

## **COMISSÃO DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO, INDÚSTRIA E COMÉRCIO**

### **PROJETO DE LEI Nº 4.209, DE 2004**

Dispõe sobre a propriedade e o gerenciamento da produção, programação e provimento de conteúdo nacional de comunicação social eletrônica e dá outras providências.

**Autor:** Deputado Luiz Piauhyllino

**Relator:** Deputado Nelson Marquezelli

#### **I – RELATÓRIO**

A presente iniciativa do nobre Deputado Luiz Piauhyllino tem por escopo, segundo a ementa do projeto, dispor “sobre a propriedade e o gerenciamento da produção, programação e o provimento de conteúdo nacional de comunicação social eletrônica”.

O foco central da proposição consiste em “adaptar a legislação brasileira aos avanços da chamada tecnologia da informação de modo a garantir a preservação dos fins constitucionais em matéria de comunicação social”.

No dizer do Autor, com suporte nos arts. 220 a 224 da Lei Maior, o capítulo próprio da Constituição Federal fixa dois objetivos em matéria de comunicação social: 1) a defesa da soberania e da identidade nacionais, incluindo o desenvolvimento da cultura e a proteção do patrimônio cultural brasileiros; e 2) a manutenção do pluralismo e da liberdade de circulação de idéias, exigindo a prevenção de condutas anticoncorrenciais no setor.

O que o Projeto de Lei exatamente pretende é estabelecer regras com vistas à preservação desses princípios constitucionais no novo contexto de evolução tecnológica e globalização.

Em prol da iniciativa, disserta o Autor sobre o papel crucial da comunicação social, sua enorme capacidade de influenciar a opinião e o comportamento das pessoas e pautar a agenda política, social e cultural do país, no cenário do mundo globalizado, no qual as disputas por mercados e influência política e econômica ignoram as fronteiras nacionais.

De tal sorte que “os meios de comunicação social são instrumentos de dominação cultural, empregados freqüentemente para criar padrões de consumo, divulgar visões particulares sobre temas políticos e sociais, internos e internacionais, e consagrar as prioridades daqueles que os controlam”.

O vertiginoso avanço tecnológico que marca o panorama mundial, no campo das telecomunicações, impactou os meios tradicionais do rádio e televisão aberta, permitindo que o som e a imagem, além da transmissão pelo ar, via radiodifusão, agora possam ser recepcionados via assinatura, ou por cabo, telefone fixo, telefonia móvel, satélite, microondas, fibra ótica etc.

Em suma, prossegue o proponente, há mais de uma década se acham disponíveis novas plataformas tecnológicas capazes de transmitir conteúdos de comunicação social, sem que a legislação tenha acompanhado essa nova realidade.

O contexto descrito inspirou o duplice objetivo a que visa o articulado:

- garantir que a produção, a programação e o provimento de conteúdo nacional de comunicação social estejam efetivamente sob o controle de brasileiros, independentemente da plataforma tecnológica por meio da qual dito conteúdo seja transmitido;
- disciplinar a atuação das empresas de telecomunicações no setor de comunicação social, consolidando normas preexistentes que já hoje visam impedir a concentração econômica nessas empresas, pela verticalização, de toda a cadeia de exploração do conteúdo audiovisual que vai da sua produção até a sua distribuição.

Para alcançar o primeiro propósito, o projeto trata de duas questões:

- estende a existente regulação quanto à propriedade, gestão empresarial e responsabilidade efetiva pela seleção e programação do conteúdo, a todas as empresas de produção, programação e provimento de conteúdo nacional, independentemente das plataformas em que tais conteúdos trafeguem, em consonância com os Princípios Constitucionais que regem a matéria;
- prevê a invalidade de artifícios que contrariem dito objetivo, como acertos negociais que submetam a gestão da empresa brasileira de comunicação social à orientação estrangeira.

Intenta-se, pois, disciplinar a oferta de conteúdo nacional à população brasileira. O objetivo é que o conteúdo associado pela população à sua própria imagem, contribuindo para a formação da identidade nacional, esteja sob o controle e a responsabilidade de brasileiros, sem impedir a veiculação de visões de mundo estrangeiras, contanto que a origem desse conteúdo forâneo seja claramente mostrada pelos meios de comunicação social.

