

AGÊNCIA NACIONAL DE TELECOMUNICAÇÕES (ANATEL)  
SUPERINTENDÊNCIA DE COMUNICAÇÃO DE MASSA (SCM)  
GERÊNCIA GERAL DE REGULAMENTAÇÃO, OUTORGA E LICENCIAMENTO DE SERVIÇOS  
POR ASSINATURA (CMRO)  
GERÊNCIA DE REGULAMENTAÇÃO E PLANEJAMENTO TECNO-ECONÔMICO (CMROR)

# **Estudo Comparativo de Regras de *Must carry* na TV por Assinatura**

**Octavio Penna Pieranti**

**Susana Festner dos Santos**

**Brasília – DF  
Julho de 2008**

## Índice

Resumo .....	6
Apresentação .....	7
África do Sul.....	9
1. Regulação do setor de TV por Assinatura .....	9
2. Mercado de TV por Assinatura .....	9
3. Princípios da programação .....	10
4. Fontes públicas de financiamento.....	12
5. Regras de <i>must carry</i> .....	12
6. Alternativas ao <i>must carry</i> .....	13
Alemanha.....	14
1. Regulação do setor de TV por Assinatura .....	14
2. Mercado de TV por Assinatura .....	14
3. Princípios da programação .....	15
4. Fontes públicas de financiamento.....	17
5. Regras de <i>must carry</i> .....	18
6. Alternativas ao <i>must carry</i> .....	20
Argentina .....	22
1. Regulação do setor de TV por Assinatura .....	22
2. Mercado de TV por Assinatura .....	22
3. Princípios da programação .....	23
4. Fontes públicas de financiamento.....	24
5. Regras de <i>must carry</i> .....	24
6. Alternativas ao <i>must carry</i> .....	25
Austrália .....	26
1. Regulação do setor de TV por Assinatura .....	26
2. Mercado de TV por Assinatura .....	26
3. Princípios da programação .....	27
4. Fontes públicas de financiamento.....	28
5. Regras de <i>must carry</i> .....	29
6. Alternativas ao <i>must carry</i> .....	29
Bélgica.....	30
1. Regulação do setor de TV por Assinatura .....	30
2. Mercado de TV por Assinatura .....	31
3. Princípios da programação .....	31
4. Fontes públicas de financiamento.....	32
5. Regras de <i>must carry</i> .....	33
6. Alternativas ao <i>must carry</i> .....	35
Brasil.....	36
1. Regulação do setor de TV por Assinatura .....	36
2. Mercado de TV por Assinatura .....	36
3. Princípios da programação .....	37
4. Fontes públicas de financiamento.....	38
5. Regras de <i>must carry</i> .....	39

6. Alternativas ao <i>must carry</i> .....	39
Canadá .....	40
1. Regulação do setor de TV por Assinatura .....	40
2. Mercado de TV por Assinatura .....	41
3. Princípios da programação .....	42
4. Fontes públicas de financiamento.....	43
5. Regras de <i>must carry</i> .....	43
6. Alternativas ao <i>must carry</i> .....	44
Chile .....	45
1. Regulação do setor de TV por Assinatura .....	45
2. Mercado de TV por Assinatura .....	45
3. Princípios da programação .....	46
4. Fontes públicas de financiamento.....	46
5. Regras de <i>must carry</i> .....	47
6. Alternativas ao <i>must carry</i> .....	47
China.....	48
1. Regulação do setor de TV por Assinatura .....	48
2. Mercado de TV por Assinatura .....	48
3. Princípios da programação .....	50
4. Fontes públicas de financiamento.....	50
5. Regras de <i>must carry</i> .....	51
6. Alternativas ao <i>must carry</i> .....	51
Espanha.....	52
1. Regulação do setor de TV por Assinatura .....	52
2. Mercado de TV por Assinatura .....	52
3. Princípios da programação .....	53
4. Fontes públicas de financiamento.....	54
5. Regras de <i>must carry</i> .....	55
6. Alternativas ao <i>must carry</i> .....	55
Estados Unidos .....	56
1. Regulação do setor de TV por Assinatura .....	56
2. Mercado de TV por Assinatura .....	56
3. Princípios da programação .....	57
4. Fontes públicas de financiamento.....	58
5. Regras de <i>must carry</i> .....	59
6. Alternativas ao <i>must carry</i> .....	62
França .....	63
1. Regulação do setor de TV por Assinatura .....	63
2. Mercado de TV por Assinatura .....	64
3. Princípios da programação .....	64
4. Fontes públicas de financiamento.....	66
5. Regras de <i>must carry</i> .....	67
6. Alternativas ao <i>must carry</i> .....	67
Holanda.....	68
1. Regulação do setor de TV por Assinatura .....	68
2. Mercado de TV por Assinatura .....	69
3. Princípios da programação .....	69

4. Fontes públicas de financiamento.....	70
5. Regras de <i>must carry</i> .....	71
6. Alternativas ao <i>must carry</i> .....	71
Índia.....	72
1. Regulação do setor de TV por Assinatura.....	72
2. Mercado de TV por Assinatura.....	72
3. Princípios da programação.....	74
4. Fontes públicas de financiamento.....	75
5. Regras de <i>must carry</i> .....	76
6. Alternativas ao <i>must carry</i> .....	77
Japão.....	78
1. Regulação do setor de TV por Assinatura.....	78
2. Mercado de TV por Assinatura.....	78
3. Princípios da programação.....	80
4. Fontes públicas de financiamento.....	80
5. Regras de <i>must carry</i> .....	81
6. Alternativas ao <i>must carry</i> .....	81
México.....	82
1. Regulação do setor de TV por Assinatura.....	82
2. Mercado de TV por Assinatura.....	82
3. Princípios da programação.....	83
4. Fontes públicas de financiamento.....	84
5. Regras de <i>must carry</i> .....	85
6. Alternativas ao <i>must carry</i> .....	85
Noruega.....	87
1. Regulação do setor de TV por Assinatura.....	87
2. Mercado de TV por Assinatura.....	88
3. Princípios da programação.....	89
4. Fontes públicas de financiamento.....	90
5. Regras de <i>must carry</i> .....	91
6. Alternativas ao <i>must carry</i> .....	91
Portugal.....	92
1. Regulação do setor de TV por Assinatura.....	92
2. Mercado de TV por Assinatura.....	93
3. Princípios da programação.....	94
4. Fontes públicas de financiamento.....	95
5. Regras de <i>must carry</i> .....	96
6. Alternativas ao <i>must carry</i> .....	97
Reino Unido.....	98
1. Regulação do setor de TV por Assinatura.....	98
2. Mercado de TV por Assinatura.....	99
3. Princípios da programação.....	100
4. Fontes públicas de financiamento.....	101
5. Regras de <i>must carry</i> .....	101
6. Alternativas ao <i>must carry</i> .....	102
Rússia.....	103
1. Regulação do setor de TV por Assinatura.....	103

2. Mercado de TV por Assinatura .....	104
3. Princípios da programação .....	105
4. Fontes públicas de financiamento.....	105
5. Regras de <i>must carry</i> .....	106
6. Alternativas ao <i>must carry</i> .....	106
Gráficos .....	107
1. Legislação.....	107
Grau de fragmentação normativa relativa à TV por Assinatura.....	107
2. Regulação no setor de TV por Assinatura .....	109
Competências de órgãos reguladores do setor de TV por Assinatura .....	109
Competências de órgãos reguladores da infra-estrutura de TV por Assinatura .....	110
Competências de órgãos reguladores da programação de TV por Assinatura .....	111
3. Mercado de TV por Assinatura .....	112
Densidade dos serviços de TV por Assinatura .....	112
Predominância de tecnologias para a prestação dos serviços de TV por Assinatura ..	113
4. Regras de <i>must carry</i> .....	114
Existência de regras de <i>must carry</i> na legislação .....	114
Previsão legal de alternativas ao <i>must carry</i> .....	115
Prerrogativas do órgão regulador no tratamento do <i>must carry</i> .....	116
Tabelas Comparativas.....	117
1. Organizações envolvidas na regulação do setor de TV por Assinatura .....	117
2. Organizações públicas envolvidas na regulação e no fomento do audiovisual.....	118
3. Princípios da programação .....	119
4. Regras de <i>must carry</i> .....	122
5. Alternativas ao <i>must carry</i> .....	124
Referências .....	125

## Resumo

Este estudo tem por objetivo analisar o emprego do instituto do *must carry* e de alternativas a essa regra no setor de TV por Assinatura no cenário internacional. Para isso, dividiu-se este trabalho em três partes. Na primeira, é apresentado o relatório individual de cada um dos vinte países analisados, reunidos com base em critérios sócio-econômicos. Como a adoção de regras de *must carry* é influenciada por fatores diversos, optou-se por apresentar uma contextualização do setor de TV por Assinatura em cada país, subdividindo-se cada relatório individual em seis seções, relativas ao modelo de regulação adotado; características básicas do mercado de TV por Assinatura; princípios a serem respeitados pela programação de televisão; fontes públicas de fomento ao audiovisual; definição de regras de *must carry*; e alternativas a essas regras. Na segunda parte do trabalho, foi realizada uma análise comparativa dos modelos estudados em torno de quatro eixos principais: legislação referente à TV por Assinatura; divisão de competências dos órgãos reguladores; mercado do setor; e regras de *must carry*, evidenciando-se, nesse caso, a opção de grande parte da amostra pela constituição de dispositivos de distribuição obrigatória da programação e a busca crescente por alternativas a essas regras. Por fim, constam da última parte do estudo tabelas que sintetizam e sistematizam as informações tratadas nos relatórios individuais dos países.

## **Apresentação**

Historicamente encarado como garantia de que as emissoras de radiodifusão seriam distribuídas pelas prestadoras de TV por Assinatura, o instituto do *must carry* ganhou complexidade com o passar do tempo. Aos poucos, essa se tornou uma alternativa adotada para garantir o atendimento de finalidades específicas da televisão – notadamente aquelas relacionadas à promoção da cultura, da educação, do acesso à informação e do desenvolvimento, presentes, com variações, nos instrumentos normativos nacionais. Ao *must carry* somaram-se alternativas outras, como o *may carry* e o *must list*, também empregadas como forma de se tentar atingir as finalidades atribuídas aos serviços de TV por Assinatura.

Com o objetivo de analisar o emprego do instituto do *must carry* e de alternativas a essa regra no cenário internacional, foi elaborado este estudo no âmbito da Gerência de Regulamentação e Planejamento Tecno-Econômico (CMROR) da Superintendência de Serviços de Comunicação de Massa (SCM) da Agência Nacional de Telecomunicações (ANATEL) entre os meses de outubro de 2007 e julho de 2008. A amostra de vinte países foi selecionada com base em critérios sócio-econômicos, contemplando-se todos os continentes.

Os relatórios individuais sobre cada país constituem a primeira parte deste trabalho e foram feitos a partir de uma análise bibliográfica e documental. Sempre que possível, buscou-se acessar fontes primárias, instrumentos normativos em seu idioma de origem e informações oficiais disponibilizadas pelos órgãos reguladores e organizações públicas de fomento, notadamente no que se refere à legislação e aos dados sobre o mercado de TV por Assinatura. Optou-se, sempre que possível, por preservar os nomes próprios em seu idioma e com sua grafia originais, eventualmente traduzidos, também, para o português. Foram mantidos, ainda, os valores em suas moedas originais, porém, a título exemplificativo, promoveu-se, também, a sua conversão aproximada em reais, com base nas cotações de junho de 2008.

Como a adoção do *must carry* e de suas alternativas é influenciada por diversos fatores, optou-se por dividir cada relatório individual em seis seções:

- Regulação do setor de TV por Assinatura, compreendendo uma descrição do modelo a partir da legislação vigente e da divisão de competências entre órgãos reguladores;
- Mercado de TV por Assinatura, apresentando um perfil do mercado em cada contexto nacional, compreendendo, dentre outras informações, características básicas relativas à prestação dos serviços pela iniciativa privada e pelo Estado. Em muitos casos, são imprecisos os dados públicos relativos à dimensão do mercado, entretanto procurou-se, sempre que possível, apresentar o número total de assinantes e uma estimativa da densidade dos serviços em cada país (ou seja, o número de domicílios que dispõe desses serviços em função do número de domicílios com aparelhos de televisão);
- Princípios da programação, reunindo diretrizes consagradas em instrumentos normativos para a programação de televisão;
- Fontes públicas de financiamento, expondo características básicas do sistema de apoio estatal para a indústria do audiovisual e para a manutenção das emissoras estatais e públicas de radiodifusão;
- Regras de *must carry*, explicando o emprego desse instituto em cada país analisado; e
- Alternativas ao *must carry*, versando sobre a adoção de dispositivos com finalidades semelhantes nos países estudados.

A segunda parte do trabalho é composta por uma análise comparativa dos modelos estudados a partir de quatro eixos principais: legislação referente à TV por Assinatura; divisão de competências dos órgãos reguladores; mercado do setor; e regras de *must carry*, abrangendo, nesse caso, as competências do órgão regulador referentes a esse instituto e as alternativas atualmente empregadas. Por fim, constam da última parte do trabalho tabelas que sintetizam e sistematizam as informações tratadas nos relatórios individuais de cada país.



## África do Sul

### **1. Regulação do setor de TV por Assinatura**

A legislação sul-africana incluiu os serviços de TV por Assinatura na regulamentação da radiodifusão. De acordo com a seção 5(2) do capítulo III do *Broadcasting Act* de 1999 (lei nº 4 de 1999), promulgado no período pós-redemocratização em substituição ao *Broadcasting Act* de 1976, as licenças de radiodifusão, para os efeitos da lei, incluem as de rádio e televisão terrestre, rádio e televisão de recepção gratuita por satélite, DTH, MMDS, TV a Cabo, rádio de curto alcance e outras a serem estabelecidas pela Administração. A radiodifusão é considerada como qualquer forma de transmissão unidirecional ao público, sujeita ou não ao pagamento de assinaturas.

Em 1994, foi modificado o modelo regulatório sul-africano no que se refere à radiodifusão. Naquele ano foi constituído o *Independent Broadcasting Authority (IBA)*, cuja lei de criação previa, ainda, diretrizes de políticas públicas para a área. Essas diretrizes foram complementadas, em 1998, pelo *White Paper on Broadcasting Policy*, emitido pelo *Department of Communications*. Em 2005, foram promulgados dois marcos legais importantes para o setor: o primeiro, o *Convergence Bill*, depois renomeado de *Electronic Communications Act (ECA)*, estabeleceu dispositivos para uma regulação convergente, abrangendo telecomunicações e radiodifusão (TV por assinatura aí incluída), e revogou o *Independent Broadcasting Authority Act* e o *Telecommunications Act*, além de outros dispositivos; e o segundo, o *The ICASA Amendment Bill*, determinou que a *Independent Communications Authority of South Africa (ICASA)* seria o órgão regulador das comunicações no país, em substituição ao IBA, a *South African Telecommunications Regulatory Authority (SATRA)*, criada a partir do *Telecommunications Act*, e a entidade reguladora de serviços postais.

### **2. Mercado de TV por Assinatura**

De 1986 a 2007, a única operadora de TV por Assinatura na África do Sul era a *Multichoice*, pertencente ao grupo de mídia e entretenimento *Naspers*, que disponibiliza até

setenta canais de vídeo e outros 68 de áudio. O serviço denominado *DSTv* é oferecido via satélite e por IPTV e conta com cerca de 1,4 milhão de assinantes – ou 3,2% dos cerca de 44 milhões de habitantes do país, o que representa uma densidade do serviço de pouco mais de 16%. Estima-se que a *Multichoice* contribui com mais de 76% do faturamento da *Naspers* (DERBY, 2007). O oferecimento de TV a cabo tem sido visto como pouco atrativo, dada a dispersão geográfica da população. Ao longo das décadas, a empresa estendeu sua atuação para outros países africanos e asiáticos, disponibilizando pacotes personalizados para cada país. Em março de 2005 a empresa dispunha de mais de 2,3 milhões de assinantes no mundo (MULTICHOICE, 2005).

Em setembro de 2007, a ICASA completou processo de licenciamento iniciado no ano anterior. Em 2006, dezoito empresas pleitearam licenças para oferecer um serviço de TV por Assinatura, das quais quinze foram inicialmente consideradas aptas a atuar no setor. Dessas, quatro obtiveram a licença: duas grandes empresas – *Telkom Media*, com faturamento aproximado de 7,5 bilhões de randes (R\$1,87 bilhões) nos últimos oito anos, braço da operadora de telefonia fixa *Telkom* e investidora no setor de radiodifusão comercial em outros países africanos, e o grupo de mídia *Hosken Consolidated Investments* (HCI), que tem participação majoritária na emissora de radiodifusão comercial *eTV* e em outras em países africanos – e dois prestadores menores - *Walking on Water e On Digital Media* (ODM), parceira da empresa *SES Astra*, atuante no mercado de satélites.

Acredita-se que, com a entrada de novas empresas, o serviço de TV por Assinatura deverá atingir um mercado potencial de 2,5 a 3 milhões de assinantes e os preços deverão cair. Atualmente os preços dos pacotes da *Multichoice* variam de 139 a 494 randes (R\$48,38 a R\$123,18). Pouco depois do licenciamento das novas prestadoras, a *Multichoice* anunciou a retomada da venda do seu menor pacote, contendo dez canais de vídeo e 28 estações de rádio por uma mensalidade de 20 randes (ou R\$5).

### **3. Princípios da programação**

Ao reconhecer a TV por Assinatura como um tipo de serviço de radiodifusão, o *Electronic Communications Act*, em seu artigo 62(1), tratou de ambos de forma padronizada. Como princípios da TV por Assinatura, estabeleceu que as redes de

comunicação eletrônica devem dar prioridade à distribuição de canais sul-africanos que incluam programação nacional; prover acesso universal a todos os canais de radiodifusão; estimular a diversidade nesses canais; ser abertas e harmônicas em relação aos padrões tecnológicos da região do sul da África, atendendo a níveis de qualidade considerados internacionalmente adequados.

O *Broadcasting Act*, em trechos não revogados, estabelece uma ampla gama de princípios para a programação dos canais estatais da *South African Broadcasting Corporation* (SABC). Na seção 3(1), determina que a programação deve servir para salvaguardar e fortalecer aspectos culturais, políticos, sociais e econômicos da África do Sul; operar em função do interesse público, fortalecendo a sociedade moral e espiritualmente; garantir que a radiodifusão nacional seja gerida por grupos oriundos de diferentes comunidades; e encorajar a competição justa na provisão de programas e serviços. Já na seção 3(5), o documento determina que a programação do SABC deve ser variada e balanceada, provendo informação, educação e entretenimento; oferecer interpretações diferenciadas da realidade; basear-se em fontes locais, regionais, nacionais e internacionais; prover produção independente; e estar de acordo com o código de conduta da radiodifusão local.

O serviço público promovido pelo SABC, de acordo com a seção 10(1), deve, ainda, ser traduzido em todos idiomas nacionais; refletir a diversidade cultural; primar pela alta qualidade; prover notícias e programas de interesse público; incluir temas educativos; enriquecer a herança cultural sul-africana, abrindo espaço para a divulgação de manifestações artísticas contemporâneas; atender a segmentos como crianças, mulheres, adolescentes e deficientes; incluir a veiculação de esportes nacionais e daqueles com menos apelo do público. Os serviços comerciais oferecidos pela SABC, de acordo com a seção 11, devem ser objeto das mesmas políticas e estrutura regulatória destinadas aos outros serviços comerciais, conforme este ato; comungar dos valores do serviço público; subsidiar o público; ser operado de forma eficiente para maximizar os ganhos.

Para garantir o cumprimento dos princípios previstos na legislação, o órgão regulador dispõe de alguns mecanismos, dentre os quais a possibilidade de estabelecer cotas. Em 2002, estabeleceu-se que pelo menos 8% da programação semanal da TV por Assinatura e 35% do conteúdo das emissoras de radiodifusão deve ser de origem nacional;

no caso das emissoras, ao menos 20% do tempo de programação para a dramaturgia deve ser preenchido por conteúdo nacional; e 15% do restante da programação também deve ser sul-africana (ICASA, 2004). Os percentuais podem ser alterados a critério do órgão regulador.

#### **4. Fontes públicas de financiamento**

Há organizações de governo voltadas ao fomento de atividades artísticas, como é o caso, por exemplo, do *Department of Arts and Culture*. No que se refere à indústria cinematográfica, a atividade é desempenhada, em grande parte, pela *National Film and Video Foundation*, criada por um ato de 1997.

Os objetivos da fundação, de acordo com a seção 3 do documento, são desenvolver e promover a indústria de filmes e vídeos; estimular a provisão de conteúdo e oferecer oportunidades profissionais para as minorias; fomentar o desenvolvimento e a distribuição de filmes e vídeos produzidos no âmbito local.

Para atingir esses objetivos, a fundação dispõe de recursos destinados pelo Parlamento; doações; participação em investimentos; e recursos de outros fundos, dentre outras fontes. A destinação desses recursos é dividida em quatro categorias: educação e capacitação; financiamento para o desenvolvimento do setor; financiamento da produção; e marketing e distribuição.

Para acesso a esses recursos têm prioridade projetos provenientes de organizações de importância nacional; com foco em conteúdo local; que objetivem a capacitação; que primem pela criatividade; com potencial de grande repercussão; e adaptações de obras literárias ou históricas. São levados em conta, na decisão do órgão, critérios como viabilidade, relação custo-benefício, planejamento adequado e impacto na indústria. Estrangeiros também podem ser apoiados pela entidade, desde que seus projetos sejam considerados de interesse para o país.

#### **5. Regras de *must carry***

Desde 2006, ano em que entrou em vigor, o ECA, em sua seção 60(3), determinou que cabe ao órgão regulador determinar se haverá obrigações de *must carry* da

programação de emissoras públicas e sob que condições comerciais isso ocorrerá. No ano anterior, o então órgão regulador da radiodifusão, *Independent Broadcasting Authority*, já havia defendido que cabia a ele definir regras relativas a *must carry*.

No segundo semestre de 2007, a ICASA lançou uma consulta pública a respeito do *must carry* e das regras que seriam estabelecidas. À época, a única prestadora do país, a empresa Multichoice, graças a acordos diretos entre as partes, distribuía gratuitamente os canais estatais SABC 1, 2, 3 (sendo esse último uma emissora com viés mais comercial) e a emissora privada e-TV, ao passo que a SABC pagava pela distribuição do canal SABC África. A SABC defendia que o *must carry* deveria, ainda, obrigar que as prestadoras remunerassem as emissoras. À época da consulta pública, a ICASA defendia o *must carry* como forma de acesso de todos os cidadãos à programação das emissoras públicas e como estímulo ao desenvolvimento tanto da radiodifusão, quanto da TV por Assinatura (ICASA, 2007).

No fim de maio de 2008, o órgão regulador publicou a sua decisão, tomando por base o princípio de que o instituto do *must carry* não pode ser visto como mecanismo para a remuneração adicional das emissoras de radiodifusão e das prestadoras de TV por Assinatura. Essas passaram a ser obrigadas a distribuir gratuitamente e sem qualquer alteração os sinais das chamadas emissoras públicas de radiodifusão (SABC), que, por sua vez, devem cedê-lo sem ônus. Essa regra é válida apenas para pacotes que tenham trinta ou mais canais. O trigésimo canal e um novo canal a cada vinte adicionais (os de número cinquenta, setenta e demais) devem ser reservados a SABC. Os interessados podem, ainda, contestar a decisão.

## **6. Alternativas ao *must carry***

Quando estabeleceu as regras de *must carry*, a ICASA criou, também, um dispositivo de *must offer*. As prestadoras de TV por Assinatura podem requisitar gratuitamente um programa das emissoras públicas e essas são obrigadas a cedê-lo em, no máximo, três meses. Assim como no caso do *must carry*, os interessados podem recorrer da decisão.

## **Alemanha**

### **1. Regulação do setor de TV por Assinatura**

Em virtude de sua estrutura de república federativa, a competência legislativa na Alemanha é dividida entre os 16 estados e a federação. De acordo com o art. 70 da Constituição alemã, apenas cabe à federação legislar acerca do que o texto constitucional expressamente prever. Assim, é atribuição da federação legislar sobre telecomunicações, concentração econômica e sobre uma série de outras matérias de importância relativa às televisões aberta e paga. No entanto, a competência para assegurar e orientar o funcionamento dos sistemas de mídia é de cada estado (SCHULZ; SCHEUER, 2004) e, no plano federal, as autoridades de mídia reúnem-se na Associação das Autoridades de Mídia da República Federal da Alemanha.

No plano federal, a *Bundesnetz Agentur* é o órgão responsável pela regulação da infra-estrutura dos setores de eletricidade, gás, telecomunicações, correios e ferrovias. Ligada ao Ministério da Economia e da Tecnologia, essa agência sucedeu, em 2005, a Autoridade Reguladora das Telecomunicações e Correios.

O *Acordo Interestadual sobre Serviços de Radiodifusão (Rundfunkstaatsvertrag ou RStV)*, publicado em 1991, revisado até 2005 e celebrado entre as autoridades de mídia dos estados, prevê as obrigações relativas à radiodifusão. Cabe esclarecer que os serviços de TV por assinatura estão abrangidos pelo conceito de serviço de radiodifusão do *RStV*, uma vez que a definição constante da seção 1, artigo 2º do documento compreende os serviços "*destinados à recepção do público em geral, transmitidos por meios de telecomunicações e caracterizados pelo formato de apresentação ('Darbietung')*" (tradução livre). Estão excluídos desse formato serviços como de tele vendas e parte do conteúdo disponibilizado pela Internet.

### **2. Mercado de TV por Assinatura**

O mercado de televisão alemão figura como um dos mais competitivos entre os países da União Européia. Há perto de 37 milhões de domicílios – ou 95% do total de

domicílios - com televisão no país (OECD, 2007). Desses, em 2004, cerca de 14,5 milhões recebiam o sinal via satélite e 20,1 milhões, por meio do cabo.

Para Máxime e Kuczewski (2006), ao contrário do que ocorre em muitos países, a qualidade e a variedade de oferta de programação pela TV aberta na Alemanha (o que inclui filmes e seriados) é um dos principais entraves para que o público potencial nem sempre se disponha a pagar assinaturas. O diferencial competitivo das prestadoras de TV por assinatura passa a ser, assim, as transmissões ao vivo, principalmente de eventos esportivos, como a *Bundesliga* (campeonato de futebol alemão), que necessitam de aquisição de direitos de transmissão para entrar na grade de programação.

Há uma grande pulverização no mercado, em virtude da atuação de operadores regionais e da diversidade na oferta de pacotes (MAXIME; KUCZEWSKI, 2006). A *Premiere* é a prestadora que detém a maior fatia do mercado alemão (e também do austríaco), operando a partir das duas plataformas e atendendo a cerca de 3,5 milhões de assinantes. As prestadoras de TV a Cabo distribuem pacotes de cerca de 35 a 40 canais, ao passo que os pacotes das maiores prestadoras de DTH oferecem mais de uma centena (SCHULZ; SCHEUER, 2004). *Easy TV* e *Arena* ofertam pacotes em que se destaca o número de canais de programação esportiva, sendo que a última foi detentora dos direitos de retransmissão da *Bundesliga* no biênio 2006/2007.

