo de quem busca defender os seus interesses. Trata-se, sim, do reconhecimento da existência de tais estratégias, reconhecimento este que vem como um sinal de que, nós, brasileiros, devemos também ter a nossa estratégia para o setor de conteúdo para distribuição pelos meios eletrônicos. O que constitui a base deste projeto de lei.

Devo destacar, e o faço com prazer, as iniciativas sérias que têm sido implementadas por áreas distintas do governo, refletindo uma consciência crescente da relevância desse tema, e o presente projeto deverá complementá-las significativamente. Por exemplo, a criação do PróCul (Programa de Apoio à Cadeia Produtiva do Áudio-Visual), do BNDES, englobando todos os elementos do setor de audiovisual, constituindo-se de quatro linhas de financiamento no valor de R\$ 175 milhões, voltadas à produção, à comercialização, à infra-estrutura e à exibição. O próprio “Programa Cultural para o Desenvolvimento do Brasil” lançado em novembro de 2006 pelo Ministério da Cultura, de onde extraí as seguintes manifestações do Exmo. Ministro Gilberto Gil: “*O fato é que a cultura brasileira impacta tanto o crescimento material de emprego e renda como a qualidade de vida, os principais indicadores de bem-estar real dos brasileiros. A cada dia torna-se mais evidente que o investimento em cultura é item indispensável desta estratégia, ao lado*

da qualidade do sistema de educação e da superação dos gargalos físicos em infra-estrutura.” “Nosso desenvolvimento é pela cultura - reservatório de capacidades, ofícios e saberes - e não apesar dela e das populações que lhe emprestam o corpo. É ela a potência que, num curto prazo, irá influenciar na qualidade de nosso sistema de inovação e de produtividade. Que vai assegurar a qualidade de vida necessária para que os brasileiros realizem sua plena consciência de estar no mundo. Que vai qualificar as relações sociais e garantir uma vida mais abrangente do que as comunidades que nos compõem, possibilitando um sentimento verdadeiro de Nação.”

Nesse momento de concretas indicações de que o país está buscando um caminho para assegurar sua hegemonia cultural, este projeto vem trazer proposições efetivas que permitirão a viabilização de idéias e conceitos em gestação, como o fortalecimento do sentimento de Nação, que entendemos estar ligado à cultura brasileira, feita por brasileiros, para brasileiros.

Conteúdo brasileiro - Com essa visão e abordagem anteriormente descritas, o projeto de lei vem caracterizar de forma clara o conceito de conteúdo brasileiro, e sua produção, programação e provimento por pessoas físicas brasileiras natas ou naturalizadas há mais de dez anos, ou pessoas jurídicas nas quais 51% do capital pertençam a brasileiros natos ou naturalizados há mais de dez anos. E por entender ser a forma mais correta e efetiva, propõe-se um procedimento simplificado e ágil, através da ANCINE, para fins de demonstração dos requisitos estabelecidos pelo projeto.

Atividades sem fins lucrativos e relacionadas à publicidade - o projeto de lei aborda as atividades de produção e de distribuição de conteúdo brasileiro realizadas em caráter eventual e sem fins lucrativos, excluindo-as das condicionantes das normas propostas. Buscamos com isso evidenciar que não se pretende coibir as aplicações “pessoa a pessoa” viabilizadas pelas tecnologias modernas, como as transmissões eventuais, de um telefone celular a outro, de fotos ou pequenos filmes informativos ou celebrando alguma ocasião. Compartilho dos pensamentos de nobres colegas desta Casa sobre a necessidade de que mesmo essas atividades “amadoras” e eventuais de transmissão de conteúdo via celular observem conceitos e regras de proteção ao menor, ao idoso, e à ordem pública em geral, mas creio fortemente que é um tema a ser tratado em regime de auto-regulação pelos agentes

envolvidos. Nossos setores de telecomunicações e de produção de conteúdo têm seriedade, consciência e capacidade para lidarem com esse tema diretamente, como vem acontecendo em cada vez maior grau no mundo. E, assim, não vi necessidade de incluir esse regramento no projeto de lei. E são isentadas também das normas propostas as atividades relacionadas com conteúdo para fins de publicidade

Acesso amplo ao conteúdo estrangeiro - Na defesa dos interesses do conteúdo brasileiro, é prudente esclarecer que não se busca em momento algum a adoção de medidas que limitem o acesso ao conteúdo estrangeiro, sempre que observadas as normas legais e éticas do Brasil. Não se encontrará no presente projeto a menor sugestão sobre isso, visto que pensamos ser esse acesso parte imprescindível de uma democracia informada. É de grande importância que o brasileiro esteja atualizado com o que sucede no mundo, com a diversidade de circunstâncias sociais e econômicas, com causas e consequências das políticas internacionais e nacionais dos outros países; possa entender cada vez mais a diversidade das raças e das culturas, as características dos grupos populacionais majoritários e minoritários. E que assim atualizado, possa se situar como cidadão brasileiro e do planeta; possa valorizar o muito que temos de bom no nosso país, e dar o devido valor à miscigenação pacífica de nossa população; e possa originar críticas melhores fundamentadas ao muito que tem que ser melhorado.

Mas ao exercitarmos esse direito ao acesso à informação mundial, temos que assegurar o devido lugar de destaque para o conteúdo brasileiro, produzido por brasileiros e, assim, impregnados dos valores morais e éticos, culturais, educativos, históricos e sociais que caracterizam a alma e a maneira de ser de nossa população. Não podemos sucumbir à falsa idéia de que promover nossa soberania e identidade seria de alguma forma, uma atitude de fracos que estariam receosos da competição. Trata-se de buscar melhorar e enriquecer nosso espírito de Nação, sem o que poderemos nos tornar apenas um grupo de pessoas vivendo fisicamente em uma mesma região. “*Ao mesmo tempo que assegura a livre circulação de idéias (...) Compete a cada país, com a devida observação a suas obrigações internacionais, definir sua política cultural e implementá-la através de meios que considere apropriado, seja por suporte operacional seja por regulamentação apropriada*” (*Declaração Universal da UNESCO sobre a Diversidade Cultural*)

Serviços específicos - Como exceções a seus objetivos primordiais, mas por ser atual e oportuno, o projeto de lei em questão contempla três aspectos relacionados a serviços específicos. Dada à disponibilidade crescente dos sinais da televisão aberta, que será praticamente total após sua digitalização, considero uma medida justa que a geradora local possa decidir sobre a distribuição de seu sinal nas redes de TV a cabo. A realidade do mercado de televisão por assinatura e o cenário de competição tornado mais complexo com a oferta de serviços similares por empresas de telecomunicações, não justifica mais a limitação à participação de capital estrangeiro nas empresas de TV a cabo, e se propõe fim da limitação hoje existente. E finalmente, reconhecendo a forte presença de mercado das concessionárias do STFC local, em suas áreas de concessão, propõe-se um período de carência com relação à atuação das concessionárias de STFC em suas respectivas áreas de serviço.

Ante o exposto, contamos com o apoio de nossos pares para a aprovação desse projeto de Lei.

Sala das Sessões,

Senador FLEXA RIBEIRO