Menciona, também, o Autor que a preocupação de manter o conteúdo nacional de comunicação social sob o controle e a responsabilidade de nacionais já figura em diversos diplomas legais e atos governamentais abrangentes, mas esparsos, a exemplo da Lei do Cabo (Lei nº 8.077, de 1995) e Lei nº 10.610, de 2002, que regulamentou o art. 222 da CF; da mesma forma, a Medida Provisória nº 2.228-1, de 2001, que criou a ANCINE e regula a indústria de cinema.

Para viabilizar a realização do segundo objetivo, o conjunto de normas foi projetado, como mecanismo de proteção da soberania e da cultura nacionais, para evitar que as empresas de telecomunicações sobretudo sob o controle de estrangeiros – uma vez que o setor de telecomunicações no Brasil hoje está completamente aberto à desnacionalização – tenham o poder de interferir na escolha dos conteúdos a serem transmitidos, ou na produção dos próprios conteúdos, controlando por essa forma todo o processo de criação e transmissão da comunicação social.

No entender do Autor, a possibilidade de as empresas de telecomunicações produzirem, programarem e/ou proverem qualquer tipo de conteúdo, o que hoje já lhes é vedado por lei, ou de algum modo essas empresas, por si ou por suas controladoras, contratadas ou vinculadas privilegiarem a transmissão de determinado conteúdo em detrimento de outros, configuraria por si só processo anticoncorrencial de concentração econômica, na modalidade de verticalização, o que está vedado na Lei nº 8.884, de 1994, no seu art. 21, especialmente inciso VI.

No tocante a esse segundo conjunto de providências, para delimitar a atuação das empresas de telecomunicações à prestação dos serviços que lhes é própria, o Autor cita também a Lei nº 9.472, de 1997 (Lei Geral de Telecomunicações), assim como a Norma nº 4 da ANATEL (Portaria nº 148/95 – Minicom) e a mesma Lei do Cabo (Lei nº 8.977/95).

O articulado do Projeto pode assim ser sumariado:

**art. 1º**, de natureza conceitual, adota definições sobre o que seja:

- “conteúdo”, a comunicação fixada em qualquer tipo de suporte físico ou digital;
- “conteúdo nacional”, aquele produzido, de forma preponderante, no idioma português, ou com participação de

atores e demais artistas e profissionais brasileiros, ou relacionado a eventos em geral, realizados no território nacional ou com participação preponderante de brasileiros, ou, ainda, aquele direcionado originalmente aos brasileiros, independente do idioma utilizado, de dublagem ou legendagem para a língua portuguesa;

- “produção”: a criação, execução e fixação de conteúdos em qualquer suporte e em qualquer uma das fases de sua realização;
- “programação”: canais, sítios em redes IP e outros conteúdos organizados para oferta em qualquer meio de comunicação social;
- “provimento de conteúdo”: a oferta, em todos os seus passos, de programação, seja qual for o modo pelo qual venha a ser exibida, ou a plataforma de distribuição ou o serviço de telecomunicações de que façam uso;
- “comunicação social”: atividade de transmissão de conteúdo de um emissor para vários, independentemente da plataforma de distribuição ou do serviço de telecomunicações utilizado.

**art. 2º e seus parágrafos**, estabelecem que:

- a produção, a programação e o provimento de conteúdo nacional de comunicação social eletrônica – por qualquer meio e independente do serviço de telecomunicação utilizado – somente poderão ser feitos por brasileiros natos ou naturalizados há mais de dez anos, ou por pessoas jurídicas constituídas sob as leis brasileiras, nas quais, ao menos, 70% do capital total e do capital votante pertençam, direta ou indiretamente, a brasileiros natos ou naturalizados há mais de dez anos;
- a gestão das atividades empresariais, a responsabilidade editorial e as atividades de seleção e direção de programação são privativas do sócio ou grupo de sócios controladores brasileiros, que as exercerão diretamente ou por meio de representantes brasileiros natos ou naturalizados há mais de dez anos;
- serão nulas as relações contratuais ou de outra natureza que procurem subordinar a gestão das atividades de produção, programação e provimento de conteúdo nacional de comunicação social eletrônica à orientação de pessoas físicas ou jurídicas estrangeiras, ou mesmo de pessoas jurídicas brasileiras que não atendam às exigências anteriores;

- no caso de TV por assinatura, a vedação contida neste artigo 2º aplica-se à programação e ao provimento de qualquer conteúdo veiculado, seja nacional ou estrangeiro.