### **3. Princípios da programação**

A Constituição alemã de 1949 (*Grundgesetz*) inseriu entre os pilares do Estado democrático, em seu art. 5º, a liberdade de expressão, a liberdade de radiodifusão (ou liberdade de mídia) e a não interferência do Estado nas matérias afetas à radiodifusão. Preocupados em afastar a experiência nazista da utilização da mídia como promotora do Estado ditatorial, os Aliados instalaram, na Alemanha Ocidental, um sistema para prevenir a utilização da radiodifusão por qualquer poder político em particular, primando pelos princípios do pluralismo e independência do Estado (OPEN SOCIETY INSTITUTE, 2005).

Enquanto a liberdade de expressão figura entre os direitos civis individuais clássicos, a liberdade de mídia é entendida pelo Tribunal Constitucional alemão

(*Bundesverfassungsgericht, BverGe*) como uma garantia objetiva, que impõe ao legislador que assegure a existência de um processo aberto e livre de formação da opinião individual.

As normas infraconstitucionais desdobram esta preocupação histórica. O artigo 6º do RStV de 2005 determina que "*a programação de radiodifusão deverá reservar a maior parte do tempo total da sua grade horária para a transmissão de filmes, peças televisivas, séries e documentários e trabalhos similares para a produção europeia, nos termos do Direito europeu*" (tradução livre).

Além da diretiva de serviços universais, a Diretiva da UE *Television without Frontiers (TWF)* contém definições e requisitos mínimos a serem incluídos pelos países membros em suas legislações. Suas disposições mais importantes acerca da programação podem ser sintetizadas pela seguinte lista:

1. Proteção das minorias e decência pública: contempla a proibição dos programas que possam prejudicar seriamente o desenvolvimento físico, mental ou moral das minorias, especialmente os que envolvam pornografia ou violência explícita. A programação da radiodifusão não pode conter qualquer incitação ao ódio por motivos raciais, religiosos, de gênero ou nacionalidade.

2. Produções europeias, recentes ou independentes:

- As produções europeias devem somar mais da metade das horas de transmissão de cada radiodifusor;
- As produções europeias independentes devem alcançar, ao menos, 10 % do total de horas de transmissão. Dentre esses programas, uma "proporção adequada" deve ser destinada àqueles produzidos há cinco anos ou menos;
- Está excluído desta soma o tempo destinado aos noticiários, programas esportivos, jogos, publicidade e televentas. Além disso, não estão submetidas a estas exigências as geradoras que servem a uma audiência local e não fazem parte da cadeia nacional.

3. Publicidade – a propaganda comercial não pode ultrapassar, a cada hora de transmissão, 20% do tempo, nem ultrapassar 15% do total de um dia de transmissão.



No que diz respeito à televisão pública, o RStV permite uma publicidade mínima. O tempo destinado aos comerciais não pode ultrapassar 20 minutos por dia. A propaganda só pode ser exibida de segunda a sábado até as 20 horas, e não deve ser veiculada aos domingos e feriados.

#### **4. Fontes públicas de financiamento**

A importância da manutenção da televisão pública alemã remete à história da radiodifusão no país. Após a Segunda Guerra Mundial, a radiodifusão na Alemanha Ocidental foi implantada seguindo o modelo da *British Broadcasting Corporation (BBC)*, com a diferença de que os radiodifusores alemães foram agrupados em uma estrutura federativa, seguindo o modelo político (OPEN SOCIETY INSTITUTE, 2005). Assim surgiu a rede ARD, associação dos radiodifusores públicos regionais. Em 1961, a ARD foi complementada por outra rede pública, a ZDF, com vistas a garantir a diversidade de fontes. A entrada da iniciativa privada no âmbito da radiodifusão ocorreu somente na segunda metade da década de 1980, com a entrada de dois grandes grupos: *Bertelsmann/RTL* e *Kirch*. Depois de ter sofrido reveses no início desse sistema dual, a televisão pública alemã atingiu a estabilidade, uma vez que ARD e ZDF somam cerca de 45% de audiência.

Para garantir que a televisão pública desempenhe sua tarefa social, os estados precisam garantir a arrecadação necessária. Um acordo sobre o tema, celebrado entre as autoridades de mídia (o *Rundfunkgebührenstaatsvertrag*) impõe aos telespectadores o pagamento de uma taxa, que é paga por domicílio com televisão. Para o recolhimento desta taxa – a *GEZ gebühren*-, os usuários de televisão por assinatura, a partir do momento em que adquirem os equipamentos necessários à sua recepção, são obrigados a efetuar um cadastro. A *GEZ gebühren* destina-se não só ao financiamento das televisões públicas ARD e ZDF, como também das produções independentes.

Um pacote de programação da TV a cabo custa entre 20 e 30 euros (R\$ 50 a 70) mensais, enquanto os equipamentos e a instalação necessários à recepção via satélite podem custar de 75 a 500 euros (R\$ 190 a 1.300), dependendo do tamanho da antena e da quantidade de receptores. A taxa básica também é paga pelos usuários da televisão via

satélite, embora estes não paguem outra espécie de assinatura (a quantidade de canais, a qualidade do sinal e as opções de interatividade dependem da aquisição de diferentes tipos de decodificadores, além da própria antena). A taxa pode ser paga uma vez ao ano ou dividida em parcelas a cada três ou seis meses. O valor total anual corresponde atualmente a 204,12 euros (cerca de R\$ 524).

Uma contribuição também é devida pelos usuários da rádio digital, via cabo ou satélite, que pagam, por ano, cerca de 22 euros (R\$ 55). As receitas da publicidade na televisão pública ficam em torno de apenas 6% do financiamento total (OECD, 2006). No âmbito do audiovisual, há entidades de fomento regionais.

## 5. Regras de *must carry*

As regras de *must carry* na Alemanha, como na União Européia em geral, surgiram a partir do receio de que as principais prestadoras de serviços de TV a cabo não distribuíssem a programação da radiodifusão pública nacional, financiada pelo público em geral (ROUKEN, 2005). A partir da emergência da TV a cabo, fez-se necessário assegurar que tais programas estivessem disponíveis àqueles que, em última análise, garantiam sua manutenção.

No âmbito da União européia, o *must carry* ocupou um lugar de destaque nos compromissos dos países membros com a entrada em vigor da *Diretiva de Serviços Universais* (Diretiva 2002/22/EC) em março de 2002. Essa diretiva compôs a nova estrutura regulatória para os serviços e as redes de comunicação eletrônica e foi debatida entre a Comissão Européia, o Parlamento Europeu e o Conselho de Ministros entre 2000 e 2002.

O artigo 31 da Diretiva garante a adoção das regras de *must carry*, mas reconhece explicitamente a competência de cada estado membro de impor obrigações razoáveis às prestadoras sob sua jurisdição. Não obstante, estabelece que as regras devem sofrer revisões periódicas e que sejam proporcionais e transparentes:

### *Artigo 31. Obrigações de transporte ("must carry")*

*1. Os Estados-Membros podem impor obrigações razoáveis de transporte ("must carry") para a transmissão de canais e serviços específicos de rádio e televisão às empresas sob a sua jurisdição que oferecem redes de comunicações eletrônicas utilizadas para a distribuição de*

*emissões de rádio e televisão ao público, quando um número significativo de utilizadores finais dessas redes as utilize como meio principal de recepção de emissões de rádio e televisão. Tais obrigações apenas devem ser impostas quando necessário para a realização de objetivos de interesse geral claramente definidos e serão proporcionais e transparentes. Essas obrigações estarão sujeitas a revisões periódicas.*

*2. O n.º 1 do presente artigo e o n.º 2 do artigo 3.º da Directiva 2002/19/CE (directiva acesso) não prejudicam a competência dos Estados-Membros para determinar uma remuneração adequada, se for o caso disso, no que toca às medidas tomadas em conformidade com o presente artigo, velando simultaneamente para que, em circunstâncias análogas, não haja discriminação no tratamento das empresas que oferecem redes de comunicações eletrónicas. Nos casos em que seja prevista uma remuneração, os Estados-Membros devem assegurar que esta seja aplicada de forma proporcionada e transparente.*

Desse modo, o dispositivo trata as regras de *must carry* como um ônus das prestadoras, de forma que somente pode ser imposto esse tipo de obrigação, caso haja um interesse geral explícito que prevaleça sobre o interesse econômico das operadoras. O *must carry* representa uma exceção à regra segundo a qual as operadoras de cabo têm o direito de decidir qual a programação a ser transmitida em sua rede.

A exigência de que o interesse geral esteja "claramente definido" remete à definição, pelas leis de cada Estado membro, do que este interesse geral abarca. Ademais, quando menciona a transparência, o dispositivo obriga os estados membros a publicarem os critérios que serão utilizados para a determinação dos canais e dos serviços envolvidos com as obrigações de *must carry*.

Na Alemanha, o RStV distingue as regras de *must carry* para as prestadoras com redes digitais daquelas com rede analógica (o marco alemão para a completa transição é 2010). As autoridades estaduais de mídia são responsáveis por conceder licenças, fiscalizar e monitorar o desenvolvimento do serviço. Os reguladores regionais podem impor obrigações de *must carry* às prestadoras de TV a Cabo que utilizem tecnologias digitais até o máximo da largura de banda equivalente a três canais analógicos. Deve ser preservado o status das geradoras que já são abarcadas pelo *must carry* no sistema analógico. No tocante às obrigações das prestadoras com transmissão digital, a seção 52 do RStV impõe algumas exigências:

- A prestadora deve garantir a capacidade de transmissão necessária para suportar os canais da radiodifusão pública, determinados por cada estado da federação;

- A capacidade de transmissão deve ser suficiente para carregar, ao menos, um canal dos produtores regionais e locais e o *Öffne Kanal* (canal comunitário).

A inobservância a essas disposições é considerada infração administrativa, conforme a seção 49 do RStV, sujeitando-se a prestadora a multas que podem ultrapassar os 500.000 euros (mais de R\$ 1,3 milhão).

De acordo com a seção 52, parágrafo 5, do RStV, as regras de *must carry* para as transmissões analógicas devem ser definidas pela legislação de cada estado da federação. As exigências estabelecidas nessas leis, contudo, seguem um padrão, composto por algumas exigências centrais:

- Quando a capacidade de transmissão não comportar todos os canais da radiodifusão, a autoridade de mídia estabelece uma lista de prioridades, que não pode ultrapassar o teto estabelecido na lei (por volta de 17 canais);
- Em regiões de fronteira com outros países, ao menos um canal deve ser estrangeiro e deve ser passível de ser recebido também pela radiodifusão terrestre;
- A autoridade de mídia deve determinar a transmissão de alguns canais com programação em idioma estrangeiro, conforme número estabelecido em lei, em regiões em que estrangeiros constituam parcela significativa da população.

## **6. Alternativas ao *must carry***

A entrada da tecnologia digital no mercado de televisão alemão motivou o estabelecimento de algumas obrigações complementares ao *must carry*, a serem observadas pelas prestadoras de cabo ao adotar a tecnologia DVB. Assim, o parágrafo 4 da seção 52 do RStV determina que um terço da capacidade de transmissão deve ser preenchido com programação que tome em conta o interesse do assinante; a multiplicidade de programadores; e a diversidade da programação, em que se devem incluir programas de cobertura integral (com conteúdo variado e predominantemente informativo, educacional e voltado ao entretenimento), de produtores independentes, programas especializados, programação em língua estrangeira e serviços de mídia.

Em relação à posição dos canais virtuais e dos guias de programação eletrônicos – *must list* -, o RStV apenas determina que se dê destaque aos canais públicos.

## **Argentina**

### **1. Regulação do setor de TV por Assinatura**

De acordo com o artigo 56 da lei nacional nº 22.285 de 1980, intitulada Lei Nacional de Radiodifusão, os serviços de TV por Assinatura são reconhecidos como complementares à radiodifusão. Suas outorgas são válidas por quinze anos e expedidas pelo *Comité Federal de Radiodifusión*. Assim, as prestadoras de TV por Assinatura devem respeitar as mesmas determinações das emissoras de radiodifusão, salvo quando disposto na legislação que orienta os serviços. A *Secretaría de Comunicaciones de la Nación* e a *Comisión Nacional de Comunicaciones*, órgão a ela vinculado, são os responsáveis pela administração do espectro de frequências e pela fiscalização das prestadoras.

A legislação argentina reconhece a existência de diversos serviços complementares à radiodifusão. No que se refere à TV por Assinatura, há, no artigo 59, a previsão do serviço de antena comunitária, que retransmite apenas a programação das emissoras de radiodifusão, e, no artigo 60, o serviço de circuito fechado comunitário de televisão (CCTV), que pode oferecer programação específica apenas para os seus assinantes. Quando ambos os serviços são oferecidos de forma concomitante, fala-se em sistema misto de televisão (SMTV). Além disso, ao definir os serviços complementares, a Lei Nacional de Radiodifusão estabelece que outros, com estrutura análoga, podem ser explorados, na mesma modalidade, por meios físicos ou por radiofrequências.

Uma mesma empresa poderá deter, ao mesmo tempo e na mesma localidade, uma outorga para prestação de serviço de televisão, outra para serviço de radiodifusão sonora e outra para um serviço complementar (dentre os quais, o de TV por Assinatura). Além disso, poderá deter outorgas para exploração de serviços complementares em outras localidades.

### **2. Mercado de TV por Assinatura**

A partir da década de 1980, a TV por Assinatura iniciou uma rápida expansão na Argentina. O feito deve-se principalmente às prestadoras de TV a Cabo, que tinham, em 2000, cerca de 5,250 milhões de assinantes, ou seja, 14,54% da população naquele momento (pouco mais de 50% de densidade). A TV por Assinatura via satélite tinha, à

época, não mais que 150 mil assinantes. Naquele ano, as prestadoras de TV a Cabo chegaram a ter um faturamento estimado de US\$2 bilhões, ficando, no âmbito do mercado de telecomunicações, atrás apenas das prestadoras de telefonia fixa e móvel.

A recessão argentina, no entanto, tornou o negócio insustentável para diversas prestadoras e representou uma maior concentração do mercado. Estimava-se que, na década de 1990, havia até 1600 prestadoras de serviços de TV por Assinatura no país, número que caiu pela metade com a compra das pequenas operadoras pelas principais empresas do setor. Apesar do número ainda elevado, quatro prestadoras – *Cablevisión*, *Multicanal*, do grupo *Clarín*, *DirectTV* e *Supercanal* – tornaram-se responsáveis por 68% do mercado. (MASTRINI; BECERRA, 2006).

Em 2007, a *Comisión Nacional de Defensa de la Competencia* (CNDC) aprovou, estabelecendo condicionantes, a fusão das duas maiores operadoras de TV por Assinatura do país, *Cablevisión* e *Multicanal*, que são responsáveis por 50% do mercado. É limitada a ação das empresas de telefonia, visto que a legislação impede sua atuação no mercado de TV por Assinatura (incluindo IPTV). No entanto, as prestadoras de TV a Cabo têm oferecido serviços de telefonia. Atualmente está em debate, no país, uma nova legislação que pode vir a alterar os regimes de prestação dos serviços de telecomunicações.

### **3. Princípios da programação**

A Lei Nacional de Radiodifusão, no artigo 14, prevê diversos objetivos para a programação de emissoras de radiodifusão, como contribuir para o bem comum; defender a unidade nacional e o fortalecimento da fé e da esperança nos destinos do país; atingir finalidades culturais e educativas; contribuir com o direito à comunicação; promover a participação popular com vistas a atingir os objetivos nacionais; e promover sentimentos de amizade e cooperação internacional. Nos artigos seguintes, obriga a realização das transmissões em castelhano, privilegiando a inclusão de obras e autores nacionais.

Para atingir esses objetivos, o decreto 286, de 1981, que regulamentou a Lei Nacional de Radiodifusão, determinou que as emissoras devem transmitir diariamente, no mínimo, 40% de produção nacional. Os serviços complementares de radiodifusão, dentre os quais os de TV por Assinatura, devem respeitar esse mesmo limite mínimo em, pelo menos, um de seus canais. Além disso, para atender aos objetivos do serviço, há duas emissoras

estatais – o Canal 7, ligado ao governo federal, e o *Ciudad Aberta*, gerido pelo governo de Buenos Aires. No âmbito da Reforma de Estado conduzida no país, foram privatizados, em 1989, os canais 11 e 13, vendidos, respectivamente, aos consórcios *Televisión Federal*, composto pelo grupo *Telefé*, pelo *Editorial Atlântida* e por outros, e *Artear*, liderado pelo grupo Clarín (BARANCHUK, 2005).

#### **4. Fontes públicas de financiamento**

As principais fontes de financiamento do setor são a publicidade, no âmbito da radiodifusão, e as assinaturas, no que se refere à TV por Assinatura, ainda que, nessa segunda, as receitas advindas da publicidade tenham crescido, em 2006, 73,17% em relação ao ano anterior (AVA, 2007).

Além de manter emissoras de radiodifusão, o Estado participa do fomento de produções audiovisuais por meio do *Fondo de Fomento Cinematográfico*, regulamentado pela lei nº 17.741, pelo decreto nº 1.248, de 2001, e outros documentos. Administrado pelo *Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales* (INCAA), um ente público não-estatal ligado à Secretaria de Cultura, o fundo é composto por doações, diversos impostos - como um sobre os ingressos de salas de cinema, outro sobre a locação de fitas e um terceiro sobre o faturamento de empresas de radiodifusão - e outras fontes. Os filmes elegíveis para financiamento são os de longa metragem que, de acordo com o artigo 26 da lei, contribuam para o desenvolvimento do cinema nacional nos âmbitos cultural, artístico, técnico e industrial, desde que, se incorrem em temáticas como sexo ou drogas, não contribuam para uma influência negativa para a comunidade. Além disso, há leis provinciais de fomento da atividade cinematográfica, como as expedidas em San Luis e Buenos Aires. Para garantir a distribuição dessas obras, há uma quota de tela para filmes nacionais.

#### **5. Regras de *must carry***

Não há regras amplas de *must carry* para TV por Assinatura na Argentina. Existe, apenas, a obrigação legal de distribuição de um canal com produção própria por prestadoras de CCTV e de SMTV.



## **6. Alternativas ao *must carry***

Não foram constatadas, em lei, regras alternativas ao *must carry*.

## Austrália

### **1. Regulação do setor de TV por Assinatura**

Até 1992, quando ainda vigia o *Broadcasting and Television Act* de 1942, não havia uma legislação que tratasse especificamente de TV por Assinatura. Naquele ano, foi promulgado o *Broadcasting Services Act*, marco seminal para esse setor. Em 1997, o setor de telecomunicações foi alterado por meio do *Telecommunications Act*. O *Broadcasting Services (Australian Content Standard)* de 2005 estabeleceu regras para a distribuição de conteúdo por qualquer meio de comunicação de massa eletrônico.

O *Broadcasting Services Act* abarca qualquer serviço de distribuição de programação, independentemente da tecnologia utilizada, conforme o seu item 6(1). No caso da TV por Assinatura, foram criados dois tipos de licença para as prestadoras: a *subscription broadcasting*, definida no item 16 e semelhante às outorgas tradicionais, e a *subscription narrowing broadcasting*, prevista no item 17 e voltada à distribuição de conteúdo, também por assinatura, para um público restrito em função de seus interesses, delimitações geográficas e tempo de programação, dentre outras razões.

O órgão regulador australiano é a *Australian Communications and Media Authority* (ACMA), que, em 2005, substituiu o *Australian Broadcasting Authority* (ABA). Além disso, tradicionalmente houve atuação de ministérios no âmbito das telecomunicações. De 1998 a 2007 existiu o *Ministry for Communications, Information Technology and the Arts*. Em 2007, as competências do órgão foram desmembradas e surgiu o *Department of Broadband, Communications and the Digital Economy*.

### **2. Mercado de TV por Assinatura**

Com a aprovação do *Broadcasting Services Act* de 1992, o governo australiano decidiu que as primeiras outorgas de TV por Assinatura seriam para a prestação do serviço via satélite. Uma das primeiras prestadoras deveria ser a *Australian Broadcasting Corporation* (ABC), responsável pelos canais públicos de radiodifusão, porém essa prestadora interrompeu o seu serviço de TV por Assinatura em 1995. Enquanto isso, as empresas telefônicas puderam instalar redes de fibra ótica para explorar serviços ditos

interativos e acabaram estabelecendo parcerias com outras empresas para a prestação (MCCUTCHEON, 2006).

De 1995 a 2001, o serviço chegou a alcançar um índice de crescimento anual de mais de 40%. Depois de passar por um curto período de dificuldades, a TV por Assinatura australiana voltou a atingir bons resultados. De 2002 a 2004 o faturamento do setor saltou de 74 milhões de dólares australianos (cerca de R\$115 milhões) para 123 milhões (aproximadamente R\$191 milhões). Em 2005, o número de assinantes de serviços de TV por Assinatura chegou a 1,7 milhão (cerca de 8,5% da população do país), o que representa aproximadamente 23% de densidade (MCCUTCHEON, 2006).

A maior prestadora de TV por Assinatura do país é a *Foxtel*, fruto de uma parceria entre a *News Corp.*, a PBL e a empresa telefônica *Telstra*, que atualmente opera por cabo e via satélite. Aos poucos, a empresa comprou outras prestadoras importantes, como a *Optus TV*, e, segundo dados da própria *Foxtel*, atualmente a base de assinantes de todas as prestadoras do grupo gira em torno de 1,4 milhão (FOXTEL, 2008).

### **3. Princípios da programação**

O *Broadcasting Services Act* de 1992 estabelece, em seu item 3(1), que os objetos do ato são, dentre outros, estimular a diversidade nos meios de comunicação eletrônicos (incluindo em seu controle acionário) e promover a participação desses meios em um processo de construção da identidade australiana, contemplando a sua diversidade cultural.

O *Australian Content Standard* de 2005 estabeleceu diversas regras específicas para atender a essas finalidades. As emissoras comerciais de radiodifusão devem transmitir, no mínimo, 55% de programação australiana entre seis horas da manhã e meia noite. Há, ainda, sub-cotas anuais para teledramaturgia, documentários e programas infantis. No que se refere à publicidade, 80% do tempo nessa mesma faixa de horário deve ser usada para produções australianas. Além disso, há dispositivos voltados à proteção da criança e das comunidades indígenas. Parte da regulação de conteúdo realizada no país decorre de previsão em códigos de comportamento a serem seguidos pelas prestadoras.

No caso da TV por Assinatura, canais destinados à teledramaturgia devem destinar, no mínimo, 10% de seus gastos anuais com programação para a compra de programas produzidos recentemente na Austrália ou na Nova Zelândia. Caso esses gastos superem os

10%, o excedente pode configurar-se em desconto no ano seguinte. Os investimentos em produção nacional têm sido crescentes: emissoras comerciais gastaram 1,1 bilhão de dólares australianos (R\$1,8 bilhão) com programação em 2004-5, o que representa um aumento de 15,9% em relação ao ano anterior. Desse total, 812,8 milhões (R\$1,2 bilhão) – pouco mais de 73% – foram gastos em programas australianos, um aumento de 20,5% (ACMA, 2006).

#### **4. Fontes públicas de financiamento**

O *Department of the Environment, Water, Heritage and the Arts*, dentre outros objetivos, articula o financiamento público da indústria cinematográfica australianas e as medidas de incentivo fiscal para o desenvolvimento do setor. Atualmente o setor passa por uma reestruturação com a criação, em 2008, de um órgão central de fomento, o *Australia Screen Authority*, fruto de uma fusão de outros três órgãos.

O primeiro deles é o *Film Finance Corporation Austrália (FCC)*, que financiava filmes, incluindo aqueles produzidos para a televisão, minisséries e documentários. Até 2007, a entidade havia apoiado mais de mil projetos com mais de 2,58 bilhões de dólares australianos (R\$4 bilhões). No biênio 2007-8, os gastos esperados eram de 70,5 milhões de dólares australianos (R\$110 milhões). O segundo órgão é o *The Australian Film Commission (AFC)*, criado em 1975 e responsável pela preservação das produções no *National Film and Sound Archive*, por fomento de obras e pelo acompanhamento e análise do setor. O outro órgão é o *Film Australia*, responsável, há seis décadas, por produzir programas educativos e documentários no país.

A iniciativa privada adotou, no país, outras alternativas além das habituais no que se refere ao financiamento de conteúdo para a televisão. Esse foi o caso, por exemplo, do *The Content Sharing Agreement*, quando, em 2002, as prestadoras de TV por Assinatura, enfrentando uma crise financeira, firmaram acordos para compartilhamento de conteúdo com a anuência da *Australian Competition and Consumer Commission (ACCC)*. Nesse acordo houve algumas restrições com vistas à preservação da competição (MCCUTCHEON, 2006).

## **5. Regras de *must carry***

Não há regras de *must carry* previstas atualmente em lei, porém, há regras específicas voltadas à distribuição de produções nacionais, abordadas anteriormente. No processo de digitalização das redes de distribuição, a ACMA pretende obrigar os prestadores a carregar os sinais de emissoras comunitárias. A ABC já reivindicou que as regras de *must carry* englobem, também, os canais públicos por ela mantidos.

## **6. Alternativas ao *must carry***

Não foram constatadas, em lei, regras alternativas ao *must carry*.

## **Bélgica**

### **1. Regulação do setor de TV por Assinatura**

A Constituição belga divide o país em comunidades lingüísticas que correspondem a regiões administrativas: a flamenga, a francesa e a germânica. Além dessas, há uma quarta comunidade lingüística, a região bilíngüe de Bruxelas-capital. Atribui-se, ainda, a cada uma delas, determinadas competências políticas e legislativas – entre essas, a de impor, por decreto, as regras relativas às "questões culturais" (art. 127). A legislação federal classificou a definição de políticas e a regulamentação da radiodifusão sonora e de imagens como questão cultural, e incluiu-as no rol de competências das comunidades desde 1970.

A divisão em regiões está relacionada à influência de França, Alemanha e Holanda e de seus idiomas na Bélgica, o que impacta diretamente a regulamentação da radiodifusão, especialmente na constituição dos canais locais e comunitários. Um exemplo disso é a presença significativa de televisões e rádios francesas na comunidade dos Flandres - de língua francesa. (JONGEN; VOORHOOF; BRAECKMANN, 2004).

No âmbito das políticas de *must carry*, o governo belga adota como finalidade, expressa na *Lei federal de 30 de Março de 1995*, relativa às redes de distribuição e à exploração de serviços de radiodifusão (*Lei de Radiodifusão*), garantir que os cidadãos belgas tenham acesso à informação local e nacional e à sua herança cultural. Em virtude dessa diretriz justificam-se as obrigações de distribuições de canais estrangeiros e em determinados idiomas.

Dada a divisão administrativa do país, não há uniformidade na legislação de *must carry*, baseada na *Lei de Radiodifusão*. Esse diploma impõe diretamente obrigações de *must carry* à região bilíngüe de Bruxelas-Capital (comunidade germânica) e subsidia os demais decretos de mídia que regulam a matéria. O *Decreto de Mídia da Comunidade Francesa*, de 04 de janeiro de 1999, e os *Decretos Coordenados de Rádio e Televisão do governo dos Flandres* – ou simplesmente "*Decreto de Mídia*", de 25 de janeiro de 1995 - são os principais marcos (VUCHOT, 2003).