**art. 3º**, veda o acesso à Internet através de empresa de Provimento de Acesso que não preencha as exigências do art. 2º;

**art. 3º, parágrafo único**, veda às empresas que explorem os serviços de telefonia fixa e móvel, inclusive suas controladas ou controladoras, ou empresas sob controle comum, produzir, programar ou distribuir conteúdo nacional de comunicação social eletrônica ou prestar o serviço de provimento de acesso à Internet;

**art. 4º**, proíbe sobrepor, tornar disponível simultaneamente, ou de qualquer forma associar patrocínio, publicidade, interatividade, comercialização de produtos ou prestação de serviço, ou qualquer outro conteúdo, a conteúdo de comunicação social eletrônica, sem expressa autorização do seu programador original e independente da plataforma tecnológica utilizada para a transmissão;

**art. 5º**, estabelece cláusula penal de multa, suspensão e perda da autorização, aplicáveis administrativamente, e de perda da concessão ou permissão, mediante decisão judicial definitiva, aos infratores das disposições da lei projetada;

**art. 6º**, estabelece cláusula de vigência, com a previsão de um prazo de 24 meses para que as empresas em funcionamento possam adaptar-se às disposições da lei.

A matéria foi distribuída, por despacho presidencial, às Comissões de Desenvolvimento Econômico, Indústria e Comércio; de Ciência e Tecnologia, Comunicação e Informática, e de Constituição e Justiça e de Cidadania, estando sujeita, *a priori*, à deliberação conclusiva das Comissões, nos termos do inciso II do art. 24 do Regimento Interno e, particularmente, ao crivo de mérito desta CDEIC em razão de sua competência material, que lhe conferem as alíneas “a”, “b”, “f” e “i” do inciso VI do art. 32 do mesmo RICD.

Desde o ano legislativo passado, findou-se o prazo para emendamento da proposição, não se registrando nenhuma iniciativa dessa natureza no âmbito deste Colegiado técnico.

É o relatório.

## II – VOTO DO RELATOR

Desarrazoado discordar do Autor e deixar de reconhecer que poucos projetos da agenda legislativa congressional se afiguram tão oportunos e

indispensáveis para a proteção e incentivo da cultura brasileira – e até da identidade nacional – quanto o de que ora se trata; ao mesmo tempo, raros se revestem de tão capital importância para a salvaguarda do mercado brasileiro de bens e serviços culturais.

Na realidade, a produção e a transmissão de bens culturais assumiu o papel de instrumento hegemônico de economias centrais, ocupando o quinto lugar em termos de importância econômica no mundo.

Além de seu valor econômico direto, essa indústria é parte de uma estratégia de dominação cultural dos mercados emergentes, em apoio à dominação econômica e política, disseminando valores, criando demanda e abrindo mercados desvinculados da realidade e dos interesses nacionais.

O volume e a força desses conteúdos estrangeiros são viabilizados por grandes produtoras mundiais de mídia e entretenimento, por gigantes das telecomunicações, que não apenas acessam mercados mundiais diluindo seus custos de produção, como contam com capitais a baixos custos e incentivos dos seus governos de origem que inviabilizam a competição e a sobrevivência de empresas nacionais de produção cultural na maioria dos países periféricos do mundo.

Deparamo-nos com uma ameaça real à cultura genuinamente brasileira e à capacidade de criação e produção cultural em nosso país. A indústria cultural mundial é sustentada não só pelo livre jogo de mercado mas também por marcos regulatórios e sistemas de incentivos governamentais que as protegem em seus países de origem e as projetam para o domínio de mercados mundiais.

Há portanto entre nós, a necessidade e a urgência de marcos regulatórios infra-constitucionais adequados para preservar e incentivar essa indústria, como fator de desenvolvimento econômico e social e de preservação da identidade e soberania nacionais. Nesse contexto, a produção cultural deve ser tratada sob esses dois prismas: pelo aspecto ideológico, de um lado e pela sua dimensão econômica, e de outro com as vicissitudes próprias da convivência de capitais e interesses nacionais e de além-mar.