Nos Flandres, as prestadoras de serviços de televisão paga estão sujeitas à regulamentação e à fiscalização do Regulador de Mídia dos Flandres (*Vlaamse*

*Commissariaat voor de Media* ou VCM), enquanto a região francesa é regulada pelo *Conselho Superior de Audiovisual* (CSA). O *Instituto Belga de Serviços Postais e Telecomunicações* (IBPT), órgão vinculado ao *Ministério das Telecomunicações*, é o responsável pela administração do espectro de frequências.

## **2. Mercado de TV por Assinatura**

A televisão paga na Bélgica é operada majoritariamente a partir das redes de cabo, com algumas empresas pequenas prestando o serviço em DTH. A TV a cabo cobre praticamente todo o país e mais de 90% dos domicílios assinam esse serviço. O mercado é bastante competitivo, especialmente na comunidade francesa, onde existem muitas pequenas prestadoras.

Toda a programação estrangeira distribuída por prestadoras de TV a cabo é transmitida com o áudio original e com legendas em francês ou em holandês. (COUNCIL OF EUROPE, 2007)

## **3. Princípios da programação**

Os princípios da programação são apresentados nos artigos 8º, 34, 40, 44, 45, 48, 49, 64 e 69 da *Lei de Radiodifusão*, que impõem a todas as emissoras, públicas ou privadas, a obrigação de garantir a diversidade da programação, especialmente quanto à informação e ao entretenimento. Os canais da radiodifusão privada devem transmitir, ao menos, dois noticiários ao dia. Para a radiodifusão pública, o art. 8º impõe obrigações específicas:

- A VRT deve atingir o máximo de espectadores e ouvintes possíveis, por meio de uma programação diversificada que atraia a atenção e agrade ao público;
- A programação deve voltar-se a segmentos específicos da população, especialmente às crianças e aos jovens;
- A programação deve contribuir para o desenvolvimento da identidade e da cultura dos Flandres, fomentar o desenvolvimento de uma sociedade democrática e tolerante, propiciando a formação de opinião independente, objetiva e pluralista;
- A maioria da programação deve ser dirigida a um público amplo e geral para

assegurar a integração da população e a credibilidade do serviço público. Do mesmo modo, deve haver programas dirigidos aos públicos específicos.

O art. 23 da mesma Lei proíbe, ainda, a veiculação de programação que contenha qualquer tipo de discriminação por convicções ideológicas ou filosóficas ou outras, nos termos da Declaração Universal dos Direitos Humanos.

Com relação à publicidade e às regras de decência pública, vigoram as provisões e as cotas previstas na Diretiva da EU para a televisão pública. Dois grupos de canais, contudo, estão proibidos de veicular propaganda comercial a qualquer tempo: os destinados à programação infantil e aqueles que exclusivamente transmitem programas informativos governamentais, do serviço público e das organizações sem fins lucrativos (OECD, 2005).

Para os canais comerciais, a publicidade é permitida nos intervalos da programação, salvo para programas de caráter religioso; noticiários; programas infantis; filmes com duração inferior a 45 minutos; e documentários com duração inferior a 20 minutos.

#### **4. Fontes públicas de financiamento**

Existem entidades regionais de fomento do audiovisual na Bélgica. No que se refere à radiodifusão pública, segue-se a formação cultural e lingüística do país, de forma que cada comunidade exerce sua competência sobre uma televisão pública. Nos Flandres, a companhia de televisão pública é a VRT, que possui dois canais (*Éen* e *Canvas*). Na comunidade francesa, a televisão pública RBTF também está estruturada em dois canais (*La une* e *La deux*), enquanto a BRF, da região germânica, opera um canal. Embora sob a tutela de suas regiões, a VRT, a RBTF e a BRF são companhias públicas nacionais, logo sua programação é veiculada em toda a Bélgica.

Nos Flandres, o art. 97 da *Lei de Radiodifusão* proíbe a VRT de veicular qualquer tipo de publicidade ou televentas, exceto para autopromoção. Para os canais privados, a autorização de veiculação de publicidade e televentas reflete quase integralmente as regras expressas na diretiva da União Européia (*Television Without Frontiers*).

Em 2006, a VRT recebeu pouco mais de 268 milhões de euros (R\$671 milhões) do governo dos Flandres. Essa quantia pode ser aumentada em 4% a cada ano, se verificado que a televisão pública atingiu os resultados previstos no acordo firmado com o governo. A



cota de doações está limitada a 8,7 milhão de euros por ano (R\$21 milhões) (INSTITUTO MEDIA E GIORNALISMO, 2004).

Na comunidade francesa, o governo firmou um contrato de gerenciamento com a RBTF em que estabelece sua missão e o compromisso de financiamento anual por meio de um percentual de um fundo cultural. A quantia oriunda da arrecadação de impostos é alocada pelo ministro da Comunidade Francesa e, em 2005, somou cerca de 176 milhões de euros (R\$447 milhões). (COUNCIL OF EUROPE, 2007). O restante do financiamento provém da publicidade e da iniciativa privada e tem somado, anualmente, cerca de um terço dos repasses do fundo. A BRF é totalmente financiada pela comunidade germânica.

O fomento do audiovisual nacional cabe, em grande parte, a órgãos regionais, que seguem uma política cultural básica estabelecida para todo o país no *Cultural Pact Act 1973* (Lei Federal). A legislação prevê o estabelecimento de Conselhos e a celebração de acordos de cooperação entre as diversas autoridades regionais (COUNCIL OF EUROPE, 2007).

## **5. Regras de *must carry***

A *Lei de Radiodifusão* inscreve as obrigações de *must carry*, impostas aos operadores de TV a cabo, em uma política de audiovisual que visa a permitir aos telespectadores o acesso às empresas de radiodifusão do serviço público e às empresas privadas que assumem obrigações de serviço público.

Um debate recente levou o *must carry* à apreciação do Tribunal de Justiça belga. Na demanda, de 2007, algumas prestadoras de serviços de televisão por assinatura reivindicaram a dispensa do dever de carregar determinados canais, alegando que as atribuições do *must carry* constituíam uma concessão de direitos especiais, capaz de distorcer a concorrência, nos termos do art. 86 da *Diretiva de Serviços Universais da UE*. O Tribunal de Justiça entendeu que, de fato, as geradoras beneficiárias do estatuto do *must carry* gozam, de fato, de uma vantagem competitiva, vez que não necessitam negociar com os operadores de rede de cabo, nem competir com outras empresas de radiodifusão para garantir a difusão de seus canais. Contudo, a Corte concluiu que uma política de audiovisual destinada a implementar um sistema de radiodifusão pluralista, visando a proteger a liberdade de expressão e as diferentes componentes sociais, culturais, religiosas,

filosóficas ou lingüísticas da sociedade é hábil para justificar uma restrição à livre prestação de serviços. Assim, as orientações das Diretivas da EU – especialmente o art. 49 da Diretiva de Serviços Universais – são aplicadas integralmente.

Na região dos Flandres, o *Decreto de Mídia de 1995* impõe obrigações de *must carry* aos prestadores de serviços de TV a cabo em relação tanto à programação televisiva, quanto à radiodifusão sonora. A seguinte programação deve ser distribuída:

- Programação da rádio e televisão pública VRT;
- Programação das emissoras de televisão regionais;
- Dois programas de rádio e dois programas de televisão das rádio e televisão públicas da comunidade francesa e da comunidade germânica;
- Dois programas de rádio e dois programas de televisão das emissoras de rádio e televisão públicas da Holanda.

Para a região de Bruxelas-Capital, o art. 13 da *Lei de Radiodifusão* impôs aos operadores de redes de cabo a obrigação de distribuir, simultânea e integralmente:

- Os programas de televisão difundidos pelas empresas de radiodifusão de serviço público pertencentes às comunidades francesa (RBTF) ou flamenga (VTR);
- Os programas de televisão difundidos por qualquer outra empresa de radiodifusão pertencente às comunidades francesa ou flamenga, que seja designado pelo ministro competente;
- Os programas das rádios FM do sistema público das comunidades francesa e flamenga.

Um decreto ministerial de 2001 regulamenta este artigo e atualmente aplica a oito empresas privadas as regras de *must carry*.

A região francesa é a que mais impôs obrigações de *must carry*, notadamente visando a objetivos culturais. Segundo o art. 22 do *Decreto de Mídia da Comunidade Francesa*, a distribuição obrigatória pelos operadores de TV a cabo inclui:

- A programação da companhia de televisão pública da comunidade francesa (RBTF);
- A programação das emissoras locais e regionais autorizadas por área;
- A programação das organizações internacionais em que tenha participação a televisão pública da comunidade francesa;
- A programação das emissoras privadas cujos programas sejam direcionados à comunidade francesa;
- Dois programas da televisão pública da comunidade dos Flandres;
- Um programa transmitido pela televisão pública da comunidade germânica, havendo reciprocidade;
- Os programas de televisão das emissoras estabelecidas na União Européia que tenham firmado acordo com a comunidade francesa para a promoção do audiovisual na comunidade francesa ou na União Européia;
- Outros canais temáticos autorizados e que tenham firmado acordo com a comunidade francesa para a promoção do audiovisual nessa comunidade.

## **6. Alternativas ao *must carry***

Na região dos Flandres, o art. 112 do *Decreto de Mídia de 1995* lista canais e programas que podem ser transmitidos sob o regime de *may carry*, ou seja, relaciona as emissoras que devem oferecer seus conteúdos para distribuição gratuita pelo operador de TV a cabo, quando solicitados. A relação abrange canais que oferecem conteúdos semelhantes aos abarcados pelo *must carry* (televisão pública flamenga, televisão pública das demais comunidades belgas, emissoras locais e regionais e canais com programação dirigida à comunidade). A distribuição desses canais deve ser sempre seguida de notificação ao VCM.

O *Decreto de Mídia da Comunidade Francesa* adota o *may carry* nos mesmos moldes das normas flamengas. Na região de Bruxelas-Capital, não há alternativas ao *must carry*.

## **Brasil**

### **1. Regulação do setor de TV por Assinatura**

Criada pela Lei nº 9.472, de 16 de julho de 1997, conhecida como *Lei Geral de Telecomunicações* (LGT), a *Agência Nacional de Telecomunicações* (Anatel) é o órgão responsável pela regulação das telecomunicações no Brasil. A formulação da política do setor e a regulação da radiodifusão cabem ao Ministério das Comunicações, órgão ao qual a Agência está vinculada.

Existem quatro serviços de TV por Assinatura no país, regulamentados em função das tecnologias usadas em sua operação. O primeiro a ser criado foi o Serviço Especial de TV por Assinatura (TVA), que permitia a exploração de um canal na faixa de UHF e foi regulamentado pelos Decretos nº 95.744 e nº 95.815 de 1988. Os serviços de Distribuição de Sinais Multiponto Multicanal (MMDS), por microondas, e o Direct to Home (DTH), via satélite, estão regulamentados pela LGT, pelo Decreto nº 2.196 de 1997, pelo regulamento dos serviços de telecomunicações e, respectivamente, pelas Portarias nº 254 e nº 321 de 1997. Objeto de grande debate pela administração pública, pelo mercado e pela sociedade civil (RAMOS; MARTINS, 1996), os principais instrumentos que regem o serviço de TV a Cabo são a Lei nº 8.977 de 1995 (chamada *Lei do Cabo*), o Decreto nº 2.206 de 1997 e a Portaria nº 256 de 1997. Esses documentos vedam a participação majoritária nas prestadoras de empresas estrangeiras e de suas coligadas. Além disso, os atuais contratos de concessão das operadoras de telefonia fixa impede a prestação, por elas, do serviço de TV a Cabo, salvo em casos de manifesto desinteresse da iniciativa privada quanto à prestação do serviço.

Em junho de 2008, o Congresso Nacional discutia um projeto de lei (PL 29/2007), que permitiria uma regulamentação única para a TV por Assinatura, independentemente da tecnologia utilizada.

### **2. Mercado de TV por Assinatura**

Nos últimos anos, houve um aumento na base de assinantes de TV por Assinatura no país. Depois de um lento avanço deste número nos primeiros anos do milênio e de um

decréscimo entre 2002 e 2003, os quatro serviços fecharam o ano de 2007 com 5,3 milhões de assinantes (pouco mais de 3% da população), o que representa pouco mais de dez assinantes a cada cem domicílios. Dessa base, 59,7% assina serviços de TV a Cabo; 33,5%, de DTH; 6,6%, de MMDS; e 0,2%, de TVA. Atualmente, 91,5 milhões de pessoas (mais de 50% da população nacional) podem ser potencialmente atendidas por prestadoras de MMDS e TV a Cabo (ANATEL, 2007).

Atualmente há, no país, 361 prestadores de TV por Assinatura, sendo que a maioria – 73,7% - opera por cabo. Dessas, a maior empresa é a NET, cuja maior parte de ações pertence às *Organizações Globo* e a *Embratel*, por sua vez controlada pelo grupo *Telmex*. No âmbito do DTH, a maior operadora é a Sky, sendo recente a entrada nesse mercado por parte de outros grandes grupos econômicos do setor de telecomunicações, como *Telefônica* e *Embratel*. O maior operador de MMDS é a TVA, que dispõe, ainda, de algumas operações por cabo. O IPTV e as modalidades de vídeo sob demanda começaram a ser prestadas há pouco tempo no país. O faturamento das prestadoras chegou a R\$6,7 bilhões em 2007, sendo que, no caso das operadoras de cabo e MMDS, a mensalidade paga pela programação é responsável por 78% do faturamento (SINCAB, 2008).

### **3. Princípios da programação**

Historicamente a legislação brasileira alude às funções educativa, cultural e informativa da programação de rádio e de televisão. A Constituição Federal de 1988, em seu artigo 221, estabelece que as emissoras, além dessas finalidades, devem promover a cultura nacional e regional e estimular a produção independente que objetive a sua divulgação; criar produções regionais de cunho cultural, artístico e jornalístico, conforme percentuais estabelecidos em lei; e respeitar os valores éticos e sociais da pessoa e da família. O *decreto nº 4.901 de 2003*, ao instituir o Sistema Brasileiro de Televisão Digital Terrestre, em seu artigo 1º, acrescenta outras finalidades, como a promoção da inclusão social, da diversidade cultural e do idioma nacional, a democratização da informação e a criação de uma rede universal de educação à distância.

No que se refere à TV por Assinatura, o artigo 3º da *Lei do Cabo* determina que este serviço se destina à promoção da cultura universal e nacional, da diversidade de fontes de informação, do lazer e do entretenimento e da pluralidade política e do desenvolvimento

social e econômico do país. Com a Emenda Constitucional n.º 36 de 2002, o §3º do artigo 222 do documento estendeu as finalidades constantes do artigo 221 para a programação de radiodifusão a todos “os meios de comunicação social eletrônica, independentemente da tecnologia utilizada para a prestação do serviço”.

#### **4. Fontes públicas de financiamento**

O financiamento do audiovisual brasileiro envolve empresas privadas e instituições e fontes públicas. A Medida Provisória n.º 2.228, de 2001, criou a *Agência Nacional de Cinema (Ancine)*, cujo objetivo central é a implementação da política nacional de fomento ao cinema, formulada pelo *Conselho Superior de Cinema*, o que envolve a gestão de mecanismos e programas de fomento; a execução de projetos de co-produção, produção, distribuição, exibição e infra-estrutura técnica mediante recursos públicos e incentivos fiscais; a promoção da participação das obras cinematográficas em eventos internacionais; e a articulação com outros órgãos e entidades. A Agência também é responsável por fiscalizar a atividade cinematográfica e a certificação das obras cinematográficas brasileiras.

Para atingir esses objetivos, a Ancine publica periodicamente editais de seleção de projetos. Além disso, por meio de leis de incentivo fiscal, empresas são estimuladas a financiar obras audiovisuais. Em 2005, foram captados, com essa finalidade, quase R\$130 milhões (ANCINE, 2005).

Adicionalmente, é empregada a *Contribuição para o Desenvolvimento da Indústria Cinematográfica Nacional (Condecine)*, devida, com valores variáveis, pela veiculação, produção, licenciamento e distribuição de obras cinematográficas com fins comerciais (incluindo publicidade) e por relações comerciais envolvendo essas obras e produtores, distribuidores e intermediários no exterior. Esses recursos são incorporados ao *Fundo Setorial do Audiovisual* e destinam-se ao *Programa de Apoio ao Desenvolvimento do Cinema Brasileiro (Prodecine)*, ao *Programa de Apoio ao Desenvolvimento do Audiovisual Brasileiro (Prodav)* e ao *Programa de Apoio ao Desenvolvimento da Infra-estrutura do Cinema e do Audiovisual (Pró-Infra)*.

No âmbito da radiodifusão pública, a *Empresa Brasil de Comunicação*, responsável pela rede pública de televisão e constituída em 2007, é financiada por recursos orçamentários, parcela da arrecadação de contribuições específicas, prestação de serviços a

entes públicos ou privados, licenciamento de marcas e produtos, doações, apoio cultural e publicidade institucional, dentre outros.

## **5. Regras de *must carry***

No caso do serviço de TV a Cabo, a alínea “a” do inciso I do artigo 23 da Lei nº 8.977 de 1995 estabelece que todas as prestadoras devem distribuir os sinais de todos os canais de radiodifusão disponíveis no município da operação, em VHF ou UHF, sem inserção de qualquer informação. A programação é cedida gratuitamente pelas operadoras. As demais alíneas do inciso I e os incisos II e III do mesmo artigo promoveram a criação de diversos canais, cuja distribuição é obrigatória por parte das prestadoras de TV a Cabo. São eles: legislativo municipal e estadual, utilizado de forma compartilhada pelas Câmaras dos Vereadores e Assembleias Legislativas; da Câmara dos Deputados; do Senado Federal; universitário, compartilhado pelas universidades; educativo-cultural; comunitário, aberto a toda e qualquer entidade não governamental e sem fins lucrativos; de prestação eventual de serviços; e de prestação permanente de serviços. O decreto nº 2.206 de 1997, que regulamenta o serviço de TV a Cabo, estabelece, ainda, a obrigatoriedade de distribuição de um canal com programação composta por obras cinematográficas e audiovisuais brasileiras produzidas de forma independente. Além disso, todas as prestadoras de TV por Assinatura devem distribuir outros cinco canais, em conformidade com a lei nº 11.652 de 2008: TV Pública, Câmara dos Deputados, Senado Federal, STF e emissora oficial do Poder Executivo.

## **6. Alternativas ao *must carry***

Não foram constatadas, em lei, regras alternativas ao *must carry*.

## Canadá

### **1. Regulação do setor de TV por Assinatura**

O surgimento da TV a cabo no Canadá é semelhante e contemporâneo ao processo norte-americano. No final da década de 1940, habitantes de zonas remotas, especialmente aquelas cercadas de montanhas, resolveram o problema de recepção dos canais de televisão aberta por meio da instalação de antenas nos pontos mais altos, a partir das quais partiam redes de cabo para o transporte dos sinais. As redes serviram, na época, para distribuir os sinais dos canais norte-americanos, uma vez que a expansão do serviço ocorreu, contudo, anteriormente à dos Estados Unidos – em 1968, 25% dos domicílios canadenses já possuíam televisão por cabo (MULLEN, 2003; CANADIAN COMMUNICATIONS FOUNDATION, 2008).

A história da televisão paga, no entanto, tem início apenas na década de 1960. A idéia de vender serviços de televisão, ao invés de financiá-los por meio de publicidade ou de subsídios governamentais, teve origem em um experimento realizado na cidade de Etobicoke, em Ontário, com mil assinantes. Essa foi a localidade escolhida pela *Telemeter Internacional* – baseada em Nova Iorque – para testar um aparelho, instalado para cada televisor, que vendia programação especial mediante a inserção de moedas. Inicialmente a experiência foi um grande sucesso, distribuindo filmes e eventos esportivos e atingindo, no horário nobre, audiência superior àquela dos canais comerciais norte-americanos (2,4 horas, contra 2 horas). Foi encerrada, contudo, em 1965, após uma queda no número de assinaturas de 5,8 para 2,5 mil, seguida de perda de 3 milhões de dólares em receitas (MULLEN, 2003).

A legislação canadense para a radiodifusão remonta a 1936, ano da promulgação do *Broadcasting Act*, que criou a *Canadian Broadcasting Corporation* (CBC), televisão nacional pública que transmite programação em inglês e em francês. A CBC realizou, no início de suas transmissões, coberturas históricas, a partir do envio de recursos e correspondentes a Europa para reportar os acontecimentos da Segunda Guerra. É composta por seis emissoras de rádio – *CBC Radio 1, 2 e 3, La Première Chaîne, Espace Musique e Radio Canada International* – e cinco de televisão – *CBC Television, Télévision de Radio-*



*Canada, CBC Newsworld, le Réseau de l'information e ARTV*. A principal motivação de sua criação foi o provimento de programação que refletisse a cultura canadense – o que não se poderia alcançar através da importação da programação norte-americana. De acordo com Acheson e Maule (2003), sua história tem sido, de fato, marcada por uma interação com a sociedade canadense, constituindo parte de sua identidade e tendo alterado muito da compreensão dos canadenses em questões como saúde e história natural.

O *Broadcasting Act* passou por várias revisões até chegar à sua atual versão, promulgada em 1991. A televisão por assinatura no Canadá é regida pelo *Broadcasting Act*. O principal objetivo das disposições do *Broadcasting Act* é manter a produção cultural canadense por meio do fortalecimento de suas estruturas econômica, política e social. Para tanto, estabelece a política para a radiodifusão canadense e define os poderes regulatórios da *Canadian Radio-television and Telecommunications Commission (CRTC)*, órgão criado em 1932, que, dentre outras funções, elabora a regulamentação relativa à distribuição de programação, incluindo as regras de *must carry*, atualmente consolidadas no *Broadcasting Distribution Regulations*. Além disso, o *Broadcasting Act* estabelece as políticas e as diretrizes regulatórias e operacionais da CBC.

## **2. Mercado de TV por Assinatura**

O mercado de televisão paga canadense conta com cerca de 10,5 milhões de assinantes, o que significa mais de 82% de densidade do serviço, sendo que, em diversas cidades, esse índice ultrapassa a barreira dos 90%. Cerca de 25 % ou 2,6 milhões assistem à televisão por satélite, enquanto a televisão a cabo atende a cerca de 7,7 milhões de assinantes. Esse mercado gera perto de \$8 bilhões (R\$12,7 bilhões) em receitas anualmente, sendo que mais de \$6 bilhões (R\$9,5 bilhões) provêm exclusivamente das prestadoras de televisão a cabo. (STATISTIC CANADA, 2007).

Há mais de 700 distribuidores de programação via cabo licenciados no país, porém muitas cidades são atendidas por apenas um. Entre as maiores prestadoras de TV a cabo estão *Roger, Shaw, Cogeco Cable, Mountain Cablevision, Videotron, Persona e Eastlink*. Como alternativa às empresas de cabo, duas grandes prestadoras oferecem programação via satélite: a *Bell Express Vu* e a *Star Choice*, que é uma divisão da *Shaw Cable*. Há, ainda,

operações em MMDS, em localidades remotas onde o custo de implementação da TV a cabo é muito alto.

### 3. Princípios da programação

O *Broadcasting Act* determina, em sua seção 3, que todo o sistema de radiodifusão canadense deve “*por meio de sua programação e das oportunidades de emprego, servir e refletir a situação e as aspirações do povo canadense, incluindo a igualdade de direitos, a dualidade lingüística e a natureza multicultural e multi-racial da sociedade canadense, e a posição especial dos povos aborígenes dentro desta sociedade*” (tradução livre). Dentre as políticas desenvolvidas pela CRTC para a consecução desses fins está a *Ethnic Broadcasting Policy*, que desenvolve ações para inserir e promover os muitos grupos étnicos e culturais do Canadá. Procura, também, prover às minorias o acesso a todos os meios de radiodifusão.

Com vistas ao atendimento dessas finalidades, a publicidade é regulamentada na comunicação eletrônica. Os canais da CBC podem veicular doze minutos de publicidade a cada hora, ficando este tempo reduzido a oito minutos para os canais nacionais franceses, transmitidos neste idioma. Tanto para os canais da CBC, quanto para os canais comerciais, há restrições de publicidade para o público infantil, que incluem limitações de tempo e número máximo de exibições de um mesmo produto. Há, ainda, limitações para exibição de publicidade de todo o tipo durante a transmissão de programas dirigidos ao público infantil. A publicidade é totalmente proibida, quando esses programas são exibidos pelos canais da CBC.

Para a consecução dos princípios previstos no *Broadcasting Act*, firmou-se uma política de cotas voltada à distribuição de produções canadenses e que respeita diferenças lingüísticas. Essa política inclui obrigações - tanto para a CBC, quanto para os canais comerciais - de inserção de programação canadense que some, durante o dia, não menos que 60% do total de sua grade. As emissoras privadas devem contribuir com a produção canadense por meio de sua exibição e do seu financiamento.

#### **4. Fontes públicas de financiamento**

Os canais da CBC são mantidos com verbas providas de fundos governamentais permanentes, publicidade e parte das assinaturas da televisão paga, além de contribuições esporádicas. Segundo dados de 2006, a receita anual total da *CBC* alcança cerca de \$1,5 bilhão (R\$ 2,5 bilhões), dos quais quase \$1 bilhão (R\$1,6 bilhão) vindos de fundos permanentes e apenas \$60 milhões (R\$95 milhões) de fundos suplementares. O *Canadian Television Fund*, parceria público-privada integrada pelo governo do Canadá, prestadoras dos serviços de televisão paga (cabo e DTH) e emissoras de radiodifusão, administra os fundos vinculados a *CBC*. Seu quadro de diretores é composto por diretores independentes, representantes da indústria de mídia e representantes do governo.

O *Department of Canadian Heritage* é o órgão responsável por implementar as políticas públicas de promoção do conteúdo canadense. Essa tarefa é realizada por meio de diversos programas de financiamento que operam verba oriunda de doações e contribuições, destinações do governo federal e impostos. O fomento do audiovisual está compreendido no *Creation of Canadian Content and Performance Excellence*, que abrange o *Canadian Television Fund*. No âmbito daquele órgão funciona o *The Broadcasting Policy and Programs Branch*, responsável por formular políticas, propor instrumentos normativos e administrar programas no âmbito da radiodifusão.

#### **5. Regras de *must carry***

Todos os sistemas de televisão paga devem incluir entre os canais de todos os seus pacotes uma programação padrão que contenha as transmissões da *CBC*. As empresas distribuidoras de conteúdo devem priorizar a programação canadense e, em particular, a programação das geradoras locais.