Ocorre que, desde as décadas finais do século passado, a comunicação social teve sua dinâmica alterada em face das novas tecnologias e serviços multimídia que surgiram ou convergiram entre si, com abrangência e espectro muito além dos veículos tradicionais da radiodifusão.

A digitalização dos meios de comunicação e a conseqüente convergência de mídias abriram novo cenário de imensas oportunidades comerciais e possibilidades técnicas, vinculando as atividades de empresas de telecomunicações, de Internet, e de radiodifusão.

Não há dúvidas quanto à preocupação do Legislador Constituinte em regular a comunicação social, bem como o seu conteúdo, e em especial a produção nacional.

A Constituição Federal, em seu Capítulo V, trata da Comunicação Social enquanto gênero, sem especificar as atividades nela compreendidas, que são a produção, a programação e o provimento de conteúdo, sendo certo que já prevê tratamento especial ao conteúdo nacional. Por isso, entendemos que o presente Projeto de Lei deve tratar a Comunicação Social da mesma forma.

Assim, estamos convencidos da instantaneidade e urgência mesmo, de uma legislação infraconstitucional que dê tratamento equânime a qualquer empresa que explore a produção, a programação ou o provimento de conteúdo nacional por meio eletrônico.

É gritante a necessidade de se aplicar os princípios constitucionais a todos os meios de comunicação social que face à evolução tecnológica e convergência digital não se limitam mais apenas às formas tradicionais de fazer TV, rádio e jornal. Muito ao contrário, dados oficiais mostram o avassalador crescimento, ano a ano, do número de pessoas no mundo e no Brasil que consomem notícias, esporte e entretenimento através de novas plataformas como internet e telefonia móvel.

A título de exemplo vale conhecer alguns índices mundiais de penetração das diferentes plataformas que se prestam à distribuição de conteúdo audiovisual, como radiodifusão (TV aberta), banda larga e telefonia móvel.

| Meios de Transmissão/Países               | Inglaterra | EUA | França | Canadá | México | Brasil |
|---|------------|-----|--------|--------|--------|--------|
| TV aberta (1)<br>(% de domicílios)        | 99%        | 99% | 90%    | 99%    | 88%    | 90%    |
| Telefonia Celular (2)<br>(% da população) | 99%        | 59% | 69%    | 45%    | 32%    | 41,6%  |
| Banda Larga (3)<br>(% de domicílios)      | 20%        | 45% | 23%    | 45%    | 2,9%   | 5,9%   |

Fontes: (1) Zenith, IBGE; (2) Global Mobile; (3) Informa Broadband database  
Dados de novembro de 2005

É urgente para a sociedade brasileira, para o fortalecimento e a independência econômica do país, para a preservação da nossa identidade cultural e soberania, que todas as formas de comunicação social (quer através das mídias tradicionais, quer através das novas mídias) tenham clara regulamentação

prevendo que o seu conteúdo nacional seja produzido, programado e provido por brasileiros.

Só com uma legislação abrangente e aplicável a toda a comunicação social eletrônica, como a aqui proposta, é que podemos garantir espaço para que o Brasil continue a ser retratado e visto através da mídia com os olhos e os valores do próprio brasileiro. Só com esse aparato legal é que teremos empresas brasileiras, criadas e regidas por leis brasileiras, essencialmente comprometidas com o sucesso da economia nacional, que efetivamente se responsabilizarão pela produção, seleção e oferta da produção nacional dirigida a brasileiros. Só assim, nós, a exemplo do que ocorre nas nações mais desenvolvidas do mundo, conseguiremos manter no Brasil e em poder de empresas brasileiras, os benefícios sociais e econômicos proporcionados por uma indústria cultural forte.

Se não estendermos à regulamentação das novas mídias, as exigências e restrições que hoje se aplicam à televisão, rádio e jornal, estaremos inviabilizando a sobrevivência dessas mídias tradicionais que hoje garantem (de forma que só é comparável ao que acontece nos EUA) a presença dominante de conteúdos nacionais de qualidade à disposição da população brasileira.

Num ambiente regulatório pouco claro que deixa espaço para uma interpretação de que as novas mídias (controladas por poderosos capitais estrangeiros, que contam com proteção e incentivos de seus governos de origem) não estão regulamentadas, contrariando os preceitos constitucionais e permitindo-lhes uma liberdade de atuação maior do que a prevista no texto legal, estaremos inviabilizando a continuidade da produção, programação e oferta de conteúdos nacionais efetivamente sob o controle de brasileiros, voltados para os interesses nacionais.

No âmago desses problemas, aflora a preocupação com a defesa e a valorização da nossa cultura e o fortalecimento da nossa economia diante de grandes transformações sociais: a globalização, a revolução tecnológica e a convergência de mídias. Esses são elementos de um movimento irreversível contra o qual, em sã consciência, ninguém se colocará, sob pena de querer inocuamente deter as mudanças sociais e avanços da tecnologia e da ciência, na era do conhecimento e da informação. O que nos cabe e o que nos move, é criar um ambiente legal em que esses elementos ao invés de ameaças, se constituam em oportunidades, em benefícios para o nosso país e o nosso povo.

Recebemos, por conseguinte, com alvíssaras, a iniciativa do nobre Deputado Luiz Piauhyllino, que tem o mérito de percutir as reivindicações e expectativas de amplos setores da cultura e da comunicação social no País.

Sugerimos, porém, alguns aperfeiçoamentos pontuais do Projeto, consoante as emendas anexas a este parecer, de sorte a assegurar a integralidade dos objetivos a que visa, sem repercussões indesejadas para outras

modalidades de serviços ou empresas.

## I

Assim, só com o propósito de evitar qualquer dubiedade no texto original, cremos necessário retificar a redação da ementa do Projeto de Lei e dos incisos I, II e IV, excluir os incisos V e VI e incluir um novo inciso **V** ao art. 1º que passarão a ter a redação abaixo transcrita.

“Dispõe sobre a produção e a programação e provimento de conteúdo nacional e dá outras providências.”

Art. 1º (...)

I – Conteúdo: textos, fotografias, sons, imagens e desenhos, estáticos ou em movimento, ou qualquer outra informação, independentemente das tecnologias ou suportes utilizados para sua captação, produção, armazenamento ou transmissão;

II – Conteúdo nacional:

a) o produzido ou fixado, no todo ou em parte significativa, em língua portuguesa;

b) aquele do qual participem, de forma preponderante, autores, roteiristas, diretores, jornalistas, apresentadores, locutores, atores ou outros artistas brasileiros;

c) o que contenha sons e imagens da transmissão de eventos, culturais, esportivos, entre outros, realizados no território nacional ou dos quais participem, de forma preponderante, brasileiros que atuem no campo cultural, artístico, desportivo ou qualquer outro; ou

d) o direcionado originalmente aos brasileiros, independentemente do idioma utilizado, de dublagem ou legendação para a língua portuguesa;

III. (...)

IV – Programação e provimento de conteúdo : é a atividade de seleção, organização ou formatação de conteúdo para canais, sítios em redes

interligadas de computadores ou qualquer outra modalidade de apresentação de conteúdo, bem como a sua oferta ou disponibilização para posterior distribuição a usuários através de qualquer meio eletrônico, próprio ou de terceiros, incluindo aí a definição de condições de sua exploração comercial e de interatividade, e a venda de publicidade; e

V – Distribuição de Conteúdo: a atividade de entrega de programação aos usuários através de qualquer meio eletrônico próprio ou de terceiros.”

## II

Pequenas correções são necessárias no caput do artigo 2º, de forma a acrescentar “a ser distribuído” após “provimento de conteúdo nacional”, substituir a palavra “feitos” por “explorados”, visando esclarecer que o que se pretende regular é a atividade empresarial voltada para a produção, programação e provimento de conteúdo, e a expressão “serviços de telecomunicações” por “tecnologia” por tratar-se, por certo, de erro de digitação, bem como para exclusão da expressão “Comunicação social eletrônica” por ser desnecessária e prejudicial ao entendimento do artigo. Além destas, faz-se necessária adequação do texto à alteração proposta no que se refere à definição de programação e provimento de conteúdo.

## III

No parágrafo 1º do artigo 2º, propomos a substituição de “atividades empresariais” por “empresas citadas no caput deste artigo”, de forma a conferir maior clareza quanto ao sujeito objeto do dispositivo.