As prestadoras de TV a cabo são divididas pela *CRTC* em três classes, conforme o número de assinantes. Para as classes dois e três, com maior número de assinantes, o *Canadian Radio-television and Telecommunications Commission*, *Broadcasting Distribution Regulations*, amparado pelo *Broadcasting Act*, determina a inclusão, em seu pacote básico, dos seguintes serviços de programação televisiva, em ordem de prioridade:

- a) Todas as geradoras locais operadas pela CBC;
- b) Programas educacionais recebidos via satélite ou MMDS e operados sob a responsabilidade das autoridades locais de educação;
- c) Programação das demais geradoras locais;
- d) Programação das emissoras regionais operadas pela CBC;
- e) Programação de todas as outras emissoras regionais;
- f) Programação de ao menos uma emissora da CBC com programação em inglês e de ao menos uma com programação em francês recebidas via satélite, caso não estejam abarcadas pelos itens a), c), d) ou e);
- g) Programação de uma emissora operada pela CBC em outra região;
- h) Programação de outras emissoras de regiões distintas, operadas pela CBC;
- i) Nas regiões francófonas, as sessões do Parlamento Inglês, com áudio em francês, no canal principal, e em inglês, num canal auxiliar;
- j) Nas regiões anglófonas, as sessões do Parlamento Inglês, com áudio em inglês no canal principal, e em francês, num canal auxiliar.

Para as prestadoras da classe três, essas regras são flexibilizadas conforme seus tamanho e área de atuação. Além dessas regras, todas as prestadoras com mais de dois mil assinantes devem reservar dois canais de vídeo – um para transmissões em inglês e outro, em francês – para a programação do *Canadian Public Affairs Channel*.

## **6. Alternativas ao *must carry***

Não foram constatadas, em lei, regras alternativas ao *must carry*.

## Chile

### **1. Regulação do setor de TV por Assinatura**

De acordo com o *artigo 15º bis* da Lei nº 18.838, de 1989, os serviços de TV por assinatura, quando não fazem uso do espectro radioelétrico, são considerados serviços limitados de televisão, sendo regidos pela Lei Geral de Telecomunicações (nº 18.168, de 1982) e outorgados por tempo indeterminado. Mesmo assim, devem respeitar as normas referentes ao conteúdo e às características das empresas concessionárias.

Os serviços de TV por assinatura são regulados por dois órgãos. A *Subsecretaria de Telecomunicaciones* (Subtel) é o administrador do espectro de frequências e o *Consejo Nacional de Televisión* (CNTV), criado pela Lei nº 18.838, de 1989, alterada pelas leis nº 19.131, de 1992, e nº 19.983, de 2004, é o responsável por regular a programação de televisão (radiodifusão e TV por assinatura). Suas competências incluem a fiscalização dos conteúdos e a administração de fundos de financiamento de programas culturais.

### **2. Mercado de TV por Assinatura**

O setor de telecomunicações tem crescido consideravelmente no país. Em 1996, era responsável por 1,9% do PIB; em 2005, essa participação chegou a 3,4%. A TV por assinatura tem oscilado entre 20% e 25% de densidade entre os domicílios chilenos, com cerca de um milhão de assinantes, e é explorada, em grande parte, por prestadoras de TV a Cabo, responsáveis por 85% do mercado, das quais a maior prestadora é a VTR. Em menos de 10% das localidades restantes o serviço é prestado por empresas de DTH, como *DirecTV*, *ZAP* e *Telefônica* (desde 2006). Há, ainda, uma oferta de TV pela Internet por parte da *Telefônica* (FROST & SULLIVAN, 2006).

A VTR tem avançado consideravelmente. Criada em 1928, atualmente é propriedade da prestadora *Liberty Global* e está presente em 49 cidades chilenas. Em 2005, fundiu-se com a *Metropolis Intercom*, segunda maior prestadora de TV a Cabo do país e que comercializava serviço de acesso a Internet por banda larga.

Em 2006, as prestadoras de TV por Assinatura faturavam, apenas com assinaturas, cerca de US\$ 320 milhões (R\$515,4 milhões). Juntos, os sete canais de radiodifusão – privados, universitários e um estatal – arrecadavam entre US\$ 315 e US\$ 320 milhões com publicidade (entre R\$507,4 e R\$515,4 milhões), o que equivale a 45% do bolo nacional. Até 2009 essa divisão de receitas pode se alterar: estima-se que a TV paga (e, principalmente, a VTR) poderá captar até 77% do bolo publicitário nacional, visto que recursos advindos de veiculação da publicidade, ao contrário do número de assinantes, não tende a aumentar de forma considerável (ETCHEVERRY, 2006).

### **3. Princípios da programação**

De acordo com o artigo 1º da Lei nº 18.838, de 1989, a programação de televisão - tanto de radiodifusão, quanto de TV por assinatura - deve observar “*os valores morais e culturais próprios da nação; a dignidade das pessoas; a proteção da família; o pluralismo; a democracia; a paz; a proteção do meio ambiente e a formação espiritual e intelectual da infância e da juventude*” (tradução livre). Cabe ao CNTV zelar pelo cumprimento desses princípios.

### **4. Fontes públicas de financiamento**

Grande parte da programação é financiada pelas próprias emissoras de radiodifusão e canais de TV por assinatura, visto que as primeiras atuam também como produtoras de seu conteúdo. Há, ainda, um sistema estatal de financiamento da programação, previsto em lei.

O CNTV opera três fundos de financiamento: *Fondo CNTV*, *Fondo Local* e *Fondo Antenas*. O mais significativo é o primeiro, criado em 1992 e alimentado por recursos estatais. Todo ano é realizada uma cerimônia de premiação de programas de cunho cultural, divididos em categorias específicas, como infantis e documentários, dentre outras. Em 1993, foram oferecidos, como prêmio, 60 milhões de pesos (R\$210 mil, aproximadamente, em valores atuais). Depois de um crescimento progressivo, os recursos provenientes do fundo, em 2007, chegaram a 1,611 bilhão de pesos (R\$5,638 milhões).

O *Fondo Local* destina-se ao financiamento de programas de interesse local, distribuídos por emissoras de radiodifusão ou por canais de TV paga, excluídos os que fazem parte de redes inter-regionais. Criado em 2002, quando premiou oito projetos com 40 milhões de pesos (cerca de R\$139 mil), este fundo agraciou, em 2006, nove projetos com 72 milhões de pesos no total (pouco mais de R\$250 mil).

O *Fondo Antenas* disponibiliza recursos para subsidiar a produção, a transmissão e a difusão de programas em zonas de fronteira ou isoladas que, pouco povoadas, não despertam interesse comercial por parte das emissoras de radiodifusão. Sua premiação, em 2007, ultrapassou 77 milhões de pesos (pouco mais de R\$268 mil).

Além disso, o *Consejo Nacional de la Cultura y las Artes* é o órgão responsável por implementar as políticas públicas voltadas à difusão cultural. Um dos mecanismos operados pelo órgão, em parceria com o *Consejo del Arte y la Industria Audiovisual*, é o *Fondo de Fomento al Audiovisual*, que disponibilizou, entre 2004 e 2007, cerca de US\$10 milhões (R\$22 milhões) no apoio a mais de 250 projetos.

## **5. Regras de *must carry***

Não foram constatadas, em lei, regras de *must carry*.

## **6. Alternativas ao *must carry***

Não foram constatadas, em lei, regras alternativas ao *must carry*.

## **China**

### **1. Regulação do setor de TV por Assinatura**

Dois órgãos são responsáveis pela regulação das telecomunicações na China: o *Ministério da Indústria da Informação* (MII) volta-se à Internet e aos serviços de transmissão de dados e voz, enquanto à *Autoridade Estatal para o Rádio, Filmes e Televisão* (SARFT) e a autoridades regionais competem a radiodifusão e o audiovisual. Até 1998, a regulação desses setores era de responsabilidade do *Ministério do Rádio, Filmes e Televisão*. Além desses órgãos, o *Ministério da Cultura* estabelece as políticas relacionadas à produção de vídeos caseiros e o Departamento de Publicidade estabelece as diretrizes para o setor de mídia como um todo.

As competências da SARFT estendem-se por todas as etapas da cadeia produtiva dos setores regulados, incluindo o planejamento, a fiscalização, o licenciamento, a supervisão e a administração das estações de rádio e televisão em todo o país. Além disso, o órgão também representa o governo chinês em negociações sobre produção e co-produção, importação, distribuição e exibição de programas estrangeiros no país. Há autoridades locais responsáveis pela administração de emissoras nos níveis sub-nacionais.

A infra-estrutura chinesa de telecomunicações tem passado por um processo de modernização, o que possibilitou uma expansão massiva de serviços como *VoIP* e acesso à Internet por banda larga e a ampliação da prestação dos chamados “sistemas urbanos de TV a cabo” e de IPTV. Em grande parte a regulamentação desse serviço tem ocorrido por meio de atos (“*orders*”) do SARFT, alguns dos quais mencionados adiante.

### **2. Mercado de TV por Assinatura**

O mercado de TV por Assinatura chinês cresceu principalmente na última década. Até 1996, não havia prestação desse tipo de serviço no país, mas, em 2002, os valores gastos em assinaturas já representavam mais de 40% do total de recursos investidos em televisão pelas próprias emissoras (COCQ; LÉVY, 2006). Em 2004, o setor alcançou, em relação ao ano anterior, um crescimento de 9% no número de assinantes e de 23% no faturamento das empresas. Em 2007, havia cerca de 120 milhões de lares com TV a Cabo



no país (o que corresponde a uma densidade de mais de 32%), dos quais aproximadamente 24 milhões com serviços digitais de cabo, sendo que, apenas em Pequim, espera-se ultrapassar a marca de 30 milhões de assinantes nas plataformas digitais. Em algumas regiões, como Xangai, a densidade da TV a Cabo beira os 89% e, em outras, como Anhui, não chega a 20%. Estimava-se, ainda, que os serviços de IPTV, face a investimentos das maiores operadoras de telecomunicações do país, saltariam de cerca de quinhentos mil assinantes em 2006 para mais de 1,1 milhão no ano seguinte, com crescimento continuado nos anos seguintes (PEOPLE'S DAILY, 2005; UNESCO, 2007; SARFT, 2007).

Para que sejam distribuídos pelas prestadoras de TV a Cabo, os canais pagos devem ser autorizados pela SARFT. Até 2004, o órgão regulador anunciava ter recebido solicitação de duzentos canais, das quais 55 (oito apenas de áudio e 47 de sons e imagens) foram aprovadas e sessenta outras estavam sendo estudadas. A expectativa era de que, até 2007, fosse autorizado um conjunto de 150 novos canais nacionais de televisão e 45 de áudio por assinatura (SARFT, 2004). Mesmo com essas limitações relativas à autorização, os pacotes oferecidos por prestadoras de TV a Cabo no país chegam a ter mais de setenta canais.

Em 2007 não havia serviço de DTH no país, apesar de serem permitidas as transmissões, via satélite, de algumas emissoras para o público estrangeiro. Esse é o caso da *China Central Television* (CCTV), que, segundo estimativas, chega a atingir mais de 60 milhões de usuários com programação em inglês, francês e espanhol. A CCTV foi a primeira emissora a entrar no ar no país, em 1958, e só manteve um canal até o fim da década de 1980. Atualmente há, no país e no exterior, mais de quinze canais CCTV, transmitindo programação segmentada, sendo parte deles em alta definição. Da mesma forma que canais nacionais dependem de autorização para transmitir via satélite para outros países, canais internacionais sofrem restrições para serem distribuídos pelas prestadoras de TV a Cabo. A maior parte desses canais só pode ser distribuída em hotéis de padrão três estrelas ou superior e na região da província de Guangdong, cuja capital é Cantão, e em Hong Kong (UNESCO, 2007).

### **3. Princípios da programação**

Os princípios da programação e as finalidades dos serviços de TV a Cabo e de radiodifusão chineses têm sido evocados de forma semelhante. Dentre esses estão a construção da civilização socialista, o acesso à informação e a valorização do entretenimento relacionado à cultura nacional.

Para atingir essas finalidades, a SARFT estabelece diversas regras a serem cumpridas pelos produtores de conteúdo. Para a criação na área de teledramaturgia, os produtores devem ter autorização do órgão regulador. Essa licença poderá ser recusada em caso de ameaça, por exemplo, à unidade, à soberania e à integridade nacionais; incitamento à discriminação e promoção de pornografia ou de violência.

Co-produções estrangeiras seguem normas específicas relativas à participação de empresas chinesas no empreendimento e obras estrangeiras devem atender a critérios estabelecidos na política de cotas da televisão. Essas cotas variam em função do alcance das emissoras e a importação de programação segue normas específicas. Até 2007, emissoras locais podiam transmitir até vinte horas anuais de teledramaturgia estrangeira, sendo que, em alguns casos, essa cota chegava a cinquenta horas anuais. Havia restrições à veiculação dessas produções em horário nobre (UNESCO, 2007).

### **4. Fontes públicas de financiamento**

Historicamente o Estado tem desempenhado papel importante no financiamento da indústria audiovisual chinesa. Nos últimos anos, contudo, têm sido autorizados mais investimentos por parte da iniciativa privada.

Em 2002, o Estado quebrou o monopólio dos grandes estúdios, o que ampliou a atuação da iniciativa privada (BRENT, 2003). Dois anos depois, empresas estrangeiras foram autorizadas a ter 49% do capital em *joint ventures* voltadas à produção de conteúdo audiovisual (CHINADAILY, 2004). O incentivo aos investimentos de capital estrangeiro na produção foram acompanhados de uma maior abertura nos canais de exibição, como a permissão de que os cinemas exibam até um terço de filmes estrangeiros em um sistema de divisão de receitas. Há outras cotas que garantem a exibição de filmes específicos produzidos na própria China.

No âmbito do Estado, diversas organizações apóiam a produção de audiovisual, como *Chinese Film Circulation and Projection (CFCPA)*, *China Film Producers' Association (CFPA)* e *China City Cinema Association (CCCAC)*. O setor é supervisionado pelo SARFT, que desenvolve programas de financiamento próprios, e pelo Departamento de Publicidade. Algumas medidas de reestruturação do setor têm sido implementadas como forma de ampliar os investimentos em produção. Uma delas é a política conhecida como “*Zhibo Fenli*”, que objetiva promover a separação entre produção e radiodifusão, retirando do âmbito das emissoras estatais a responsabilidade de criação de novos conteúdos audiovisuais (UNESCO, 2007).

## **5. Regras de *must carry***

Com o desenvolvimento dos chamados sistemas urbanos de TV a Cabo, a SARFT publicou, em anos recentes, novos atos relacionados à prestação desse serviço. Esse é o caso do ato de nº 36, válido a partir de setembro de 2004. De acordo com o artigo 11 do documento, as operadoras devem distribuir obrigatoriamente os canais solicitados pela SARFT, o que tem variado em função das áreas de prestação. Até 2007, o órgão determinava o *must carry* de quatro canais estatais CCTV e, nos casos das redes digitais de localidades como Xangai e Pequim, era obrigatória a distribuição dos seis canais digitais CCTV. Além disso, há casos de distribuição obrigatória de canais locais por algumas prestadoras (ICASA, 2007).

## **6. Alternativas ao *must carry***

Não foram constatadas, em lei, regras alternativas ao *must carry*.

## **Espanha**

### **1. Regulação do setor de TV por Assinatura**

Em 1996, o Decreto-Lei Real nº 6 criou a *Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones* (CMT), órgão regulador espanhol independente para o mercado de telecomunicações e para o setor de audiovisual. Esse documento foi recepcionado pela *Lei nº 12/1997*, que promoveu a liberalização do mercado de telecomunicações e atribuiu ao CMT novas competências e estrutura. Posteriormente essa lei foi revogada pela de número 32/2003, também conhecida como *Lei Geral de Telecomunicações*. A CMT é vinculada à *Secretaria de Estado de Telecomunicaciones y para la Sociedad de la Información* do Ministério da Indústria, Turismo e Comércio. O sistema regulatório espanhol conta, ainda, com entidades reguladoras no nível sub-nacional.

Os serviços de TV por Assinatura submetem-se a um conjunto de normas, dentre as quais a *Lei nº 4/1980*, o *Estatuto de Rádio y Televisión*; a *Lei nº 25/94*, que adequou a legislação espanhola aos dispositivos comuns europeus, aplicando-se a todas as formas de distribuição de programas de televisão destinados ao público; e a *Lei nº 2/2001*, de *Contenidos Audiovisuales y Servicios Adicionales*. Somam-se a elas diversas outras normas infra-legais. A *Lei estatal nº 42/1995*, de Telecomunicações por Cabo, foi revogada pela *Lei Geral de Telecomunicações*.

### **2. Mercado de TV por Assinatura**

Depois de uma diminuição no número de usuários entre 2002 e 2004, os serviços de TV por Assinatura, de acordo com relatório da CMT (2006), voltaram a se expandir. Em 2006, havia, no país, um total de 3.762.719 assinantes, contra 3.338.870 do ano anterior, o que representa cerca de 9,3% da população e 33,4% de densidade. Desses, aproximadamente 54,3% eram assinantes de prestadoras de DTH; 35,1%, de TV a Cabo; e 10,6%, de IPTV.

Em termos de participação econômica no mercado de TV por assinatura, a prestadora *Sogecable* lidera com 77,3%, seguida de *Ono*, com 13,4%, e *Telefónica de España*, com 4,2%. No que se refere ao número de assinantes dos serviços, diminui a

diferença, visto que a *Sogecable* alcança 54,4% do mercado, contra 25,2% de *Ono* e 10,1% da *Telefónica* (CMT, 2006).

Note-se que a *Telefónica* é acionista minoritária da *Sogecable*, com 16,72% de participação. O *Grupo Prisa*, que desempenha atividades na área editorial, é o maior acionista da *Sogecable*, com 47,09% de participação. A principal prestadora de TV por Assinatura no país atua em diversas etapas da cadeia de valor do segmento, como produção e distribuição de canais e produção, distribuição e exibição de filmes. A plataforma de DTH *Digital+*, que distribui mais de 150 canais, é líder no número de assinantes no país, ao passo que a plataforma de IPTV *Imagenio*, da *Telefónica*, tem apresentado um crescimento considerável. Em 2006, sua base de assinantes cresceu 85% em relação ao ano anterior.

A participação dos serviços de TV por Assinatura no mercado de telecomunicações caiu de 28,8%, em 2002, para 20,4% em 2006. Uma queda menor ocorre no mercado de publicidade para televisão: no mesmo período, a participação dos serviços de TV por Assinatura caiu de 40,2% para 38,6%.

### **3. Princípios da programação**

A *Lei n° 4 de 1980* estabelece, em seu artigo 1º, que se entende por televisão a produção e a transmissão de imagens e sons, feita por ondas ou por cabo. Assim, parte das tecnologias utilizadas para a prestação de TV por assinatura deve submeter-se aos dispositivos da lei. A televisão, de acordo com esse mesmo artigo, tem finalidades política, religiosa, cultural, educativa, artística, informativa, comercial ou publicitária.

A lei estabelece, ainda, dispositivos referentes à atividade dos meios de comunicação estatais. Seus princípios são: objetividade, veracidade e imparcialidade; distinção entre informações e opiniões; respeito ao pluralismo político, religioso, cultural e lingüístico; respeito à honra, à fama e à vida privada e aos direitos das pessoas; a proteção à juventude e à infância; e a defesa da igualdade.

Em 1994, a *Lei n° 25* procurou adequar a legislação espanhola referente ao audiovisual aos dispositivos comuns à Comunidade Européia. Já em seu artigo 3º, ampliou o conceito de televisão, incluindo, aí, as transmissões por satélite e aquelas codificadas ou não. Estabeleceu, ainda, que, para viabilizar o atendimento das finalidades anteriormente mencionadas, as entidades responsáveis pelo serviço público de televisão devem reservar,

pelo menos, 51% de seu tempo para a transmissão de obras européias, sendo que metade do tempo deve ser destinada às obras que façam uso de qualquer língua espanhola (aí incluídos os idiomas das comunidades autônomas).

A *Lei n° 2 de 2001* estendeu os princípios consagrados pela *Lei n° 4 de 1980* para todos os meios audiovisuais de comunicação social, acrescentando a eles outros como a promoção da igualdade entre os sexos e a preservação do meio ambiente. Além disso, proíbe a transmissão de programas que fomentem o ódio e a discriminação por motivos relacionados à origem, sexo, religião, nacionalidade, opinião ou outras circunstâncias.

#### **4. Fontes públicas de financiamento**

Em 2001, a *Lei n° 15* estabeleceu novas regras para o fomento do cinema e do setor de audiovisual. As competências relativas a essa atividade devem ser desempenhadas pelo *Instituto de Cinematografía y de las Artes Audiovisuales (ICAA)*, vinculado ao *Ministério de Educação, Cultura e Esporte*.

De acordo com o artigo 4° da lei, o governo estabelecerá, com base nos limites orçamentários de cada exercício, o valor destinado às atividades de fomento. Esses recursos devem ser utilizados para a produção de obras nacionais ou de co-produções; sua divulgação e promoção no interior do país e no exterior; fomento de obras independentes; treinamento e capacitação de pessoal; e premiação dos que se destacarem. A destinação de recursos deve seguir critérios objetivos, como faturamento e público dos filmes.

Para garantir a distribuição das obras, é criada, pelo artigo 7° da lei, uma cota de tela para filmes produzidos por Estados membros da União Européia. As salas de cinema ficam obrigadas a programar essas películas, em cada ano, durante um a cada três dias de exibição. Caso as obras sejam dubladas em alguma língua espanhola, essa proporção pode diminuir para um a cada quatro dias. Essa mesma proporção é adotada para salas de cinema pequenas e médias, que tenham obtido arrecadação bruta anual inferior a 90 mil euros (cerca de R\$233 mil). No caso de complexos cinematográficos que reúnam duas ou mais salas, a cota de tela pode ser computada em relação a todo o conjunto, conforme determinar a regulamentação.

No caso das emissoras estatais de radiodifusão, o artigo 32 da *Lei n° 4 de 1980* estabelece que o financiamento de suas entidades mantenedoras advirá de recursos estatais,

publicidade comercial (de acordo com limites específicos), comercialização e venda de produtos e de eventuais taxas sobre os aparelhos receptores.

### **5. Regras de *must carry***

Em conformidade com o artigo 11º da *Lei Estatal nº 42/1995*, a prestadora de TV a Cabo deve, obrigatoriamente, distribuir os canais de radiodifusão estatal (*Radio Televisión Española*, conhecida como RTVE) e privados, além daqueles administrados pelas comunidades autônomas. A *Lei nº 2/2001* estabelece, ainda, que as prestadoras de TV a Cabo deverão reservar 40% do tempo destinado à programação independente. Estima-se que cerca de 60% da programação das prestadoras de TV a Cabo seja ocupada por canais e programas previstos nas regras de *must carry* e nas cotas abordadas anteriormente.

### **6. Alternativas ao *must carry***

Os representantes dos canais locais de televisão de cada município também poderão solicitar sua distribuição pelas prestadoras de TV a Cabo.

## **Estados Unidos**

### **1. Regulação do setor de TV por Assinatura**

A TV a cabo nos Estados Unidos surgiu no fim da década de 1940, como um serviço complementar ao serviço de radiodifusão de sons e imagens, utilizado para levar o sinal da televisão aberta às comunidades menores e ao meio rural em suas áreas de sombra de sinal. No fim da década de 1950, o sistema de TV a cabo já contava com aproximadamente 550 prestadoras, atendendo a milhares de assinantes (FCC, 1965). O *must carry* surgiu em 1965, diante da expansão do serviço de TV a cabo, para evitar que o crescente poder das prestadoras acabasse por suprimir as radiodifusoras locais. No ano seguinte, a *Federal Communications Commission* (FCC) consolidou sua competência para ditar normas para as prestadoras de TV a Cabo e, em seu segundo *Report and Order*, limitou sua própria atuação a áreas específicas. Esse órgão, criado em 1934 pelo *Communication Act*, é o responsável pela regulação do setor de telecomunicações.

Em 1968, a *Court of Appeal* proferiu a primeira decisão (*Black Hills Video Corp. v. FCC*, 1968) declarando a legitimidade do *must carry*, segundo a qual entende que suas regras preservavam a radiodifusão local sem, com isso, violar a liberdade de expressão garantida pela Primeira Emenda à Constituição. A partir de então foi desencadeado um debate em que hora reforça-se a importância das regras de *must carry* e hora se as rechaça. Essa discussão está sempre centrada na preservação das garantias da Primeira Emenda.

### **2. Mercado de TV por Assinatura**

A TV por assinatura nos Estados Unidos atinge um índice de 85% de densidade, mantendo uma base de mais de 92 milhões de assinantes entre os quase 110 milhões de domicílios com aparelhos receptores (FCC, 2006). A maior fatia do mercado está com as prestadoras de serviço de TV a cabo, que contam com mais de 64 milhões de assinantes, contra aproximadamente 26 milhões de usuários do DTH. Esse último é operado a partir do sistema *Direct Broadcasting Sattelite Service* (DBS) ou do sistema *Home Sattelite Dishes* (HSD). O MMDS conta, atualmente, com apenas cerca de 100 mil assinantes. Em quase 100% das áreas de prestação, o usuário pode optar entre a programação da televisão aberta,



de uma prestadora de serviço de TV a cabo e ao menos duas de DTH. Em algumas áreas, os usuários estão passando a desfrutar, cada vez mais, da programação audiovisual prestada pelos *Multichannel Video Programming Distributors (MVPDs)*, que utilizam tecnologias em ascensão como a radiodifusão digital, a *fiber to the home* e o *video on demand* através da internet. Conforme dados da FCC, atualmente cerca de 108 milhões de domicílios norte-americanos, ou seja, 99% dos domicílios com televisão podem ser atendido por prestadoras de TV a cabo.

Embora seu número de assinantes venha sofrendo queda nos últimos anos (redução de cerca de 1,5 milhão entre 2001 e 2006), a TV a cabo continua servindo aproximadamente a 70% dos usuários de televisão paga. Seu mercado movimenta, anualmente, mais de 66 bilhões de dólares. As principais prestadoras atuantes no mercado são a *Comcast*, com 21 milhões de assinantes, a *Warner*, com quase 11 milhões, a *Cox* e *Charter*, com 6 milhões cada, e a *Cablevision*, com 3 milhões de assinantes. Na prestação do DTH, que aumentou sua densidade de 16 milhões para 26 milhões de assinantes entre 200 e 2006, o mercado é dominado pelo *DirectTV Group* e pela *Echostar Communications Corporation* (FCC, 2006).

### **3. Princípios da programação**

A declaração de princípios do *Cable Consumer Protection and Competition Act* explicita que “*é interesse substancial do Governo Federal que as prestadoras de serviço de TV a cabo retransmitam o sinal das geradoras comerciais locais, pois essa retransmissão é necessária para alcançar os objetivos contidos na seção 307 (b) do Communications Act de 1934 de prover a distribuição justa, eficiente e eqüitativa dos serviços de radiodifusão.*” (tradução livre). Reforça, ainda, em seu item 10, que a produção local de programação é um dos principais objetivos da regulação dos serviços de radiodifusão sonora e de imagens.

Já a parte inicial do *Public Broadcasting Act*, que declara como sendo do interesse público o desenvolvimento desse sistema de televisão, estabelece algumas finalidades para a programação dos canais públicos. Em seu item 3, enuncia que a expansão e o desenvolvimento das telecomunicações públicas e a diversidade de sua programação dependem da liberdade, da imaginação e da iniciativa tanto local, quanto nacional. O item 5 determina que deve-se apoiar os serviços públicos de telecomunicações, de forma que eles

respondam ao interesse da população tanto nas comunidades locais, quanto em todo país, constituam uma expressão da diversidade e da excelência e representem uma alternativa de serviços de telecomunicações para todos os cidadãos da nação. O item 6 estabelece, ainda, que é de interesse público o fomento de programação que envolva o risco criativo e que vá ao encontro das necessidades das comunidades historicamente excluídas, incluindo as minorias étnicas.

A Primeira Emenda à Constituição e o *Communications Act of 1934* proíbem a FCC de editar regras de conteúdo e de envolver-se, de qualquer outro modo, em atividades que estejam relacionadas à censura. A garantia da liberdade de expressão também protege contra a programação que faça discriminação quanto à religião, raça, nacionalidade, gênero e outras características, bem como a exposição ao ridículo.

A legislação federal, no entanto, proíbe a distribuição de programação obscena ou violenta, bem como o uso da linguagem profana, por meio da radiodifusão, da TV a cabo ou por outros serviços de televisão por assinatura. A "linguagem indecente" enquadra-se na proteção estabelecida pela Primeira Emenda e não pode ser integralmente banida. Apesar disso, há determinações do Congresso, consideradas legítimas pelo Poder Judiciário, de restrição ao uso de termos considerados indecentes em períodos do dia em que há maior probabilidade de audiência de crianças. Essa determinação vale apenas para a radiodifusão.

#### **4. Fontes públicas de financiamento**

A FCC reconheceu precocemente a importância da televisão pública. O sistema de radiodifusão pública nos Estados Unidos teve um papel bastante importante na consolidação das regras de *must carry*, uma vez que seu alicerce é a programação comunitária e local.

Em 1952, ao estabelecer seu plano geral de licenças, a FCC criou um tipo especial para geradoras educativas. Em 1967, com a aprovação do *Public Broadcasting Act*, a FCC passou a ser responsável por regular o sistema público de televisão. Esse ato deu origem ao sistema de televisão pública dos Estados Unidos, concebido pela Comissão Carnegie em conjunto com a Fundação Ford. O relatório *Carnegie I*, da *Comissão Carnegie*, motivou boa parte do texto de 1967 (DAVENPORT, 1987).

O *Public Broadcasting Act* também criou a *Corporation for Public Broadcasting* (CPB), que, em 1970, fundou uma associação para facilitar sua atuação local – a *Public Broadcasting Services* (PBS). Atualmente, a CPB é responsável pelo fundo que contribui com 15% do financiamento da televisão pública, de proveniência exclusiva do governo federal. Os 85% restantes são compostos por doações de moradores locais, empresários, escolas, universidades, fundações, e, ainda, dos governos local e estadual. A arrecadação de doações dos espectadores é feita em campanhas que acontecem de três a quatro vezes por ano. A receita operacional da PBS alcançou, em 2006, o montante de US\$374 milhões (R\$600 milhões), sem contar os quase US\$200 milhões (R\$320,8 milhões) de doações diretas feitas aos produtores (“*Donated Broadcast Rights*”, distribuídos especialmente por empresas e fundações).

O quadro de diretores da PBS é composto por dirigentes de diversas emissoras públicas norte-americanas dentro do total de suas associadas (no fim de 2007 eram 26 dirigentes eleitos pelas 355 geradoras de cada um dos 50 estados). Essas geradoras são administradas e operadas por fundações das comunidades locais, escolas e universidades, bem como pelas comissões estaduais responsáveis.

A PBS não figura entre os canais mais vistos dos Estados Unidos, como *Fox*, *CBS* e *ABC*. Mesmo assim, a TV pública retém o dobro da audiência que a maior parte dos canais comerciais (NIELSEN MEDIA RESEARCH, 2006). Cumpre ressaltar, ainda, que a publicidade nesses canais é vedada pela seção 399 do *Communications Act*.

## **5. Regras de *must carry***

Atualmente, a obrigação das prestadoras de TV a cabo de carregar o sinal de determinadas geradoras locais está determinada no *Cable Television Protection and Competition Act of 1992*. Este ato determina a reserva, por todas as prestadoras de TV a cabo, de uma parcela de seus canais (“*usable activated channels*”) para a transmissão da programação das geradoras locais a ela não afiliadas (“*Qualified noncommercial educational television stations*”). A regulamentação deste ato, elaborada pela FCC no título

47 do *Code of Federal Regulation* (CFR)<sup>1</sup>, leva em conta o tamanho da operadora. Provocada novamente sobre a constitucionalidade do *must carry* em 1994, a Suprema Corte devolveu o caso a uma *District Court* a fim de averiguar, a partir de dados sócio-econômicos, até onde as regras contemplavam três dos seus propósitos originais: a) preservar os benefícios propiciados pela transmissão livre e gratuita das geradoras locais; b) promover a ampla disseminação de informações de uma multiplicidade de fontes; e c) promover a competição no mercado de televisão. Em 1997 a Suprema Corte firmou o entendimento de que as regras de *must carry* não constituem uma restrição inconstitucional à liberdade de expressão das prestadoras de TV a cabo.

O número de canais a ser reservado para as geradoras locais varia de acordo com o tamanho da operadora de TV a cabo, mas, em média, representa um terço da sua capacidade de canais. O título 47 do CFR detalha essas obrigações, estabelecendo qual a proporção de reserva dos canais para as estações educativas e não comerciais (“*noncommercial educational television stations*” ou NCEs), que ocupam os chamados canais públicos, educativos ou governamentais (“*Public, educational or government channels*” ou PEG), e para as geradoras comerciais locais (“*Local Commercial Television Stations*” ou LCEs). Todo operador de TV a cabo está obrigado a carregar o sinal de qualquer NCE que o solicitar, observado que:

- Prestadoras que distribuem menos de doze canais somente estão obrigadas a carregar um NCE;
- Prestadoras que oferecem entre 13 e 36 canais estão obrigadas a disponibilizar entre um e três canais;
- Prestadoras que distribuem mais de 36 canais devem carregar o sinal de todos os NCEs locais que o requisitarem, devendo, em qualquer caso, transmitir a programação de, ao menos, três deles. No entanto, não há o dever de carregar o sinal de um NCE que apenas reproduza substancialmente a programação de outro NCE, considerado como reprodução substancial, para esse fim, 50% da

---

<sup>1</sup> O Code of Federal Regulations é a compilação das regras gerais e permanentes publicadas no Registro Federal pelos departamentos executivos ou agências do governo federal. Sua atualização é feita anualmente pelo *The National Archives* (NARA). O título 47 regulamenta o *Cable Consumer Protection and Competition Act de 1992* desde 1993.

programação no horário nobre (que compreende a faixa de horários que vai das 20 às 23 horas, nos sete dias da semana).

No caso das prestadoras que atuam em áreas onde não existem geradoras locais, há a obrigação de "importar" o sinal de alguma NCE, nos casos de distribuição de 12 canais ou menos. Para o caso de prestadoras que ofereçam entre 13 e 36 canais, essas deverão "importar" a programação de ao menos uma NCE. No caso da reserva de canais para geradoras comerciais, a proporção altera-se, sendo que:

- Prestadoras que distribuem menos de doze canais estão obrigados a carregar o sinal de três LCEs;
- Prestadoras que distribuem mais de 12 canais estão obrigadas a ceder mais de um terço de seus canais ativos para as LCEs que os solicitarem;
- Para o caso de não haver geradoras locais que preencham a reserva descrita no segundo item acima, as prestadoras que distribuem menos de 35 canais estão obrigadas a carregar o sinal de uma geradora em UHF, caso haja. Prestadoras que distribuem mais de 35 canais devem carregar a programação de duas geradoras em UHF, caso existam.

Os canais previstos no *must carry* devem, ainda, estar disponíveis no pacote de programação de menor preço oferecido. Os canais aos quais se aplicam essas regras devem aparecer na mesma numeração virtual em que se encontram quando livremente captados, ou em algum canal virtual que tenham historicamente ocupado.

No caso das prestadoras de DTH não há obrigação de reservar canais para as geradoras locais. No entanto, caso a operadora decida carregar o sinal de alguma geradora, fica obrigada a distribuir, também, a programação de todas as outras geradoras da mesma localidade, de forma que nenhum tipo de programação seja preterido. Essa obrigação é conhecida como a regra do "*carry one, carry all*" e está expressa na seção 308 do *Communications Act*. Algumas prestadoras estão obrigadas, ainda, a reservar 4% de sua capacidade de canais para programação não comercial de natureza educativa ou informativa.

## **6. Alternativas ao *must carry***

As geradoras comerciais podem escolher, tanto no caso do cabo como no do DTH, entre o *must carry* e o consenso de retransmissão. Ao eleger o *must carry*, sua retransmissão, de regra, está garantida, mas nenhuma compensação financeira pode ser percebida. Ao adotar o "consenso de retransmissão", a geradora negocia as condições da retransmissão diretamente com a prestadora de serviços de TV por assinatura, podendo receber uma compensação por disponibilizar seu sinal para retransmissão.

Em virtude da crescente digitalização dos sinais, que desvincula a ordem de apresentação dos canais da frequência de transmissão – ou seja, dissociam o canal virtual do canal físico – têm-se desenvolvido mecanismos de *must list*. Essa obrigação impõe às prestadoras uma determinada distribuição de certos canais ao longo da lista, de forma que não fiquem preteridos. Está em debate, ainda, a obrigatoriedade de distribuição e suas alternativas no caso de geradoras com sinais digitais em alta definição.

## **França**

### **1. Regulação do setor de TV por Assinatura**

Na França, a radiodifusão nasceu com caráter público e estatal. A partir de 1968, passaram a ser permitidos a publicidade comercial e o financiamento dos canais por meio das receitas geradas. Somente em 1982 foi abolido o monopólio estatal, com a promulgação da *Lei de Comunicação Audiovisual*, e, em 1984, surgiu a primeira emissora privada e também o primeiro canal pago da radiodifusão francesa – o *Canal+*, que hoje opera uma plataforma DTH como *Groupe Canal+*.

A televisão paga na França é regulamentada de forma similar ao serviço de radiodifusão, porém recebe tratamento específico tomando em conta seu caráter de atividade privada. A atividade do Estado no setor é dividida entre três atores: o governo francês determina as políticas, elabora as leis e edita os decretos que regulamentam essas leis de radiodifusão; o Parlamento avalia e aprova a legislação e controla os fundos de financiamento da televisão pública; criado em 1989, o *Conselho Superior do Audiovisual* (*Conseil Supérieur de l'Audiovisuel* ou CSA), por seu turno, é o responsável por conceder licenças aos serviços prestados no regime privado, designar os diretores para a radiodifusão pública e supervisionar a programação de todas as emissoras e prestadoras. Paralelamente, o CSA ainda exerce atividades de estudo e pesquisa sobre variados aspectos da radiodifusão, intercâmbio com outras agências reguladoras, estabelecimento de regras de veiculação de propaganda eleitoral durante as campanhas e fiscalização do cumprimento das regras de *must carry*. Em 2004 a *Lei de Comunicação Eletrônica* delegou ao CSA, ainda, a arbitragem de conflitos que envolvam operadores dos serviços que regula, zelando por pluralismo, competição justa e não-discriminação dos telespectadores.

Os princípios dessa estrutura regulatória foram estabelecidos pela *Lei de Liberdade de Comunicação*, de 1986, também conhecida como *Lei Leótarde*. Essa lei sofreu várias alterações, mas continua em vigor. Sua reforma mais significativa foi a introduzida pela *Lei de 1º de Agosto de 2000* que, entre outros aspectos, traz regras para a programação e institui os contratos plurianuais celebrados entre o governo e as televisões públicas. O setor público francês de radiodifusão é composto de cinco entidades: a *France Télévisions*, a *Radio*

*France*, a *RFI*, a *INA* e a *Arte*. Há, ainda, uma companhia nacionalizada – a *Réseau France outre-mer* –, encarregada de criar e produzir programas de rádio e televisão para a transmissão nas ex-colônias francesas. A *France Télévisions* opera quatro canais de televisão – *France 2*, *France 3*, *France 4* e *France 5* (o *France 1* original, atualmente *TF1*, é explorado comercialmente). Enquanto o primeiro possui a programação mais variada – noticiários, filmes, coberturas esportivas, programas de variedades –, o segundo foca sua programação em assuntos nacionais e regionais; o terceiro, em arte e música; e o quarto, em programas educacionais e culturais.

## **2. Mercado de TV por Assinatura**

Cerca de 95% dos 25 milhões de domicílios franceses possuem aparelhos de televisão. A TV a cabo possui mais de 3,5 milhões de assinantes, enquanto as prestadoras via satélite levam programação a mais de 3,6 milhões – embora já haja quase 9 milhões de domicílios cabeados. As principais prestadoras de TV a Cabo são a *UPC-Noos*, a *France Télécom Câble* (subsidiária da *France Télécom SA*) e a *NC Numéricâble*. O *Groupe Canal+* é um dos três distribuidores de televisão via satélite na França, ao lado do *CanalSat* e *TPS*. A televisão paga gera cerca de 3,34 bilhões de dólares (R\$ 5,6 bilhões) por ano em receitas provenientes de assinaturas (TV DATA, 2008).

## **3. Princípios da programação**

A *Lei Leótiard*, em seu art. 43, é explícita quanto à missão da radiodifusão pública francesa, que, com vistas ao atendimento do público, deve transmitir programas e serviços “*caracterizados pela diversidade e pelo pluralismo, qualidade e inovação, respeito aos direitos humanos e aos princípios democráticos, conforme a constituição*” (tradução livre).

Além disso, as emissoras públicas devem prover uma extensa grade de programação, que compreenda informação, cultura, conhecimento, entretenimento e esportes; contribuir para o debate democrático na sociedade francesa, bem como para a inclusão social; assegurar a promoção do idioma francês e refletir a diversidade da herança cultural nas dimensões regionais e locais; contribuir para o desenvolvimento e para a



difusão das idéias e das artes; e difundir o conhecimento cívico, econômico, social e científico e da literatura. Há, ainda, obrigações de garantir acesso aos programas a deficientes auditivos; promover um jornalismo independente e plural; e participar das políticas externas para o audiovisual e contribuir para a difusão do idioma e da cultura franceses no exterior.

O objetivo primário do CSA está descrito no art. 1º da *Lei Leótyard*, e consiste em garantir “natureza plural” da expressão de idéias e opiniões. O art. 13 ainda determina que o CSA assegure que a expressão plural seja observada pelas companhias nacionais, particularmente nos programas de cunho político. Para a *Réseau France outre-mer*, a Lei de 1986 atribui a responsabilidade sobre a “promoção do idioma francês bem como das línguas e culturas locais” (art. 44).

Com o fim do monopólio estatal, foi atribuída à *France 3*, por meio do decreto ministerial nº 717 de 1987, a missão de contribuir para a expressão dos dialetos locais falados no território francês. Para alcançar esse objetivo, são formuladas políticas de descentralização da programação e transmissão semanais de programas em línguas locais com mais de duas horas de duração.

A publicidade foi introduzida na televisão pública francesa em 1968 e hoje é regulamentada tanto pela Diretiva da União Européia *Television Without Frontiers*, quanto pela Lei de 1º de Agosto de 2000. Inicialmente, a permissão limitava-se a dois minutos por dia. Progressivamente, até a década de 1990, adquiriu mais espaço, seu tempo máximo de veiculação chegou a ser igualado ao da televisão comercial e passou a gerar mais receitas. A partir de 2000 passou novamente a sofrer limitações, como consequência do apelo de um movimento que pregava sua exclusão por entender que contaminava de interesses econômicos a radiodifusão pública (OPEN SOCIETY INSTITUTE, 2005). Assim, a taxa de licença audiovisual (ver próximo item) foi progressivamente aumentada e, hoje, a exibição de propaganda na televisão pública pode chegar a oito minutos por hora, contra doze minutos na radiodifusão privada (art. 15, Lei de 1º de agosto de 2000). As proibições de veiculação de propaganda de cigarro, álcool, remédios, armas brancas e armas de fogo seguem a Diretiva TWF. O *Canal do Parlamento* e o *Canal de Arte* estão impedidos de veicular qualquer tipo de publicidade.

A *Lei Leótar* estende às prestadoras de cabo e satélite obrigações de inclusão de quotas de programação europeia e francesa (filmes e outras produções audiovisuais), previstas nas Diretivas da União Europeia. Também determina o francês como idioma oficial de todas as transmissões, estabelecendo um rol de exceções – que sempre devem trazer algum tipo de legenda. Em relação à proteção das minorias – aí compreendidos também crianças e jovens -, é vedada a distribuição de programação que possa prejudicar o desenvolvimento físico, moral e intelectual, salvo em horário de programação adulta (após as 22h30) e identificados com a simbologia visual própria durante toda a sua exibição.

#### **4. Fontes públicas de financiamento**

A televisão pública possui duas grandes fontes: a taxa de licença audiovisual anual (*redevance audiovisuelle*) e receitas de publicidade. Além disso, eventualmente pode receber subsídios estatais especiais e dotações para atingir metas específicas. Esta taxa corresponde a 116 euros (R\$ 317) e é paga por domicílio, independentemente do número de aparelhos de televisão. No caso de estabelecimentos comerciais, estabelecimentos públicos e hotéis, há diferenciação nas regras conforme o número de televisores. Estão isentos do pagamento da taxa cidadãos com mais de 65 anos e domicílios de baixa renda (OPEN SOCIETY INSTITUTE, 2005). A arrecadação da taxa de licença atinge cerca de 2 bilhões de Euros (R\$ 5,3 bilhões) por ano e cobre 75% do financiamento das emissoras rádio e televisão públicas.

Em 2000, foram firmados entre o governo e os canais de radiodifusão pública instrumentos conhecidos como contratos plurianuais, também chamados de "contratos de objetivos e meios". Por meio deles, o governo francês estabelece uma sistemática de repasse de recursos por um período de três a cinco anos, de acordo com as metas exigidas de cada canal. (OPEN SOCIETY INSTITUTE, 2005). A partir do estabelecimento dos contratos plurianuais e das restrições ao tempo de veiculação da publicidade, a partir da promulgação da Lei de 2000, o percentual das receitas da televisão pública advindas dessa fonte caiu de quase 40% em 1998 para menos de 30% em 2004.

O *Centre National de la Cinématographie* (CNC) também desenvolve projetos de fomento ao audiovisual no que se refere a filmes de curta metragem e documentários,

dentre outras funções como participação na formulação de instrumentos normativos, implementação de políticas e atuação como órgão consultivo do Ministério da Cultura e Comunicação.

## **5. Regras de *must carry***

As obrigações de *must carry* são impostas apenas às prestadoras de cabo e de DTH que sirvam a um significativo número de assinantes que utilizam o serviço como principal meio de acesso à televisão aberta. Tais prestadoras devem distribuir a seus assinantes:

- Todas as transmissões analógicas dos canais *France 2, France 3, France 5 e Arte*.
- A programação da *TV5*;
- As transmissões analógicas do *Réseau France outre-mer* dirigidas especificamente ao público da França;
- Todas as transmissões e os serviços interativos do Canal do Parlamento (*La Chaîne parlementaire*).

As prestadoras de TV a cabo também deverão carregar a programação dos canais locais e dos canais locais de cabo.

## **6. Alternativas ao *must carry***

Todas as emissoras de televisão nacionais devem disponibilizar gratuitamente (*must offer*) seus programas à *Réseau France outre-mer*. A *Réseau France outre-mer* deve disponibilizar seus programas gratuitamente (*must offer*) às emissoras da *France Télévisions (France 2, France 3 e France 5)* e à *Radio France*.

## **Holanda**

### **1. Regulação do setor de TV por Assinatura**

A Holanda possui um sistema de radiodifusão pública (no início, apenas de rádio) desde a década de 1920. A programação é compartilhada por associações que representam interesses de grupos sociais, religiosos ou de ideais bem claros, o que torna este sistema único. Há sete grandes associações: a NCRV (protestante), a VARA (social-democrata), a KRO (católica), a VPRO (progressista), a EO (protestante), a AVRO e a TROS (independentes). Essas são responsáveis por prover uma programação variada que inclua informação, artes, educação e entretenimento. Todas elas integram o *Sistema Holandês de Radiodifusão* (NOS) e a *Fundação para a Programação* - inserida neste sistema - e partilham tempo para transmissão de sua programação nos três canais públicos holandeses: Holanda 1, 2 e 3. A Fundação está encarregada de difundir, pela televisão, as artes, os programas infantis e das minorias étnicas. As Igrejas, as organizações civis e religiosas, os partidos políticos, as agências governamentais e as TVs educativas têm um espaço reservado para veicular alguns de seus programas.

Essas associações atuam em três emissoras nacionais públicas de televisão e cinco de rádio. Em cada província há uma emissora regional de rádio, e, em algumas, emissoras regionais de televisão. Algumas emissoras regionais são *Radio-TV Noord Holand*, *Radio-TV Oost*, *Radio-Tv Rijnmond*, *TV Noord*, e *Westlandse Omroep Stichting*. Se a NOS agrega a televisão pública na esfera nacional, a Federação Holandesa de Radiodifusão Pública Local (OLON) integra as televisões e rádios comunitárias.

Já a radiodifusão privada iniciou suas transmissões na Holanda em 1992. As principais emissoras comerciais que transmitem programação no idioma nacional são *RTL 4* e *5* (que transmite também para Luxemburgo), *Veronica*, *SBS6*, *TV 10* e *Fábrica de Música*.

A principal lei que regula o setor é o *Media Act*, promulgado em 1988 e que sofreu a última alteração em 2005. Suas disposições transformaram a NOS, anteriormente pública, em uma Fundação privada, como parte de uma política global do governo de privatização e desregulação da economia. O *Media Act* é regulamentado por outro instrumento

importante: o Decreto de Mídia. Além deles, o *Netherlands Competition Act*, de 1997, e o *Telecommunications Act*, de 1999, representam importantes instrumentos normativos para o setor.

A principal autoridade reguladora de mídia holandesa é o *Comisariaat voor de Media*, que fiscaliza e implementa as regras contidas no *Media Act* e no Decreto de Mídia. O *Advestising Code Foundation* é o órgão responsável pelas regras de publicidade. Há, ainda, dois outros órgãos diretamente relacionados com a regulação desse setor: o *Independent Post and Telecommunications Authority*, responsável pela infra-estrutura de telecomunicações, e a *Netherlands Competition Authority*, órgão de defesa da concorrência.

## **2. Mercado de TV por Assinatura**

O mercado de TV por assinatura holandês é marcado por uma ampla rede de cabo que alcança quase a totalidade dos domicílios, distribuindo canais holandeses, belgas, alemães, franceses, ingleses e norte-americanos, dentre outros. Os canais públicos nacionais cessaram completamente a transmissão analógica em 2006, e, até a metade do ano de 2007, apenas 50 (cinquenta) mil domicílios ainda recebiam programação no formato analógico das emissoras de radiodifusão ou dos canais distribuídos mediante assinatura.

Para alguns analistas, o grande sucesso dos serviços de programação via cabo limitou significativamente o desenvolvimento dos mercados de televisão via satélite e da televisão digital terrestre. A oferta do *triple play* (TV por assinatura, internet e telefonia) também obteve bastante sucesso no país e impulsionou a expansão do serviço de TV a Cabo – no final de 2007, 40% dos lares holandeses recebiam os três serviços de um mesmo prestador (BHARAT BOOK, 2007; PAUL BUDDE COMMUNICATIONS PTY, 2007).

## **3. Princípios da programação**

A liberdade de expressão é um dos pilares do sistema democrático holandês. No que respeita à radiodifusão e à imprensa, há uma preocupação das políticas governamentais em manter a independência e a pluralidade. O *Media Act* é explícito ao afirmar que os as emissoras de radiodifusão têm liberdade para determinar sua programação e o Estado não

deve exercer qualquer influência especialmente sobre o seu conteúdo. O documento determina, ainda, que o Estado tem a obrigação de criar as condições necessárias para que toda a mídia cumpra seu papel essencial de manter o público adequadamente informado. A seção 13c do *Media Act* estabelece particularmente as tarefas da radiodifusão pública:

- Prover uma variada gama de programação de alta qualidade em nível nacional, regional e local nos campos de informação, cultura, educação e lazer, transmitindo-a ou colaborando para sua transmissão nas redes abertas;
- Desenvolver todas as atividades necessárias para prover o serviço de programação e transmissão; e
- Produzir e transmitir programação direcionada ao público holandês residente fora da Holanda.

A publicidade na televisão pública está restrita a um máximo de 10% do tempo total de programação e está vedada a publicidade que interrompa um programa. Para a televisão comercial, o *Media Act* determina um tempo máximo de 15%, respeitando o limite de doze minutos por hora. Além das provisões das diretivas da União Européia, o *Media Act* impõe aos canais públicos a obrigação de veicular ao menos a metade de sua programação no idioma holandês (seção 54).

#### **4. Fontes públicas de financiamento**

O *Ministry of Education, Culture and Science* dispõe de programas de financiamento para a indústria do audiovisual. Já a radiodifusão pública é financiada especialmente pelas licenças de rádio e televisão, pela publicidade no rádio e por destinações vindas diretamente do governo holandês. A *licence fee*, taxa paga por todos os domicílios holandeses com televisão, foi abolida em 2000.

A OLON também arrecada verba para subsidiar a televisão comunitária, constituída por anuidade paga por seus membros e por outros projetos. Cada membro contribui com 376 euros (R\$ 945) por cada mil habitantes de sua área de atuação. Em 2007, essas anuidades somaram 175 mil euros (R\$ 440 mil). As receitas resultantes de outros projetos

somaram 300 mil euros (R\$ 750 mil) e provêm, sobretudo, de contratos coletivos de direitos autorais, *workshops*, festivais de música e distribuição de CDs de música.

## **5. Regras de *must carry***

O *Media Act*, em sua seção 82i, impõe obrigações de *must carry* a todos os prestadores de televisão paga através do cabo. Um pacote básico a ser transmitido foi incluído naquela legislação em 1997, determinando a transmissão da programação de, ao menos, 15 (quinze) canais televisivos e 25 (vinte e cinco) canais de rádio, incluindo os da lista seguinte:

- A programação das três emissoras de televisão nacionais públicas e das cinco emissoras de rádio nacionais públicas;
- Os canais regionais públicos – de rádio e televisão – da província em que o prestador esteja operando;
- O canal local público – de rádio e de televisão – do município em que o prestador esteja operando;
- A programação dos dois canais de televisão nacionais públicos da Bélgica que transmitem programação em holandês; e
- A programação de duas rádios nacionais públicas belgas que transmitam programação em holandês.

## **6. Alternativas ao *must carry***

Não foram constatadas, em lei, regras alternativas ao *must carry*.

## Índia

### **1. Regulação do setor de TV por Assinatura**

Em 1994, o governo indiano anunciou a sua *Política Nacional de Telecomunicações*, que admitia e estimulava, ainda de forma inicial, os investimentos privados no setor. Como os investimentos foram menores que o esperado, em 1999 foi divulgada a *Nova Política de Telecomunicações* (OECD, 2007). Ambas encaixavam-se em uma mudança significativa do mercado indiano, que passaria a conjugar, cada vez mais, investimentos privados e regulação na expectativa de expansão dos serviços.