No parágrafo 2º do artigo 2º, faz-se necessária, ainda, a inclusão da palavra “outra” na primeira sentença, antes de “natureza que procurem subordinar a gestão das atividades” e a adequação do texto à alteração proposta no que se refere à definição de programação e provimento de conteúdo.

Propomos a supressão do § 3º do art. 2º, por se tratar de matéria já regulada em lei. De fato, a Lei nº 10.454, de 2002, oriunda da MP n 2.228-1/2001, em seus art. 1º, § 1º e art. 31, já determina que a contratação de programas ou canais de programação internacional por operadoras de TV por Assinatura somente poderá ser feita com a intermediação de empresa brasileira, com sede no País, controlada por brasileiros natos ou naturalizados há mais de 10 anos, que deverão exercer de fato e de direito o poder decisório na empresa.

Em lugar da redação do § 3º suprimida propomos a inclusão de

disposição no sentido de explicitar que a disciplina prevista no Projeto de Lei não deve aplicar-se às atividades de publicidade ou de produção de comerciais que deverá ter a seguinte redação: “As disposições deste artigo não se aplicam às atividades inerentes às agências de publicidade e de produção de obras publicitárias”.

Consideramos, na hipótese, que o impacto da publicidade sobre a formação e o desenvolvimento da identidade e cultura nacionais é bastante diverso do causado pela programação normal, de modo que não se justifica estender a mesma disciplina legal a essa categoria diferenciada de atividades.

Nessa linha, a própria Constituição de 1988 prevê uma disciplina particular para a publicidade, nos termos do seu art. 220, §§ 3º, inciso II, e 4º.

#### IV

Também com o propósito de evitar desvio do objetivo do presente Projeto de Lei, bem como deixá-lo ainda mais coerente com todo o seu arrazoado, cremos ser necessário suprimir a redação do art. 3º e de seu parágrafo único, deixando de tratar dos provedores de acesso à Internet e das empresas prestadoras de serviços de telefonia.

Vale destacar que não se pode confundir Comunicação Social com Telecomunicações. A própria Constituição Federal de 1988 e os dispositivos infraconstitucionais, como não poderia deixar de ser, separam claramente tais atividades.

Nesse sentido, já contamos com aparato regulatório que objetiva impedir a concentração econômica das empresas exploradoras de serviços de telecomunicação, bem como limita o escopo da autorização concedida a tais empresas. É explicitamente proibida a exploração de quaisquer outras atividades além daquela objeto de suas outorgas, havendo clara vedação à prestação de qualquer serviço de valor adicionado (SVA). Há, ainda, vedação expressa para utilização do Serviço de Comunicação Multimídia (SCM), um serviço de telecomunicação, para a transmissão, emissão e recepção de informações de qualquer natureza que possam configurar a prestação dos Serviços de Radiodifusão, de TV a cabo, de TV por satélite (DTH) ou por MMDS.

O presente Projeto de Lei se aplica a todos que exerçam as atividades de produção e de programação e provimento de conteúdo nacional.

Face à supressão da redação do atual artigo 3º, faz-se necessária a renumeração dos artigos seguintes, passando o atual artigo 4º a ser o artigo 3º, com pequena alteração na redação, qual seja a exclusão da sentença “Independentemente da plataforma tecnológica utilizada para a transmissão de um conteúdo nacional”, passando-se a adotar o seguinte texto:

“Art. 3º É vedado à empresa que exerce a atividade de

distribuição sobrepor, tornar disponível simultaneamente, ou de qualquer forma associar ao conteúdo nacional patrocínio, publicidade, interatividade, comercialização de produtos ou de serviços.”

**V**

Em nome da boa técnica legislativa e com intuito de evitar-se conflitos quanto ao prazo para entrada em vigor da Lei, cabe adequar a redação do artigo 5º de forma a fazer nele constar o evento a partir do qual é contado o tal prazo, qual seja a data de sua publicação.

Em conclusão, meu parecer é no sentido da aprovação do Projeto de Lei nº 4.209, de 2004, na forma do Substitutivo anexo.