A *Telecommunications Regulatory Authority of India* (TRAI) foi estabelecida em 1997, sendo que suas competências foram ampliadas por uma alteração no *TRAI Act de 2000*. No ano seguinte o governo indiano colocou em discussão o *Communications Convergence Bill*, visando “*promover, facilitar e desenvolver, de forma ordenada, a distribuição e a produção de conteúdos de comunicações (incluindo radiodifusão, telecomunicações e multimídia)*” (tradução livre) e que revogaria boa parte da legislação relativa às telecomunicações, dentre a qual os documentos relativos à constituição da TRAI e o *Cable Television Networks (Regulation) Act de 1995*. Até o fechamento desta pesquisa, contudo, esses documentos e os demais continuavam vigendo.

Com base no *TRAI Act de 2000*, o Parlamento indiano reconheceu aquele órgão como o responsável por regular a indústria de radiodifusão nacional, aí incluído o mercado de TV por Assinatura. Esse entendimento foi reafirmado em janeiro de 2008, quando a Suprema Corte rechaçou pleito da emissora *Star India*, que questionou a autoridade da Alta Corte para confirmar o ato do Parlamento. A decisão recebeu o apoio da *MSO Alliance*, entidade que reúne as prestadoras de TV por Assinatura do país (INDIANTELEVISION, 2008). O *Ministry of Information & Broadcasting* é o órgão responsável pela regulação do conteúdo da televisão.

### **2. Mercado de TV por Assinatura**

Cerca de 74 milhões de domicílios – o que equivale a um índice de mais de 60% de densidade dos serviços -, nos quais residem 6,72% dos cerca de 1,1 bilhão de habitantes do país, recebem programação distribuída por prestadoras de TV por Assinatura na Índia.



Desses, aproximadamente 71 milhões são usuários da TV a Cabo, ao passo que três milhões utilizam serviços via satélite, tecnologia que passou a ser utilizada no país a partir de 2005. O mercado de DTH tem sido apontado como em expansão e é capitaneado por duas empresas – *Tata Sky*, empresa do conglomerado *Tata* e da *Newscorp*, e *DishTV*, do grupo *Zee*. No mercado de TV a Cabo, as principais empresas são *Siticable* (do mesmo grupo da *DishTV*), *InCableNet* e *Hathway*. As prestadoras oferecem, ao todo, cerca de 220 canais. O IPTV é um mercado embrionário e estima-se que, até 2010, deva ter cerca de um milhão de assinantes – crescimento, portanto, em ritmo mais lento que o observado no caso do DTH (FREESTONE, 2007). De acordo com estudo da *Media Partners Asia* (INDIANTELEVISION, 2006), a TV por Assinatura no país deve se tornar a que gera maior receita em todo o continente, alcançando, em 2015, a cifra de US\$ 10,5 bilhões (pouco mais de R\$ 18,3 bilhões).

Uma barreira que limita o avanço do serviço no país é o número de residências com aparelhos de televisão – 120 milhões (TRAI, 2007). Mesmo assim, esse índice tem crescido com regularidade: de 1996 a 2002 o percentual total dos lares indianos com aparelho de televisão aumentou de 36% para 39%. Para Cocq e Lévy (2006), outras barreiras são limitações a investimentos estrangeiros, impostos sobre lucros, cobrança de valores altos pelas outorgas e pirataria.

O órgão regulador tem empreendido ações no sentido de aumentar a densidade da TV por Assinatura. Em dezembro de 2006, áreas específicas de algumas das maiores cidades do país – Bombaim, Calcutá e Deli – juntaram-se à cidade de Chennai, na costa leste do país, como zonas experimentais do programa de *Conditional Access System*. Nessas áreas, o serviço de TV a Cabo é oferecido a preços mais baixos, cujo teto é estabelecido pela TRAI, que, para isso, regula as tarifas para recepção de canais distribuídos por meio de radiofrequência; o preço máximo por canal a ser cobrado pelas prestadoras de TV a Cabo; a venda de *set-top boxes*; e os valores cobrados em contratos de interconexão. Nessas áreas, por exemplo, a prestadora pode cobrar do assinante um valor máximo de cinco rúpias (R\$0,22) por canal e o aluguel de um *set-top box* pode custar entre 30 e 45 rúpias mensais (R\$ 1,32 e R\$ 1,98) (TRAI, 2007).

O Estado desempenha, ainda, outro papel importante no âmbito da comunicação de massa. A *Prasar Bharati (Broadcasting Corporation of India)*, responsável pelos canais

públicos *Doordarshan*, opera emissoras nacionais e regionais, além de canais segmentados voltados a esportes, jornalismo, entretenimento, cultura e idioma regionais e outro com foco no mercado internacional. Até 2003, a radiodifusão era explorada em regime de monopólio pelo grupo por meio de seis canais. Além disso, o grupo *Doordarshan* distribui gratuitamente esses canais via satélite, por meio de um serviço gratuito denominado *DD Direct*.

### 3. Princípios da programação

As leis indianas relativas à radiodifusão estavam sendo rediscutidas até a conclusão deste estudo. Até agosto de 2007, o *Ministry of Information & Broadcasting* disponibilizou em seu *site*, para consulta pública, uma versão de uma *Broadcasting Bill*. Em fevereiro de 2008, em resposta à demanda da Suprema Corte, o titular daquele ministério confirmou que pretende colocar logo em discussão a “*Broadcasting Regulation Bill and Content Code*”.

Alguns princípios da programação estão mencionados no documento *The Prasar Bharati (Broadcasting Corporation of India) Act* de 1990, que deu novo formato à radiodifusão pública no país. De acordo com a seção 7(2) do ato, a corporação deve defender a união e a integridade do país e os valores apresentados na Constituição; salvaguardar o direito dos cidadãos de receber informações gratuitas, confiáveis e objetivas; atentar para os campos da educação, agricultura, desenvolvimento rural, meio ambiente, saúde, família, ciência e tecnologia; estimular e divulgar diferentes culturas; prover cobertura adequada de eventos esportivos para estimular a competição sadia e o *fair play*; promover a justiça social e o combate à exploração e à desigualdade; salvaguardar os direitos dos trabalhadores; proteger crianças, cegos, portadores de necessidades especiais e outras parcelas da população; promover a integração nacional; e estimular a pesquisa e o desenvolvimento.

Como reflexo de um crescente mercado de produção de conteúdo nacional, em 2003 os dez programas com maior audiência da televisão eram indianos: um programa esportivo, duas séries, seis filmes e um especial (COCQ; LÉVY, 2006).

#### 4. Fontes públicas de financiamento

A indústria cinematográfica indiana é uma das maiores do mundo. O cinema hindi, também chamado de *Bollywood* – misto de Bombaim e Hollywood –, é um dos mais populares, porém há, no país, também, outras escolas regionais.

Três instituições governamentais desempenham importante papel no âmbito do cinema indiano. Criado em 1960 pelo governo indiano, o *Film and Television Institute of India* instalou-se em área antes ocupada pela companhia cinematográfica *Prabhat*. Nos estúdios remanescentes dessa empresa, são ministrados cursos para alunos de diversas localidades. Em 1974 o instituto começou a dedicar-se, também, a produções para a televisão.

Um ano depois, foi criada a empresa estatal *National Film Development Corporation Ltd.*, que sucedeu a *Film Finance Corporation*. Trata-se da agência central de fomento à indústria cinematográfica, que, ao longo de mais de três décadas, apoiou e produziu diretamente, segundo números oficiais, mais de trezentas obras em diferentes idiomas. Atualmente a empresa atua, também, na área de exportação de filmes e assessoria técnica.

Em 1995, o governo indiano criou o *Satyajit Ray Film & Television Institute*, uma instituição acadêmica autônoma ligada ao *Ministry of Information and Broadcasting*. Localizado em Calcutá, o instituto oferece cursos de pós-graduação em cinema e televisão e planeja futuramente financiar projetos audiovisuais. Além dessas organizações, alguns estados também mantêm instituições de fomento ao cinema local.

Depois da criação dessas organizações, a produção indiana aumentou consideravelmente. De acordo com Cocq e Lévy (2006), em 1970 a Índia produziu 397 filmes e, em 2002, 1200 - uma variação de 202%. Na mesma época, a título de comparação, a produção dos Estados Unidos subiu de 231 filmes para 543, variando 135%. O número de filmes produzido por milhão de habitantes na Índia subiu de 0,88 em 2000 para 1,19 em 2002. Os investimentos, porém, caíram no início do milênio: de 519,6 milhões de euros em 2000 (R\$1,3 bilhão) para 481,6 milhões (R\$1,23 bilhão) em 2003. Os autores chamam a atenção tanto para programas de redução fiscal para atuação no setor, quanto para barreiras à produção cinematográfica, como taxa alta, custos fixos altos (como o pagamento por eletricidade), pirataria, dependência de autorização governamental, taxa diferenciada a

depende da origem do filme, dificuldades para a remessa de lucros para o exterior e existência, em outros países da região, de cotas para exibição de filmes nacionais no cinema. Mesmo com esses impedimentos, a iniciativa privada tem custeado grande parte dos filmes indianos.

O Estado atua, ainda, no financiamento da radiodifusão e da TV por Assinatura, por meio dos canais e da prestadora do grupo *Doordarshan*. Também nesses setores há presença intensa da iniciativa privada, inclusive na exportação de programas. Nesse segmento, a Nimbus Company faturou, em 2000, cerca de 65 milhões de rúpias (R\$ 2,9 milhões) (COCQ; LÉVY, 2006).

## 5. Regras de *must carry*

Cinco anos depois de promulgada a primeira versão do ato, o *Cable Television Networks (Regulation) Amendment Act* de 2000, em seu artigo 8º, estabeleceu que toda operadora deve distribuir, pelo menos, dois canais *Doordarshan* e um canal regional, sendo que os primeiros não podem sofrer qualquer inserção ou alteração por parte da prestadora. Além disso, a *Prasar Bharati* pode determinar quais canais serão distribuídos pelas prestadoras, como eles serão por ela recebidos e diretrizes a respeito de sua disponibilidade para o público.

Por meio de outra alteração na legislação, foram criados novos dispositivos relativos ao *must carry* em 2002. De acordo com a nova seção 4A do documento, o governo pode determinar, em nome do interesse público, que as prestadoras de TV a Cabo distribuam obrigatoriamente novos canais pagos; que emissoras de radiodifusão sejam incluídas no pacote básico; que esses canais distribuam uma programação com características específicas, como, por exemplo, cultural, informativa ou com foco no entretenimento; e que o pacote básico atenda a determinações específicas relativas à finalidade dos canais distribuídos. Além disso, o documento estabeleceu, nessa mesma seção, dispositivos necessários à implementação do “*Conditional Access System*”. Com base nessas mudanças, o governo central, em novembro de 2007, incluiu a obrigatoriedade de distribuição dos canais *Lok Sabha Television Channel* e *DD Rajya Sabha Channel*, operados pelo Parlamento indiano.

Em 2005, a TRAI lançou ampla consulta pública sobre a digitalização das redes de TV a Cabo e lembrou que o *must carry* estava diretamente relacionado a esse projeto, já que as novas tecnologias aumentariam a capacidade de distribuição das operadoras. Além disso, o órgão regulador frisou, que as prestadoras de DTH, de acordo com a cláusula 7.6 de sua licença, devem prover acesso a um conteúdo variado e de forma não discriminatória. Antes, a TRAI já havia sugerido dispositivos referentes à cláusula 31 da *Convergence Bill*, segundo a qual eventos de interesse público ocorridos na Índia também deveriam ser distribuídos obrigatoriamente.

## **6. Alternativas ao *must carry***

Não foram constatadas, em lei, regras alternativas ao *must carry*.

## **Japão**

### **1. Regulação do setor de TV por Assinatura**

No fim da década de 1990 e início do atual milênio, a Administração Pública japonesa passou por uma ampla reforma, baseada na então recém-promulgada *Basic Law on the Administrative Reform of the Central Government (Chuo Shocho Kaikaku Kihonho)*. As mudanças incluíram alterações na configuração de ministérios e no escalão superior do governo, como, por exemplo, a criação do *Ministério da Administração Pública, do Interior, dos Correios e Telecomunicações*, a partir da fusão de três outros órgãos. A partir de 2004 a nova organização começou a ser chamada de *Ministério das Relações Interiores e das Comunicações (Ministry of Internal Affairs and Communications)*, responsável pelo setor de TV por Assinatura.

Esquemáticamente o setor tem sido dividido, nos documentos oficiais do governo, em três serviços: radiodifusão terrestre, distribuição por satélite e TV a Cabo. A Lei de Radiodifusão, de número 132, data de 1950, tendo sido posteriormente modificada. O mesmo ocorreu com a Lei do Cabo, de número 114, promulgada em 1972.

### **2. Mercado de TV por Assinatura**

Dos três serviços, a radiodifusão terrestre é a mais antiga. Em 1953 entraram em funcionamento a emissora pública de televisão, NHK, e o canal comercial *Nippon Television Network Corporation*. A prestação de TV a Cabo, a exemplo do que ocorreu em outros países, iniciou-se como forma de distribuição dos canais de radiodifusão em áreas não atingidas pelos sinais. Com a redução da incidência de mecanismos reguladores no setor a partir de 1985, houve uma ampliação do serviço, as empresas passaram a incluir, nos pacotes, programação própria e surgiu um novo modelo de prestação, conhecido como de “tipo urbano” (KASUGA; SHISHIKURA; KONDO, 2007).

Outra razão para a expansão da TV por Assinatura no país foi a criação de regras mais flexíveis para investimentos estrangeiros nos chamados *Multisystems Operators*. Nesse cenário, as prestadoras norte-americanas *Jupiter Telecommunications* e *Titus Telecommunications*, depois fundidas na J-COM, cresceram e se tornaram um dos

principais prestadores do país, chegando à liderança no oferecimento de *triple play*, com mais de quatro milhões de assinantes do serviço de TV a Cabo, banda larga e telefonia fixa.

A partir da década de 1990, a digitalização promoveu importantes modificações na comunicação de massa eletrônica no país. O lançamento de dois novos satélites permitiu o aumento da oferta de canais via satélite. Em 2000, a distribuição de programação por TV a Cabo também passou a ser digital. Atualmente a radiodifusão terrestre encontra-se em processo de digitalização.

A digitalização refletiu-se na expansão dos serviços. Em 2004, os serviços de TV por Assinatura eram distribuídos a 9,3 milhões de domicílios, o que equivale a aproximadamente 20,4% da população do país (ABTA, 2007). O mercado de IPTV ainda é bem menos expressivo: em 2006, quatro operadores ofereciam o serviço para pouco menos de 200 mil assinantes (MIURA; KOBAYASHI, 2006).

Apesar da expansão na base de assinantes, houve uma pequena diminuição no número de prestadores de TV por Assinatura no país. Em 2004 havia 131 prestadores de serviços via satélite (três a menos que em 2003) e 548 de TV a Cabo (diminuição de 23), alguns dos quais oferecendo canais próprios. Nessa mesma época, havia 373 emissoras no Japão (aumento de onze em relação ao ano anterior), sendo que quatro canais encontravam-se disponíveis em pelo menos 90% dos lares do país (MINISTRY OF INTERNAL AFFAIRS, 2005).

O faturamento das principais empresas tem crescido. Em 2004, a NHK, mantida por uma taxa paga pela população, registrou um aumento de 0,8% de seu faturamento, totalizando 685,5 bilhões de ienes (R\$ 118,3 milhões). Prestadores de TV a Cabo registraram um aumento de 6,1% - 353,3 bilhões de ienes (R\$61 milhões) – e os de distribuição por satélite, 5,4% - 315,8 bilhões de ienes (R\$54,5 milhões) – no valor pago por assinaturas. Em 2003, a receita de todo o setor de tecnologias de informação e comunicação (TICs) no Japão chegou a 126 trilhões de ienes (R\$21,7 bilhões).

As atividades da NHK ultrapassam as barreiras da televisão e tornam-na uma das principais empresas de comunicação de massa no país. Em 2006 a NHK operava sete emissoras de radiodifusão, sendo dois canais analógicos e outros dois digitais de televisão (geral e educativo) e três emissoras de rádio. Além disso, oferecia seis canais via satélite, totalizando 37,51 milhões de assinantes em todos os serviços, sendo 12,54 milhões também

dos canais via satélite. Desde a década de 1970, o Estado japonês tem estimulado o acesso da NHK aos satélites, ao passo que as emissoras comerciais sofrem restrições para operar canais via satélite no mercado nacional (KWAK, 2007).

### **3. Princípios da programação**

Os princípios da programação estão entre os dispositivos da *Lei de Radiodifusão* que a *Lei do Cabo* estabelece como também aplicáveis a esse serviço. O artigo 1º daquele documento assegura que a radiodifusão é de interesse público; deve defender a liberdade de expressão, garantindo a imparcialidade e a autonomia das emissões; e deve contribuir para a construção da democracia, por meio da garantia de mecanismos de responsabilização das emissoras de radiodifusão.

O artigo 3-2 da *Lei de Radiodifusão* estabelece que a programação das emissoras não pode prejudicar a segurança pública e ofender a moral e os bons costumes; deve ser imparcial em temas relativos à política; não pode transmitir notícias que distorçam os fatos; e, no caso de assuntos controversos, deve apresentar distintos pontos de vista. São reconhecidas as finalidades cultural e educativa da televisão, cabendo às emissoras indicar o público a que destinam os programas educativos. Além disso, as emissoras devem transmitir programas com recursos especiais, que os tornem compreensíveis a deficientes visuais e auditivos.

Para atender a essas finalidades, estabelecem-se regras especiais em relação a NHK, que pode, por exemplo, solicitar licenças para prestação de TV a Cabo e investir diretamente em órgãos públicos que porventura possam auxiliá-la na transmissão de sua programação. Além disso, universidades como a *Open University of Japan*, antiga *University of the Air*, operam emissoras locais de rádio e de televisão com vistas à transmissão de aulas e programas educativos como instrumentos de ensino à distância.

### **4. Fontes públicas de financiamento**

Em 1968 foi criada a *Agência para Assuntos Culturais* a partir de uma fusão entre o *Bureau de Cultura do Ministério da Educação* e a *Comissão para a Proteção de*



*Propriedades Culturais*. A agência tem por objetivo promover a cultura japonesa e o intercâmbio cultural com outras nações.

O *Conselho das Artes Japonesas*, vinculado à agência, administra o *Fundo das Artes Japonesas*. Os recursos são mistos, prevalecendo, porém, os de origem estatal – cerca de 50 bilhões de ienes (R\$ 8,6 milhões) – sobre os da iniciativa privada – 10 bilhões de ienes (R\$ 1,7 milhão). Os recursos destinam-se ao fomento de diversos tipos de obras, dentre os quais filmes. Além desse fundo, outros instrumentos têm se somado ao financiamento de produções nacionais, como, por exemplo, a *Lei para a Promoção Cultural e das Artes*, promulgada em 2001.

Especificamente em relação à radiodifusão, as emissoras comerciais dispõem de recursos provenientes da publicidade e a NHK, de uma taxa paga pela sociedade.

## **5. Regras de *must carry***

De acordo com o artigo 13 da *Lei do Cabo*, as prestadoras desse serviço devem distribuir a programação das emissoras de radiodifusão, simultaneamente e sem qualquer alteração, nas áreas sujeitas a interferências, conforme julgamento do Ministério das Relações Exteriores e das Comunicações.

## **6. Alternativas ao *must carry***

Nas áreas onde não houver problemas técnicos, a distribuição das emissoras de radiodifusão fica sujeita ao consentimento dessas e, conforme o artigo 16 da *Lei do Cabo*, a prestadora de TV a Cabo não pode se recusar a distribuir o sinal das emissoras de radiodifusão que o solicitarem, a menos que haja uma justificativa plausível. Quando houver divergência sobre a distribuição dos sinais das emissoras, o ministério pode ser acionado para proceder à arbitragem.

## México

### **1. Regulação do setor de TV por Assinatura**

Os serviços de TV por Assinatura são regidos pelo *Reglamento de Servicio de Televisión y e Audio Restringido*, atualizado em 17 de agosto de 2007, que se reporta a *Ley Federal de Telecomunicaciones* de 1995, modificada até 2006, e, principalmente no que se relaciona à programação, a *Ley Federal de Radio y Televisión* de 1960, atualizada em 2006. De acordo com o artigo 2º do regulamento, o serviço de televisão restringido é o oferecimento de programação contínua mediante um pagamento periódico e pode ser prestado na forma terrestre, por meio de redes de cabos ou antenas transmissoras terrestres, ou via satélite.

Ambos os serviços são regulados pela *Comisión Federal de Telecomunicaciones* (Cofetel), órgão com autonomia técnica, financeira e administrativa em relação à *Secretaría de Comunicaciones e Transportes* (SCT), cujas atribuições constam do artigo 9-A da *Ley Federal de Telecomunicaciones*. Dentre elas estão a expedição de normas e regulamentos; a realização de estudos; a manifestação quanto às outorgas para exploração de serviços; a coordenação de licitações para uso de satélites; e a proposição, a SCT, de sanções dos agentes regulados, dentre outras.

Diversos órgãos têm responsabilidades relativas à programação dos meios de comunicação de massa. Competem a *Secretaría de Educación Pública* e a *Secretaría de Salubridad y Asistencia*, por exemplo, dentre outras funções, respectivamente promover a transmissão de programas educativos e autorizar a publicidade de produtos médicos, bebidas e cosméticos.

### **2. Mercado de TV por Assinatura**

De acordo com a Cofetel, em setembro de 2007 o *Serviço de Televisão e Audio Restringido* tinha cerca de 6,24 milhões de assinantes, o que equivale a pouco menos de 6% da população e a um crescimento de 7,7% em relação a setembro de 2006. O crescimento contínuo do serviço ocorre após um período de crise durante a década de 1990, quando

chegou a diminuir o número de assinantes. Em setembro de 2007, 4,1 milhões assinantes eram atendidos por prestadoras de TV a Cabo, o que significa um crescimento de 8,9% em relação a setembro de 2006; 1,42 milhão recebia pacotes de operadoras de DTH, expondo um crescimento de 7,3% em relação ao ano anterior; e 727 mil assinavam serviços de MMDS, número que cresceu 1,9% no mesmo período. Atualmente o México é um dos países com maior número de assinantes de prestadoras de MMDS do mundo (COFETEL, 2007).

O país é um dos pioneiros no que se refere à TV por Assinatura. A TV a Cabo começou a ser explorada em 1954, mas sua expansão ampliou-se a partir de 1970, quando já havia, no país, seis sistemas com um total de 2,5 mil assinantes. Em 1984, o governo mexicano outorgou a primeira concessão para exploração do MMDS para a *MVS Multivisión*, que, por razões técnicas, iniciou a prestação em 1989, constituindo-se na primeira empresa a operá-lo na América Latina. Em 1994, a principal emissora de radiodifusão mexicana, *Televisa*, anunciou planos de prestar serviço de TV por Assinatura via satélite, tornado possível depois da aprovação da *Ley Federal de Telecomunicaciones* em 1995 (BARQUERA, 1998).

Em 2003, oito empresas detinham cerca de 70% do mercado de TV a Cabo e seis detinham 59% do mercado total de TV por Assinatura. Dessas, o grupo *Televisa* era acionista de duas – *Cablevisión*, em parceria com a *Telmex*, e *Sky* -, responsáveis por 29% do mercado (RUIZ, 2004). Apesar dos investimentos da *Televisa* no setor, estima-se que as empresas responsáveis por emissoras de televisão faturam, no México, menos de 15% que as de telefonia (AGUILAR, 2007).

### **3. Princípios da programação**

A *Ley Federal de Rádio y Televisión* estabelece, em seu artigo 5º, que esses meios de comunicação de massa têm a função de contribuir para a integração nacional e para o aprimoramento da convivência social, sendo, para isso, quatro os pilares da programação: a afirmação dos princípios da moral, da dignidade humana e da família; o combate a influências nocivas para crianças e adolescentes; o fortalecimento do “nível cultural” da

sociedade e a conservação do idioma, costumes, tradições e valores nacionais; e a ampliação das convicções democráticas, da unidade nacional e da cooperação internacional.

Essas mesmas atribuições aplicam-se à TV por Assinatura, de acordo com o *Reglamento de Servicio de Televisión y Áudio Restringido*, que adiciona à lista objetivos como a difusão dos valores artísticos nacionais e o desenvolvimento sustentável. Para atingi-los, estabelece que 80% de toda a programação diária deve ser distribuída em espanhol, incluindo, aí, programas dublados e legendados.

#### **4. Fontes públicas de financiamento**

O audiovisual mexicano é fomentado, em parte, pelo *Fondo de Inversión y Estímulos al Cine* (FIDECINE), cuja criação oficial deu-se em 1999, por meio de alteração na *Ley Federal de Cinematografía*, somente sendo constituído em agosto de 2001. O fundo é mantido com verbas oriundas diretamente do governo federal, dos setores público e privado, de doações, de direitos autorais e outras fontes. Para ser elegível para o fomento, a obra deverá ter sido realizada por pessoas ou empresas mexicanas ou ser fruto de convênios internacionais de co-produção firmados pelo governo mexicano. Além disso, a promoção da cultura nacional é um dos objetivos do *Consejo Nacional para la Cultura y las Artes*.

O setor é financiado, ainda, por publicidade, porém há restrições nesse sentido no que se refere à TV por Assinatura. Para que os canais possam incluir publicidade, 7% da programação diária das prestadoras de MMDS e TV a Cabo e 8% da programação das prestadoras de DTH deve ser de origem nacional, excluídos programas locais e aqueles exibidos inicialmente por emissoras de radiodifusão. Além disso, as prestadoras de MMDS e TV a Cabo deverão distribuir programação local, pelo menos, durante uma hora por dia, excluída a nacional e a exibida por geradoras de radiodifusão.

Atendidos esses requisitos, as prestadoras poderão distribuir até três canais de televidas por pacote e até seis minutos de publicidade a cada hora em cada canal, excluída aquela constante das emissoras de radiodifusão. As prestadoras devem observar restrições, ainda, à publicidade de diversos tipos de produtos, como remédios não licenciados, tabaco, álcool, loterias, instituições de crédito e sorteios não autorizados pelo governo federal.

## 5. Regras de *must carry*

Durante décadas, até 2000, vigorou a obrigatoriedade de distribuição dos sinais de emissoras de radiodifusão por parte das prestadoras de TV por Assinatura, sem ônus para essas. Algumas emissoras chegavam a considerar o acordo vantajoso, já que lhes permitia alcançar uma área maior.

De acordo com o artigo 22 do *Reglamento de Servicio de Televisión y Audio Restringido*, as regras de *must carry* são variáveis em relação à capacidade da prestadora, que deve sempre distribuir:

- Um canal em pacotes que tenham entre 31 e 37 canais;
- Dois canais em pacotes que tenham de 38 a 45 canais;
- Três canais quando os pacotes oferecem entre 46 a 64 canais; e
- Um canal extra, a cada 32 adicionais, quando o pacote supera o limite de 64 canais.

A definição dos canais a serem obrigatoriamente distribuídos cabe a SCT, que poderá requerer, ainda, em pacotes com menos de 30 canais, a distribuição durante seis horas diárias de uma programação por ela escolhida. Cabe ao concessionário prestador do serviço prover equipamentos e instalações necessários à recepção e à distribuição, nas mesmas condições técnicas do restante do pacote, dos sinais dos canais previstos nas regras de *must carry*.

## 6. Alternativas ao *must carry*

Atualmente as regras de *must-carry* têm sido publicamente debatidas no país, principalmente depois que *Televisa* anunciou sua intenção de comprar a prestadora *Cablemás* em julho de 2007. Para autorizar a compra de 49% das ações da prestadora, a *Comisión Federal de Competencia* (CFC), responsável por combater infrações à ordem econômica, estabeleceu uma série de condições a serem cumpridas em até três meses.

Dentre essas, estão regras para o *must offer* e para o *must carry*: a *Televisa* é obrigada a vender a sua programação, em condições não discriminatórias, a todas as

prestadoras de TV por Assinatura no país que assim quiserem e as prestadoras do grupo e da *TVI* são obrigadas a distribuir, em condições não discriminatórias, a programação de todas as emissoras de radiodifusão que o desejarem. No caso de prestadoras de DTH, *Televisa* e *TVI* terão que distribuir os canais de radiodifusão que cubram, pelo menos, 30% do território nacional. Nesse caso, prevalece a regra de *carry one, carry all*, por meio da qual a prestadora, ao escolher as emissoras que distribuirá, não poderá excluir outras da mesma localidade.

## Noruega

### **1. Regulação do setor de TV por Assinatura**

A televisão e as telecomunicações em geral chegaram tardiamente a Noruega. As primeiras recepções no país foram da programação produzida pelos vizinhos Dinamarca e Suécia. Inicialmente, apenas moradores das regiões fronteiriças recebiam os sinais por antenas próprias. A partir da aquisição de antenas comunitárias, não levou muito tempo para que se iniciasse a instalação de redes de cabo, capazes de levar os sinais às regiões onde eles não podiam ser captados diretamente do ar.

Após alguns anos de transmissões de teste, em 1960 foi inaugurado oficialmente o canal NRK 1, da rede de televisão nacional pública norueguesa, a NRK. Em 1996, com a criação de mais um canal – o NRK 2 –, a produção norueguesa passou a representar 57% da programação exibida. Foi, também, neste ano, por determinação do *Broadcasting Act*, que a NRK deixou de ser fundação pública e transformou-se em companhia limitada, em que todos os dividendos reverterem para o Estado norueguês. Além dos canais da NRK, há outra emissora de radiodifusão – a TV2, cujo início de operações data de 1992 – que possui obrigações compatíveis com um serviço público quanto à sua programação, como exigências de exibição de, pelo menos, um telejornal diário e de que metade da programação, no mínimo, seja transmitida no idioma nacional. Essas obrigações estão vinculadas à sua missão de contribuir para a preservação do idioma, da cultura e da identidade da Noruega. (NORUEGA, 2008). Mesmo com essas obrigações, a TV2 é explorada pela iniciativa privada e financiada por receitas de publicidade.

A televisão paga na Noruega é regida pelo *Broadcasting Act (Kringkastingsloven)* de 1992, com alterações até 2005, regulamentos suplementares do *Ministry of Culture and Church Affairs* e acordos de licenciamento, celebrados entre o governo e as prestadoras do serviço. As cláusulas da Diretiva da UE “*Television without Frontiers*” estão incorporadas na lei e na regulamentação.

As competências relacionadas à regulação da televisão são divididas entre diversos órgãos. Especificamente em relação à mídia, a *Norwegian Media Authority (Medietilsynet)*, resultado da fusão entre a *Mass Media Authority*, a *Norwegian Media Ownership Authority*

e a *Norwegian Board of Film Classification*, é responsável pela regulamentação das emissoras locais, dos subsídios, do financiamento e da publicidade e divide atribuições com o *Department of Media Policy and Copyright*, ligado ao *Ministry of Culture and Church Affairs*. Esse ministério e o Parlamento determinam as obrigações relativas aos canais e à programação. Há, ainda, um órgão consultivo: o *The Norwegian Broadcasting Council*, encarregado de analisar e orientar o governo quanto ao cumprimento das finalidades da radiodifusão pública.

Além desses órgãos, o *The Norwegian Post and Telecommunications Authority* (NPT) desempenha atividades relacionadas à infra-estrutura de telecomunicações. O NPT é uma agência administrativa autônoma vinculada ao *Ministry of Transport and Communications*, com atribuições nas áreas de regulamentação das redes de telecomunicações e do plano de frequências, fiscalização, monitoramento do espectro e do mercado de telecomunicações. Esse órgão arrecada e administra suas próprias receitas, que provêm de licenças e outras taxas administrativas.

## **2. Mercado de TV por Assinatura**

Há, no país, cerca de 1,6 milhão de assinantes de televisão paga, o que representa 75% dos domicílios com televisão. Cerca de 900 mil desses assistem à televisão a cabo, e 700 mil, por DTH. O mercado de distribuição de TV a cabo na Noruega é dividido principalmente entre a *Canal Digital Kabel TV* (CDK) e a UPC, que atendem a 80% dos assinantes dessa tecnologia. A principal prestadora de televisão via satélite é a Canal Digital, que está sediada no país e é, portanto, regulada pela *Norwegian Media Authority* e pelo *The Norwegian Post and Telecommunications*. Sua principal concorrente, no entanto, é a inglesa *Viasat*, baseada no Reino Unido. A atuação da *Viasat* na Noruega está garantida pelo art. 4º da Diretiva da UE *Television Without Frontiers* (TWF). A prestação de seus serviços no país gerou, em 2004, uma receita de 565 milhões de euros (R\$ 1.5 bilhão) (NPT, 2006; THE NORWEGIAN BROADCASTING CORPORATION, 2007).



### 3. Princípios da programação

A NRK ocupa um capítulo específico no *Broadcasting Act*, que determina sua responsabilidade de conduzir a radiodifusão pública norueguesa e engajar-se em todas as atividades que tenham relação com a radiodifusão. Essas atividades encontram desdobramento no próprio estatuto da companhia. No desempenho de suas atividades, a NRK deve:

- Promover a liberdade de expressão e informação, os valores da democracia, os direitos humanos e os valores humanos fundamentais. Sua programação deve ser caracterizada pela imparcialidade, diversidade, objetividade e concentração no essencial;
- Apoiar a democracia, privilegiando a diversidade no jornalismo, no relato de fatos, em comentários e debates sobre questões sociais, incluindo as minorias;
- Apoiar, criar e desenvolver a cultura, a arte e o entretenimento na Noruega;
- Produzir e transmitir programação de alta qualidade para jovens e crianças;
- Promover o uso e o respeito ao idioma norueguês; e
- Cooperar para a salvaguarda e o desenvolvimento da cultura e do idioma Sámi.

O *Broadcasting Act* e os regulamentos contêm as diretrizes da UE quanto à veiculação de publicidade e financiamento. Adicionalmente, determina que a publicidade comercial deve sempre ser transmitida em bloco entre os programas e que deve ser veiculada em norueguês ou no mesmo idioma da programação transmitida. Estão proibidas as propagandas religiosas e políticas, bem como as de armas de fogo ou armas de brinquedo. Em alguns feriados, que somam quatro dias no ano, não é permitido veicular qualquer tipo de publicidade. Para os canais da NRK, também está vedada a veiculação de publicidade.

Historicamente, a NRK sempre esteve vinculada ao preenchimento de três finalidades: prover um serviço universal, apresentar uma programação diversificada e equilibrada e atender aos interesses nacionais. Para obter esse alcance, a NRK deve, por exemplo, garantir que metade do tempo da programação que transmite seja de origem

norueguesa. A obrigação de manter a diversidade, no entanto, é que tem suscitado mais debates recentemente. As orientações das políticas de mídia visam a diferenciar a programação da NRK daquela oferecida pelos canais privados, centrando sua responsabilidade em gêneros especiais: noticiários, assuntos da atualidade, documentários, programação cultural, religiosa, educativa e aquela que reflita a identidade e vida norueguesas.

De acordo com Syversten e Karlsen (2000), a NRK sempre foi dotada de grande autonomia editorial e operacional. Após sua transformação em companhia limitada, os deveres decorrentes de sua natureza pública passaram a ser cada vez mais explicitados em documentos que oficializam as políticas de mídia.

#### **4. Fontes públicas de financiamento**

No âmbito do fomento ao setor de audiovisual, o *Ministry of Culture and Church Affairs* é o responsável pela política cultural, descentralizada regionalmente. O *The Norwegian Broadcasting Council*, órgão consultivo, participa de debates sobre as políticas de audiovisual na televisão pública norueguesa.

A Lei de Radiodifusão determina que a NRK deve ser financiada pela “*licence fee*”, uma taxa paga por todos os que possuem aparelho televisor, sendo vedado o recebimento de verbas oriundas da publicidade. O valor da taxa é anualmente revisado pelo Parlamento do país e, em 2007, foi de 270 euros por domicílio (R\$ 684,00). Até 1994 a NRK contava, ainda, com receita provinda de um imposto especial (cerca de 15%) sobre os aparelhos de televisão. Desde 1948, é a própria NRK que arrecada a taxa de licenciamento (THE NORWEGIAN BROADCASTING CORPORATION, 2007).

Segundo uma pesquisa feita pela NRK em 2006 e publicada em seu site, 90% dos noruegueses acreditam que a televisão pública está atingindo sua finalidade e 67% acham que o valor despendido com a *licence fee* está sendo bem aplicado (THE NORWEGIAN BROADCASTING CORPORATION, 2007).

## **5. Regras de *must carry***

O *Broadcasting Act*, em seu capítulo 4, impõe a todos os prestadores de televisão a cabo a obrigação de carregar a seguinte programação:

- Os canais da televisão nacional pública norueguesa;
- A TV2;
- Os canais locais públicos.

## **6. Alternativas ao *must carry***

Não foram constatadas, em lei, regras alternativas ao *must carry*.

## **Portugal**

### **1. Regulação do setor de TV por Assinatura**

A regulação das comunicações em Portugal tem passado por intensas mudanças nos últimos anos. A Lei nº 7 de 1990 criou a *Alta Autoridade para a Comunicação Social* (AACS), cujas principais atribuições eram assegurar o direito à informação e à liberdade de imprensa; zelar pela independência da mídia e garantir o pluralismo; assegurar o cumprimento das finalidades a que se destina a radiodifusão; e garantir o exercício dos direitos de antena, de resposta e de réplica política. Essa organização foi extinta em fevereiro de 2006, quando tomou posse o Conselho Regulador da *Entidade Reguladora para a Comunicação Social* (ERC). As competências da AACS foram atribuídas a ERC, criada pela Lei nº 53 de 2005.

Desde janeiro de 2002, o então *Instituto das Comunicações de Portugal* (ICP) passou a se chamar *Autoridade Nacional de Comunicações* (Anacom). A mudança foi precedida de uma reforma no marco legal do país, que, dentre outras medidas, reuniu no Decreto-Lei nº 309 de 2001 um conjunto de atribuições dispostas em diferentes documentos. Além disso, foram modificadas normas relativas ao direito administrativo nacional, atribuídas novas competências às entidades reguladoras e, notadamente no setor de telecomunicações, deu-se seqüência ao processo de liberalização econômica, atendendo a diretrizes comuns a toda Europa. A Anacom atua em matérias relativas à regulação econômica do mercado, à sua fiscalização e à representação do país junto a órgãos internacionais.

Além das mudanças nas estruturas responsáveis pela regulação da TV por Assinatura, a regulamentação do setor também sofreu alterações substanciais nos últimos anos. Em 2003 foi promulgada a Lei nº 30 de 2003, que altera o modelo de financiamento da radiodifusão pública e a sua organização. No ano seguinte, passaram a vigor as *leis nº 5*, intitulada das “*Comunicações Eletrônicas*”, e a de nº 42, chamada “*de Arte Cinematográfica e do Audiovisual*”. Em 2007 foi publicada a nova *Lei da Televisão*, a qual também se submetem os prestadores de TV por Assinatura, já que televisão é definida, de forma abrangente, como a transmissão codificada ou não de imagens não permanentes destinadas à recepção pelo público em geral.

## 2. Mercado de TV por Assinatura

Em 2006, onze empresas ofereciam serviços de TV por Assinatura em Portugal, tendo havido uma queda no número de participantes no setor em comparação com as dezoito operadoras atuantes quatro anos antes. Cerca de 1,93 milhão de pessoas assinam serviços de TV por Assinatura em Portugal, o que equivale a aproximadamente 18,2% de toda a população do país (índice de densidade do serviço superior a 50%). Desses, a grande maioria – 1,47 milhão - faz uso de serviços de TV a Cabo, ao passo que o DTH, criado em 1998 e tradicionalmente visto como forma de prestação onde não há cobertura das redes de cabo, tem cerca de 458 mil clientes. Em 2006, foram instaladas redes de cabo capazes de servir a 252 mil novos lares, o que representa aumento de 6,5%, porém o crescimento no número de assinantes foi de 1,4%. No caso do DTH, o crescimento no número de assinantes em 2006, em relação ao ano anterior, foi maior – 10,4%. Além disso, iniciaram-se, no fim de 2005, novos serviços de distribuição por meio de IPTV e de DVB-T, porém, um ano depois, ainda eram poucos os que os assinavam. A Anacom reconhece como principais obstáculos a uma maior densidade do serviço o ainda reduzido alcance das redes e a renda média da sociedade (ANACOM, 2006).

As principais operadoras de televisão por assinatura no país são *Grupo TV Cabo*, cujo dono é o *Grupo PT*, *Cabovisão*, *Bragatel* e *TV Tel*, que opera, ainda, um serviço de televisão digital via satélite. A TV Cabo opera, também, um serviço de DTH e detém, ao todo, cerca de 80% do mercado de televisão paga no país. Essa proporção pode aumentar para 85%, caso a *Autoridade da Concorrência* autorize três negociações não examinadas até janeiro de 2008: a compra das operadoras *Pluricanal* e *Bragatel* e da *TV Tel* pelo *Grupo TV Cabo*. Enquanto esse grupo atualmente tem mais de 1,5 milhão de assinantes, a *Cabovisão*, segunda maior empresa do setor e pertencente ao grupo canadense *Cogeco*, ultrapassa a barreira dos 200 mil assinantes (BARRETO, 2008). Em abril de 2008, o Grupo PT anunciou a unificação de todos os seus serviços de TV por Assinatura sob a marca *Meo*, dentre os quais as operações de DTH (recém-lançada), IPTV e para recepção pela telefonia móvel.

O *Grupo PT* desempenha papel crucial, ainda, nos setores de telefonia, por meio da *Portugal Telecom*, e de radiodifusão. As redes da empresa são cruciais para a difusão dos

canais nacionais e gratuitos operados por dois dos quatro principais grupos que atuam no setor – a Rádio e Televisão de Portugal (RTP, que reúne as emissoras públicas) e a SIC.

### **3. Princípios da programação**

A *Lei da Televisão de 2007*, em seu artigo 3º(2), estabelece que os prestadores de TV por Assinatura devem observar, com as adaptações necessárias, os dispositivos presentes no documento. As finalidades da televisão – incluindo, portanto, a TV por Assinatura – são definidas no artigo 9º, abrangendo: contribuir para a informação, a formação e o entretenimento; promover o direito de informar e de ser informado com rigor e independência; promover a cidadania e a participação democrática; e difundir e promover a cultura e a língua portuguesas. Além disso, os prestadores de TV por Assinatura e operadores que atuam na atividade de distribuição devem, de acordo com o artigo 25 do documento, priorizar programas nacionais, informativos, científicos, educativos e culturais.

Além disso, o artigo 34 da lei atribui a todos os canais (“operadores”) de televisão as obrigações de assegurar o respeito à dignidade, aos direitos fundamentais, aos valores constitucionais, à criança e ao adolescente; uma programação plural e independente; o direito de antena em períodos eleitorais; a emissão de mensagens específicas em caso de declaração do estado de sítio ou de emergência; o direito de resposta; e a difusão de obras europeias. Especificamente em relação a esse último ponto, o artigo 46 do documento estabelece que pelo menos 10% do tempo de programação – excluindo aquele destinado a noticiários, programas e eventos esportivos, publicidade, televenda e teletexto – deve ser destinado à difusão de obras europeias feitas por produtores independentes.

A RTP, que opera canais públicos, tem finalidades específicas, mencionadas no artigo 51 da *Lei de Televisão*. Dentre elas estão promover a formação cultural e cívica dos telespectadores; garantir o acesso de todos à informação, à educação e ao entretenimento de qualidade; fornecer uma programação variada e que promova a diversidade cultural; prover o acesso a manifestações culturais; garantir a produção e a difusão de programas educativos e de entretenimento; garantir a difusão de programas voltados às minorias; participar de atividades voltadas à educação para os meios de comunicação; emitir programas no idioma português; apoiar a produção nacional de obras cinematográficas; emitir programas voltados aos portugueses emigrantes; promover a acessibilidade; garantir direitos de antena

e de resposta; emitir mensagens dos presidentes da República e da Assembléia da República ou pelo Primeiro-Ministro, conforme solicitação; ceder tempo de transmissão à administração pública, principalmente em relação a matérias que tratem de saúde e de segurança pública.

#### **4. Fontes públicas de financiamento**

A RTP tem um modelo próprio de financiamento, aprovado pela *Lei n.º 30 de 2003*. Os recursos destinados à manutenção das emissoras são assegurados pelo Estado, por meio de uma contribuição para o audiovisual e de outras fontes. A receita publicitária dos canais destina-se ao pagamento de dívidas e, posteriormente, a novos investimentos, não podendo ser utilizada diretamente para a manutenção do canal propriamente dita. Os recursos destinados ao financiamento do serviço devem atender a um planeamento quadrienal. A contribuição para o audiovisual, de acordo com o artigo 3.º, é devida por todo domicílio que faça uso de energia elétrica, à exceção dos que apresentam consumo anual inferior a 400 kWh. Como o valor mensal da contribuição deve ser atualizado em função da taxa anual de inflação, houve um aumento de 1,6 euros em 2003 para 1,71 quatro anos depois (de R\$ 4,08 para R\$ 4,36).

Grande parte do financiamento da televisão portuguesa advém, ainda, da publicidade. De acordo com o artigo 40 da *Lei da Televisão*, o tempo destinado à publicidade não pode exceder 20% de cada duas horas de programação. Desse cálculo ficam excluídas as mensagens publicitárias relativas à própria programação da emissora e aos produtos dela derivados; patrocínios; material relativo a serviços públicos; e apelos de teor humanitário transmitidos gratuitamente.

A *Lei da Televisão* estabelece, ainda, em seu artigo 48, que cabe ao Estado assegurar mecanismos de incentivo à produção audiovisual de ficção, documentário e animação em língua portuguesa. Um desses mecanismos é o fundo criado pela *Lei de Arte Cinematográfica e do Audiovisual* de 2004. O artigo 8.º da lei prevê a criação de sete programas com os seguintes objetivos: (1) fomentar a realização de novos roteiros para filmes de ficção e desenvolvimento de séries, animações e documentários; (2) produzir filmes de ficção de longa e de curta metragens, incluindo as primeiras obras de autores escolhidos, séries de animação e documentários que tenham reconhecido valor cultural e

artístico ou sejam de caráter experimental; (3) apoiar a produção de filmes feitos por autores consagrados; (4) estimular o desenvolvimento do setor cinematográfico por meio de financiamento de planos de produção plurianuais e de produções independentes; (5) reinvestir na indústria com base no resultado da exibição em salas de cinema e da exploração comercial da obra anterior do mesmo produtor; (6) incentivar a co-produção em que a participação portuguesa seja minoritária; e (7) incentivar a co-produção com outros países de língua portuguesa. O *Instituto do Cinema e do Audiovisual* participa das ações de fomento do setor.

Os apoios financeiros podem ser tanto por empréstimos, quanto financiamento não reembolsável e os beneficiários são produtores devidamente registrados, produtores independentes de televisão e roteiristas e realizadores das obras, conforme a regulamentação infra-legal. Com base nos recursos provenientes dos *ministérios da Cultura e da Economia e Inovação, do Instituto de Apoio às Pequenas e Médias Empresas e à Inovação (IAPMEI)*, ligado ao segundo ministério, e de empresas e entidades como *Grupo PT, SIC e RTP*, estimava-se que a verba para esses programas somaria 83 milhões de euros (cerca de R\$ 212 bilhões) a serem utilizados em cinco anos (PEREIRA, 2007).

## **5. Regras de *must carry***

No que se refere ao *must carry*, a legislação portuguesa já se adequou à *Diretiva 2002/22/EC*. De acordo com a diretiva, esse instrumento é factível, quando parte significativa dos cidadãos utiliza a TV por Assinatura como meio principal de recepção de canais de televisão. Essas obrigações devem ser relacionadas ao interesse público e garantidas por meio de regras transparentes, estando sujeitas à revisão periódica.

A *Lei 5/2004*, intitulada “*das Comunicações Eletrônicas*”, alterou as regras para o *must-carry*. De acordo com o artigo 43 do documento, compete ao órgão regulador – no caso, a ERC, conforme posteriormente apontado pela *Lei da Televisão* - determinar obrigações de distribuição de emissoras de radiodifusão pelas prestadoras de TV por Assinatura. A *Lei da Televisão* facultou a ERC fixar uma remuneração tanto para as prestadoras, quanto para as emissoras.

Até 2004, as prestadoras de TV a Cabo, em Portugal, eram obrigadas a distribuir programação de emissoras públicas de radiodifusão (dentre as quais, dois canais da RTP) e



a reservar três canais para a distribuição de emissoras locais e outros para emissoras de caráter educativo e cultural. Além disso, as prestadoras deveriam arcar com direitos autorais e conexos dos responsáveis pelas produções. Não havendo determinação de quais canais devem ser obrigatoriamente distribuídos, os que continuam sendo carregados são resquícios da legislação antiga (OCDE, 2007).

## **6. Alternativas ao *must carry***

Não foram constatadas, em lei, regras alternativas ao *must carry*, no entanto cabe lembrar que o órgão regulador, de acordo com a *Lei da Televisão*, pode estipular outras obrigações relativas à distribuição de programação específica.

## **Reino Unido**

### **1. Regulação do setor de TV por Assinatura**

Afora a televisão a cabo ou via satélite, todas as emissoras de radiodifusão, ainda que comerciais, possuem obrigações de serviço público. Essa é a singularidade do modelo britânico de radiodifusão, que, de acordo com o Open Society Institute (2005), historicamente propiciou à televisão um ambiente estável e inovador, primando pelas qualidade, universalidade e diversidade e desempenhando um papel importante no debate sobre políticas públicas. Até 1982, o Reino Unido contava com a distribuição de três canais de apenas duas emissoras: a BBC, rede de televisão pública, e a rede ITV. Atualmente existem três emissoras de caráter comercial de abrangência nacional: Canal 3 (ITV 1), *Canal 4*, introduzido em 1982, e *Canal 5* (o “Cinco”), que iniciou sua transmissão em 1997. Há, ainda, um canal exibido no idioma galês – SC4. O SC4 consiste em uma janela de programação do *Canal 4*, durante 36 horas semanais, em que programas em galês são transmitidos ao País de Gales, em geral no horário nobre.

Em 1990 ocorreu uma grande reforma que afetou a radiodifusão terrestre, a partir da promulgação do *Broadcasting Act 1990*. Até então, o sistema de licenças para a radiodifusão e para a televisão paga era regido pelo *Telecommunications Act 1984*. O documento foi o primeiro passo para uma mudança da regulação no setor, revertendo restrições à propriedade que vigoravam até então e estabelecendo, sobretudo, importantes atribuições a *Independent Television Commission* (ITC). À exceção da BBC, todas as emissoras e redes de televisão passaram a seguir as orientações daquele órgão, incumbido de supervisionar o conteúdo e a qualidade da programação e assegurar o cumprimento das regras para a publicidade. As regras de *must carry* estão previstas na Seção 91 do *Broadcasting Act 1990*, nos termos das emendas de 1996 (OPEN SOCIETY INSTITUTE, 2005).

Para efeitos de licença, o *Broadcasting Act 1990* traz um conceito de serviços denominados “*local delivery systems*”. O Ato define-os como serviços de distribuição de canais de rádio e televisão por meio de sistemas de telecomunicações capazes de servir

mais de mil domicílios. Aí estão incluídos as redes de fibra ótica, sistemas de telefonia, ADSL e redes fixas de acesso sem fio em banda larga.

Ao longo dos últimos quinze anos, a televisão britânica observou grandes transformações, especialmente devido à entrada dos serviços multicanal (majoritariamente representado pela televisão paga) e à digitalização dos sinais. No âmbito regulatório, o *Communications Act 2003* aboliu a separação regulatória das autoridades de rádio, televisão e telecomunicações, unificando-as em um órgão convergente, o *UK Office for Communications* (Ofcom). O Ofcom é o substituto legal dos antigos órgãos desde o final daquele ano, assumindo, portanto, todos os encargos e prerrogativas do ITC.

## **2. Mercado de TV por Assinatura**

Há, no Reino Unido, cerca de 25 milhões de domicílios com televisão, dos quais 15,4 milhões são atendidos por serviços de TV por Assinatura (ou seja, uma densidade equivalente a 62%) (ABTA, 2007). O mercado de televisão paga é dominado por duas grandes prestadoras - a *Virgin Media* e a *British Sky Broadcasting Group (BSkyB)*. A *Virgin Media* opera por meio da tecnologia do cabo e soma hoje 3,5 milhões de assinantes – aproximadamente 27% do mercado. A empresa é o resultado da fusão da *NTL* e da *Telewest*, ocorrida em fevereiro de 2007. A *BSkyB* oferece a programação de televisão via satélite a 8,5 milhões de assinantes e tem aumentado sua base também às custas da migração de antigos assinantes do cabo. Essa empresa possui exclusividade na transmissão de alguns conteúdos, como competições esportivas ao vivo e programas de entretenimento com grande audiência (o chamado “*premium content*”), que somente podem ser exibidos pela *Virgin Media* mediante negociação.

Enquanto a *BSkyB* teve, em 2007, uma receita total de 4,5 milhões de libras (R\$ 15,5 milhões), a *Virgin Media* faturou 3,6 milhões de libras (R\$12,4 milhões) –, sendo 83% desse total proveniente do serviço de televisão a cabo e o restante advindo da telefonia celular e da venda de conteúdo (VIRGIN MEDIA, 2007).

### 3. Princípios da programação

Na seção 264, o *Communications Act 2003* define e atribui finalidades gerais ao serviço de radiodifusão pública. À luz desses princípios, determina que o Ofcom conduza um processo de revisão junto aos canais para verificar se são satisfeitas as seguintes exigências:

- Amplo alcance da programação que atenda aos interesses e necessidades dos espectadores das diferentes comunidades;
- Provimento de programação imparcial;
- Padrões elevados de qualidade da programação.

Essas obrigações de serviço público têm uma gradação: a BBC submete-se a regras mais rígidas, seguida pelo *Canal 4*. O *Canal 3* e o *Canal 5* estão submetidos a menos obrigações, devendo cobrir as produções regionais e exibir uma programação mínima, que inclui noticiários e documentários (VUCHOT, 2008). O *Broadcasting Act 1990* confere ainda ao regulador a tarefa de garantir que:

- Nenhum programa atente contra a decência e os bons costumes, ou que encoraje ou incite o crime ou a desordem, ou que fira o sentimento público;
- Toda notícia veiculada seja apresentada com precisão e imparcialidade;
- Na exibição de programas com conteúdo religioso, não seja explorada a suscetibilidade dos espectadores, nem seja dado tratamento abusivo a crenças ou visões religiosas;
- Durante a programação, não seja utilizado qualquer artifício tecnológico que, utilizando imagens de curta duração, explore a possibilidade de difundir uma mensagem, ou influenciar a mente dos espectadores de qualquer outra forma sem que estejam totalmente atentos ao que está sendo exibido.