**Sala da Comissão, em            de novembro de 2006.**

**Deputado Nelson Marquezelli  
Relator**

**SUBSTITUTIVO**  
**AO PROJETO DE LEI N.º 4.209 , DE 2004**

(Do Senhor Luiz Piauhyllino)

*Dispõe sobre a produção e a programação e provimento de conteúdo nacional e dá outras providências.*

Art. 1º Para fins desta Lei e sua regulamentação, ficam estabelecidas as seguintes definições:

I – Conteúdo: textos, fotografias, sons, imagens e desenhos, estáticos ou em movimento, ou qualquer outra informação, independentemente das tecnologias ou suportes utilizados para sua captação, produção, armazenamento ou transmissão.;

II – Conteúdo nacional:

a) o produzido ou fixado, no todo ou em parte significativa, em língua portuguesa;

b) aquele do qual participem, de forma preponderante, autores, roteiristas, diretores, jornalistas, apresentadores, locutores, atores ou outros artistas brasileiros;

c) o que contenha sons e imagens da transmissão de eventos culturais, esportivos, entre outros, realizados no território nacional ou dos quais participem, de forma preponderante, brasileiros que atuem no campo cultural, artístico, desportivo ou qualquer outro; ou

d) o direcionado originalmente aos brasileiros, independentemente do idioma utilizado, de dublagem ou legendação para a língua portuguesa;

III – Produção: a criação, execução e fixação de conteúdos em qualquer suporte, abrangendo qualquer uma das fases de sua realização;

IV – Programação e provimento de conteúdo : é a atividade de seleção, organização ou formatação de conteúdo para canais, sítios em redes interligadas de computadores ou qualquer outra modalidade de apresentação de conteúdo, bem como a sua oferta ou disponibilização para posterior distribuição a usuários através de qualquer meio eletrônico, próprio ou de terceiros, incluindo aí a definição de condições de sua exploração comercial e de interatividade, e a venda de publicidade; e

V – Distribuição de Conteúdo: a atividade de entrega de programação aos usuários através de qualquer meio eletrônico próprio ou de terceiros.

Art. 2º A produção e a programação e provimento de conteúdo nacional a ser distribuído por qualquer meio eletrônico e independentemente das tecnologias de que faça uso, somente poderão ser explorados por brasileiros natos ou naturalizados há mais de dez anos, ou por pessoas jurídicas constituídas sob as leis brasileiras, nas quais ao menos 70% do capital total e do capital votante deverão pertencer, direta ou indiretamente, a brasileiros natos ou naturalizados há mais de dez anos.

§ 1º A gestão das empresas citadas no *caput* deste artigo, a responsabilidade editorial e as atividades de seleção e direção de programação são privativas do sócio ou grupo de sócios controladores brasileiros, que as exercerão diretamente ou por meio de representantes que, em qualquer caso, serão obrigatoriamente brasileiros natos ou naturalizados há mais de dez anos.

§ 2º Serão nulas quaisquer relações contratuais ou de outra natureza que procurem subordinar a gestão das atividades de produção e de programação e provimento de conteúdo nacional à orientação de pessoas físicas

ou jurídicas estrangeiras ou mesmo de pessoas jurídicas brasileiras que não atendam ao disposto no caput e no § 1º deste artigo.

§ 3º As disposições deste artigo não se aplicam às atividades inerentes às agências de publicidade e de produção de obras publicitárias.

Art. 3º É vedado à empresa que exerce a atividade de distribuição sobrepor, tornar disponível simultaneamente, ou de qualquer forma associar ao conteúdo nacional patrocínio, publicidade, interatividade, comercialização de produtos ou de serviços.

Art. 4º O descumprimento das disposições desta lei acarretará para os infratores, segundo a gravidade da infração, as penalidades de multa, suspensão e perda da autorização, aplicáveis administrativamente, e de perda da concessão ou permissão, mediante procedimento judicial, somente podendo ser efetivada após o trânsito em julgado da decisão judicial que a determinar.

Art. 5º Esta lei entra em vigor na data de sua publicação, sendo concedido o prazo de 24 (vinte e quatro) meses, contados da data da publicação desta lei, para que todas as empresas em funcionamento, cujas atividades sejam reguladas por esta lei, se adaptem à suas disposições.

Sala das Sessões, em 09 de novembro de 2006.

NELSON MARQUEZELLI

Deputado Federal