Quanto à publicidade e às cotas de produção nacional, aplicam-se as regras da Diretiva da UE *Television Without Frontiers*. A BBC não pode veicular publicidade, exceto

para autopromoção. Em relação aos canais comerciais, o *Broadcasting Act 1990* veda a publicidade com finalidades políticas ou alusivas a alguma disputa industrial.

#### **4. Fontes públicas de financiamento**

A BBC é financiada pela taxa anual paga por todo domicílio com televisão no Reino Unido (“*licence fee*”). Anualmente os cidadãos desembolsam o valor aproximado de 135 libras (R\$ 455,00) para um televisor a cores e 45 libras (R\$ 152,00) para o aparelho em preto e branco. Indivíduos com mais de 75 anos estão isentos do pagamento desta taxa e portadores de deficiência visual pagam a metade do valor. Essa verba é destinada tanto para as emissoras de televisão, quanto para as de rádio (BBC, 2007).

Há que se destacar, ainda, duas outras instâncias relacionadas ao fomento do conteúdo nacional. O *Department for Culture, Media and Sports* trabalha junto aos agentes reguladores, à indústria e aos telespectadores e ouvintes com vistas a ampliar o pluralismo, manter padrões de qualidade e fomentar a competição sadia entre os meios de comunicação. Já o *Content Board* é um órgão consultivo, ligado ao Ofcom, com atribuições em assuntos que envolvem a programação de rádio e de televisão.

#### **5. Regras de *must carry***

As obrigações de *must carry* incluem os canais que compõem o “serviço relevante”, assim definido pelo *Broadcasting Act de 1990*. Assim, a programação que deve ser obrigatoriamente distribuída compreende:

- Qualquer programa de televisão transmitido pela BBC, desde que se apresente no formato digital e que constitua um serviço relacionado às funções do Ofcom;
- A programação do Canal 3, desde que disponível no formato digital;
- A programação do Canal 4, desde que disponível no formato digital;
- A programação do Canal 5, desde que disponível no formato digital;

Somente estão submetidas a estas obrigações a prestadora de cabo *Virgin Media* e a *Crown Castle*, empresa que possui e opera infra-estrutura de telecomunicações. O Ofcom, por meio da atribuição herdada da ITC, deve “empregar todos os seus esforços” para garantir que todo serviço prestado sob a forma do “*local delivery service*” leve, a cada área de distribuição, os canais que compõem o serviço relevante.

Em relação aos demais prestadores, como a *BSkyB*, o Ofcom considera que a estrutura regulatória e acordos comerciais já em vigor são capazes de assegurar a distribuição ampla do conteúdo dos canais com obrigações de serviço público.

## **6. Alternativas ao *must carry***

O *Broadcasting Act 1990* determina que a BBC deve disponibilizar sua programação a *BSkyB* (*must offer*).

## Rússia

### **1. Regulação do setor de TV por Assinatura**

Nos últimos anos, a administração pública russa passou por diversas mudanças. Atualmente, o *Ministério da Cultura e da Comunicação de Massa da Federação Russa* (MKMK, na sigla em russo) é responsável por formular e implementar políticas públicas nas áreas de cultura, artes, cinematografia, arquivos, direitos autorais e mídia e meios de comunicação, ainda que não seja responsável pela regulação desse último setor, tendo herdado as funções do *Ministério da Cultura e do Ministério da Imprensa, Televisão e Rádio*. Responde ao ministério, dentre outros órgãos, a *Agência Federal para Imprensa e Meios de Comunicação* (FAPMC, na sigla em russo), responsável por administrar as empresas estatais que atuam nesses setores e pela prestação dos serviços. A agência desempenha, ainda, funções relativas ao estímulo da competição, à medição de audiência e de circulação.

O *Ministério das Comunicações e da Informatização* (Minsvyazi) trata de questões relacionadas às telecomunicações, aos serviços postais e à informática. O *Departamento de Rádio, TV e Comunicação via Satélite* é uma divisão do ministério, que implementa as decisões técnicas do órgão e avalia a eficiência no uso do espectro. Ao ministério se subordina, dentre outras, a *Agência Federal para Tecnologias da Informação*, responsável por prestadoras estatais de serviços públicos.

As telecomunicações russas são regidas por um marco principal, a *Lei Federal das Comunicações*, de 18 de junho de 2003. O documento estabelece a base legal para as atividades nesse campo, as competências das organizações de governo e os direitos e deveres das prestadoras. Os meios de comunicação de massa respondem, ainda, à *Lei da Comunicação de Massa*, de número 2124, promulgada em 1991, no fim do regime soviético. Há outros marcos infra-legais relativos especificamente à TV por Assinatura, como um decreto de 2006 que trata de direitos e deveres de usuários e prestadoras.

## 2. Mercado de TV por Assinatura

De 2005 a 2006, a receita com a comunicação de massa na Rússia aumentou de 25,4 bilhões de rublos (R\$1,8 bilhão) para 28,7 bilhões de rublos (R\$2 bilhões), sendo que nove bilhões (R\$612 milhões) foram arrecadados por empresas estatais (GROTECK CO., 2008). Especificamente em relação a TV por Assinatura, há estimativas divergentes em relação à base de assinantes: os números variam de cerca de 6 a 17 milhões de assinantes (entre 4% e 8% da população) até quase 11 milhões de residências (ou seja, uma densidade de cerca de 20%) (ABTA, 2007; GROTECK CO., 2008). As divergências em relação a esses números estão relacionadas a características específicas do mercado russo, como, por exemplo, o oferecimento de pacotes gratuitos de programação via satélite e a quantidade significativa de pessoas que assinam apenas pacotes básicos com os canais de radiodifusão, cujos preços limitam-se a poucos dólares.

Há mais de 600 operadores de TV a Cabo, DTH e MMDS em atividade no mercado russo, mas são poucos os que ultrapassam a barreira dos 20 mil clientes. Em um primeiro momento, as empresas que ofereciam o serviço via satélite dominaram o mercado, mas atualmente a principal prestadora, *NTV+*, tem cerca de 600 mil assinantes. A principal empresa no segmento de TV a Cabo é a *Nafta*, com uma base de mais de cinco milhões de assinantes. Ela é acionista majoritária, por exemplo, da maior operadora do país, a *Mostelekom*, de Moscou, cuja base supera os quatro milhões de assinantes, e de outra em São Petersburgo. O mercado de IPTV começou a se desenvolver recentemente.

Além de regular o setor, o Estado ainda controla ou detém parte significativa das ações de algumas das principais prestadoras de serviços de telecomunicações e emissoras de radiodifusão na Rússia. Esse é o caso, por exemplo, da empresa *All-Russia State Television and Radio Company* (VGTRK), holding de mais de oitenta emissoras de radiodifusão, da holding *Svyazinvest* e de algumas das empresas a ela coligadas. Em 2003, pouco depois de uma década do fim do regime soviético, o Estado, de acordo com Aksartova *et al.* (2003), ainda controlava 70% de todos os meios de comunicação eletrônicos, 20% da mídia impressa de caráter nacional e 80% da mídia impressa de caráter regional.



### **3. Princípios da programação**

Os atuais marcos legais relativos à comunicação de massa na Rússia buscam estender os direitos fundamentais ora assegurados a essa atividade. A Constituição, promulgada em 1993, assegura a liberdade dos meios de comunicação social, as liberdades de pensamento e de expressão e o direito à informação e veda a censura. Esses dispositivos, no entanto, podem ser limitados por lei com o objetivo de proteger a própria Carta Magna, os direitos e a moral. A *Lei da Comunicação de Massa* de 1991 reforça essas proibições e estabelece, em seu artigo 19, restrições à propriedade dos meios de comunicação por estrangeiros.

### **4. Fontes públicas de financiamento**

Em junho de 2006, o governo russo anunciou o início da implementação de uma política pública com vistas ao estímulo da cultura e da comunicação de massa no país até o ano de 2015. As iniciativas estão divididas em quatro grandes linhas mestras: conservação e fomento de bens culturais; defesa de tradições culturais de diferentes etnias; mudanças no ensino voltado às artes e à ciência; e integração do país às manifestações culturais internacionais. Entre as ações previstas, estão o desenvolvimento de infra-estruturas e do mercado relacionados à cultura; o aumento do número de programas de radiodifusão voltados às crianças; a criação de programação específica, nas emissoras de televisão e de rádio, voltada à população residente em áreas rurais, incluindo, aí, aquela que vise à preservação de diferenças culturais e de idiomas e dialetos. No que se refere ao rádio e à televisão, outra ação anunciada é o investimento em programação voltada ao exterior, encarada como parte da política de relações externas. O governo entende que, para atingir esses objetivos, é preciso resolver eventuais conflitos de competências entre órgãos públicos.

No que tange ao audiovisual, em agosto de 1996 foi promulgada a *Lei n° 126*, alterada nos anos seguintes, cujo escopo é o fomento do cinema no país. A ela se somam, ainda no âmbito do audiovisual, outros marcos como a lei de proteção de direitos autorais. De forma geral, o Estado russo atua na regulamentação do setor, no financiamento parcial de obras e no treinamento de profissionais. O documento de 1996 estabelece, como órgão central ao setor, uma agência executiva – no caso, a *Agência Federal da Cultura e da*

*Cinematografia*, subordinada ao *Ministério da Cultura e da Comunicação de Massa da Federação Russa* –, cujas atividades abrangem a regulamentação do setor, implementação de programas públicos, coordenação da infra-estrutura relacionada à área, registro de obras, classificação indicativa, financiamento de obras e a resolução de conflitos. Usualmente o financiamento público restringe-se, no máximo, a 70% do valor de toda a obra. Apenas em casos excepcionais, quando a obra for considerada de grande valor artístico e cultural, seu financiamento integral pode ser decidido pela agência executiva.

#### **5. Regras de *must carry***

Não foram constatadas, em lei, regras de *must carry*.

#### **6. Alternativas ao *must carry***

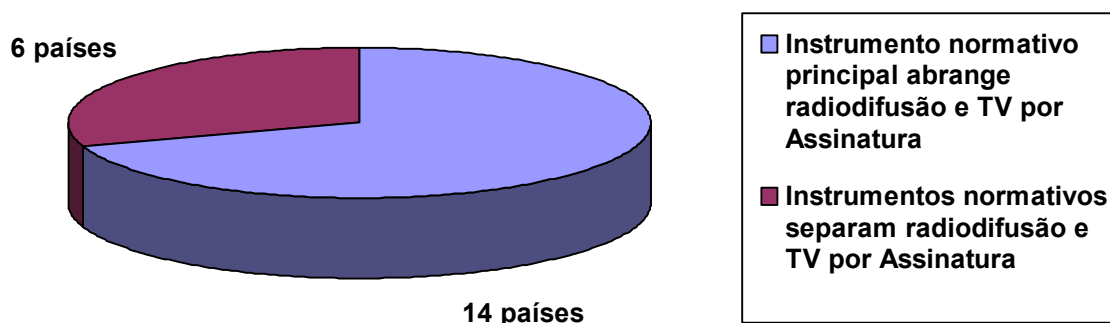
Não foram constatadas, em lei, regras alternativas ao *must carry*.

## Gráficos

### 1. Legislação

O gráfico seguinte compara o grau de fragmentação normativa relativa à TV por Assinatura. Para isso, os países foram divididos em dois grupos: no primeiro, vigora um diploma legal relativo à televisão, englobando radiodifusão e TV por Assinatura; e, no segundo, prevalecem normas separadas para os serviços. Para essa divisão, foram levados em consideração os principais marcos de cada país, existindo, portanto, outros documentos, como decretos, normas e regulamentos relativos à TV por Assinatura.

#### Grau de fragmentação normativa relativa à TV por Assinatura



Fragmentação normativa	Países
Instrumento principal válido para radiodifusão e TV por Assinatura	África do Sul, Alemanha, Argentina, Austrália, Bélgica, Canadá, China, Espanha, França, Holanda, Noruega, Portugal, Reino Unido e Rússia
Instrumentos normativos separam radiodifusão e TV por Assinatura	Brasil, Chile, Estados Unidos, Índia, Japão e México

No maior grupo, vigora um documento único ou um conjunto de documentos que abrangem simultaneamente radiodifusão e TV por Assinatura, estabelecendo normas únicas ou, pelo menos, similares principalmente no que se refere à programação. Em alguns casos, como na Austrália e na África do Sul, existe uma lei de radiodifusão que inclui as diferentes tecnologias de TV por Assinatura. Em outros países, como no caso do Canadá, a

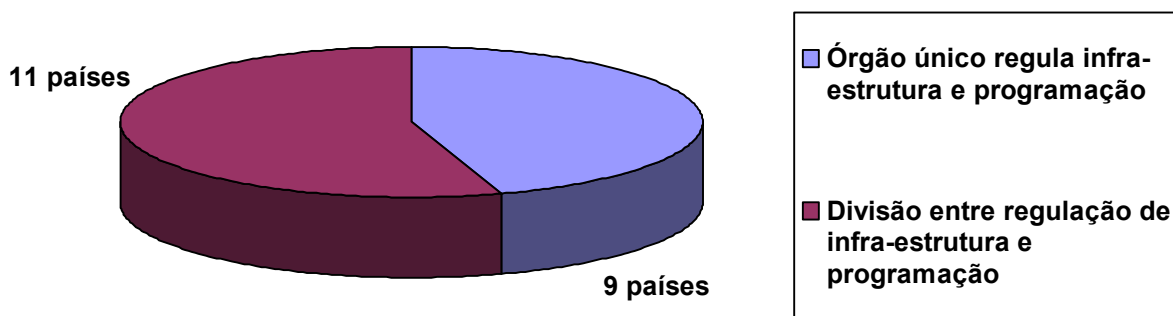
legislação originou-se no âmbito da radiodifusão e foi modificada com o passar do tempo, abrangendo, por fim, também a TV por Assinatura. Em alguns contextos, a exemplo da Alemanha e da Bélgica, a regulação pauta-se, também, por normas estaduais ou regionais, que abrangem radiodifusão e TV por Assinatura. Há situações específicas, como a do Reino Unido, onde vigora tanto uma lei sobre a televisão, quanto um ato relativo às telecomunicações como um todo, que incorpora dispositivos relativos à radiodifusão.

Em um segundo grupo de países, radiodifusão e TV por Assinatura são regulamentadas por marcos diferentes. Por vezes, como ocorre no México, a TV por Assinatura dispõe de uma norma infra-legal própria, subordinada tanto a uma lei geral de telecomunicações, quanto a uma lei de radiodifusão. Em outros contextos, a exemplo de Brasil e Japão, há leis próprias relativas à TV a Cabo. Na maior parte desses países existe uma tentativa de tornar homogêneas, sempre que possível, as regras para as diferentes tecnologias de prestação de TV por Assinatura.

## 2. Regulação no setor de TV por Assinatura

O gráfico seguinte refere-se à divisão de competências, em cada país, entre os órgãos reguladores do setor de TV por Assinatura. Em algumas nações, a administração do espectro de frequências é feita por organizações que não desempenham outra atividade regulatória. Para efeito de comparação, porém, foram aqui considerados apenas os órgãos responsáveis pela regulação do setor.

### Competências de órgãos reguladores do setor de TV por Assinatura

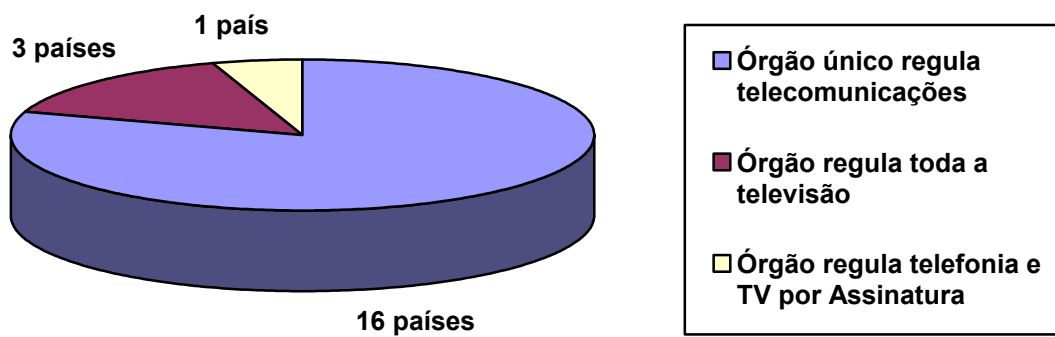


Regulação	Países
Órgão único regula infraestrutura e programação	África do Sul, Austrália, Canadá, Argentina, China, Estados Unidos, França, Japão e Reino Unido
Órgãos diferentes regulam infraestrutura e programação	Alemanha, Bélgica, Brasil, Chile, Espanha, Holanda, Índia, Noruega, México, Portugal e Rússia

A amostra dos países abordados divide-se quase igualmente entre países que têm uma estrutura de regulação única, englobando aspectos relativos à infraestrutura e, ao menos em grande parte, também à programação da TV por Assinatura – aí incluído o *must carry* -, e países em que a regulação de infraestrutura e de programação ocorre separadamente. No primeiro caso, em algumas dessas nações, como Canadá e Estados Unidos, a existência de órgãos reguladores únicos é antiga; em outras, como África do Sul e Austrália, houve mudanças no panorama da regulação das telecomunicações nas últimas décadas. Nos próximos dois gráficos, são comparadas as divisões de competências no que

se refere aos órgãos responsáveis pela infra-estrutura e pela programação do segmento de TV por Assinatura.

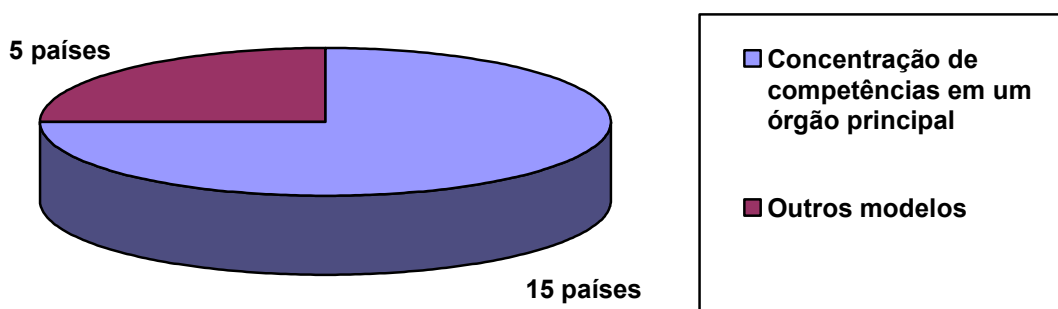
### Competências de órgãos reguladores da infra-estrutura de TV por Assinatura



Regulação de infra-estrutura	Países
Órgão único regula telecomunicações	África do Sul, Alemanha, Austrália, Bélgica, Canadá, Chile, Espanha, Estados Unidos, Holanda, Índia, Japão, México, Noruega, Portugal, Reino Unido e Rússia
Órgão específico regula televisão	Argentina, China e França
Órgão específico regula telefonia e TV por Assinatura	Brasil

Na grande maioria dos países estudados, um mesmo órgão é responsável por regular todo o setor de telecomunicações, aí incluídas a radiodifusão e a TV por Assinatura, no que se refere à sua infra-estrutura. As competências de cada órgão regulador da infra-estrutura variam, abrangendo outorgas, regulamentação e fiscalização, dentre outras atividades. Novamente percebe-se a existência de estruturas e modelos já tradicionais, aliados aos de outros países que, há poucos anos, iniciaram um processo de concentração de competências em um mesmo órgão regulador, independentemente do serviço ou da tecnologia em questão.

### Competências de órgãos reguladores da programação de TV por Assinatura



Regulação da programação	Países
Concentração de competências em um órgão principal	África do Sul, Argentina, Austrália, Canadá, Chile, China, Estados Unidos, França, Holanda, Índia, Japão, Noruega, Portugal, Reino Unido e Rússia
Outros modelos	Alemanha, Bélgica, Brasil, Espanha e México

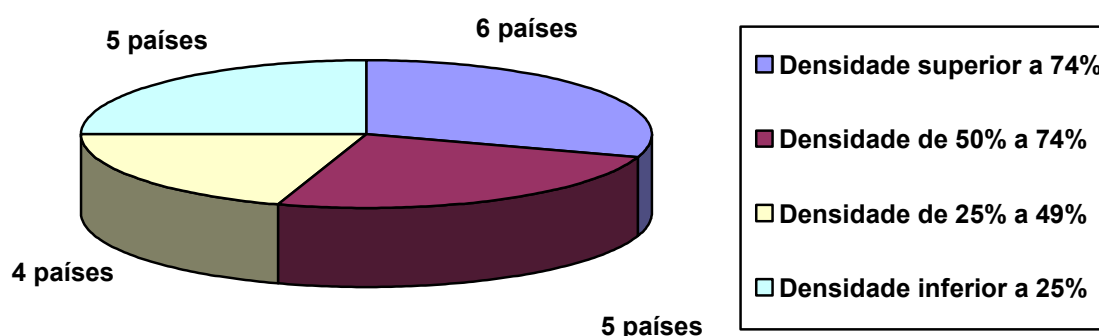
No que se refere à regulação da programação de TV por Assinatura, observa-se, na amostra de países analisados, um modelo predominante, qual seja, o da reunião, em um mesmo órgão, de grande parte das competências relativas à regulação da programação de televisão. Esse órgão também é responsável pela regulação da infra-estrutura em alguns países, como Estados Unidos e Reino Unido, aos quais se somaram, nos últimos anos, outros, como a África do Sul. No outro grupo mencionado estão modelos distintos, dentre os quais aqueles em que a regulação da programação é feita de forma descentralizada por órgãos regionais.

Todos os países estudados dispõem de fontes de financiamento público para o audiovisual nacional, para a radiodifusão pública ou ambos. Via de regra, parte dos recursos advém do orçamento dos diferentes governos, havendo, em alguns casos, criação de impostos próprios, pagamento de taxas obrigatórias pela utilização de equipamentos e possibilidades de doação de entes privados, dentre outros. Alguns modelos, como o indiano, prevêm a manutenção de centros estatais de capacitação, voltados à produção audiovisual.

### 3. Mercado de TV por Assinatura

Os dois gráficos desta seção tratam do mercado de TV por Assinatura nos países abordados neste estudo em função da densidade dos serviços, ou seja, do percentual de domicílios com acesso aos serviços em comparação com os domicílios que dispõem de aparelhos de televisão. O primeiro gráfico reúne os mercados em quatro grupos:

#### Densidade dos serviços de TV por Assinatura

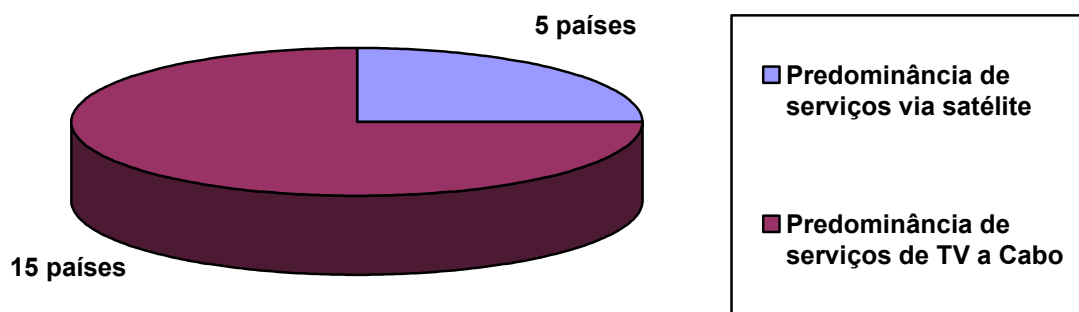


Densidade do serviço	Países
Acima de 74%	Alemanha, Bélgica, Canadá, Estados Unidos, Holanda e Noruega
Entre 50% e 74%	Argentina, Índia, México, Portugal e Reino Unido
Entre 25% e 49%	China, Espanha, França, Japão
Abaixo de 25%	África do Sul, Austrália, Brasil, Chile, Rússia

Evidencia-se um equilíbrio na amostra considerada neste estudo no que se refere à densidade dos serviços de TV por Assinatura, visto que os vinte países selecionados dividem-se, quase uniformemente, nos quatro grupos considerados. Ao primeiro, com maior densidade desses serviços, pertencem quatro países europeus e dois norte-americanos. Nos demais grupos há uma maior diversidade quanto à localização dos países integrantes. O gráfico seguinte compara a predominância das diferentes tecnologias utilizadas para a prestação do serviço em função da base de assinantes de cada país.



### Predominância de tecnologias para a prestação dos serviços de TV por Assinatura



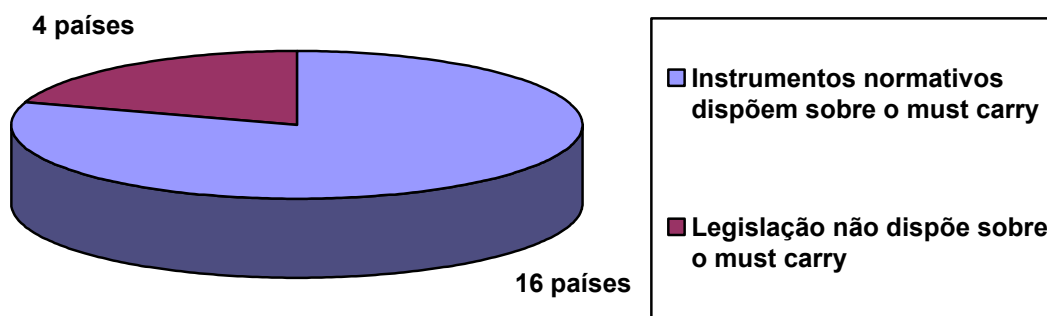
<b>Tecnologia predominante</b>	<b>Países</b>
Serviços via satélite	África do Sul, Austrália, Espanha, França e Reino Unido
TV a Cabo	Alemanha, Argentina, Bélgica, Brasil, Canadá, Chile, China, Estados Unidos, Holanda, Índia, Japão, México, Noruega, Portugal e Rússia

Observa-se que a tecnologia para a prestação de serviços de TV por Assinatura predominante na ampla maioria dos países da amostra é o cabo. Em um quarto dos países selecionados as prestadoras que fazem uso da distribuição de programação via satélite têm uma base maior de assinantes. Não há casos, dentre os selecionados, em que exista predominância da tecnologia de MMDS, apesar de constarem da amostra nações em que essa tecnologia é difundida.

#### 4. Regras de *must carry*

Nesta seção são analisados tópicos relacionados exclusivamente às regras de *must carry* e às alternativas a esses dispositivos em cada um dos países estudados. O primeiro gráfico leva em consideração a existência de regras de *must carry* na legislação de cada país.

##### Existência de regras de *must carry* na legislação



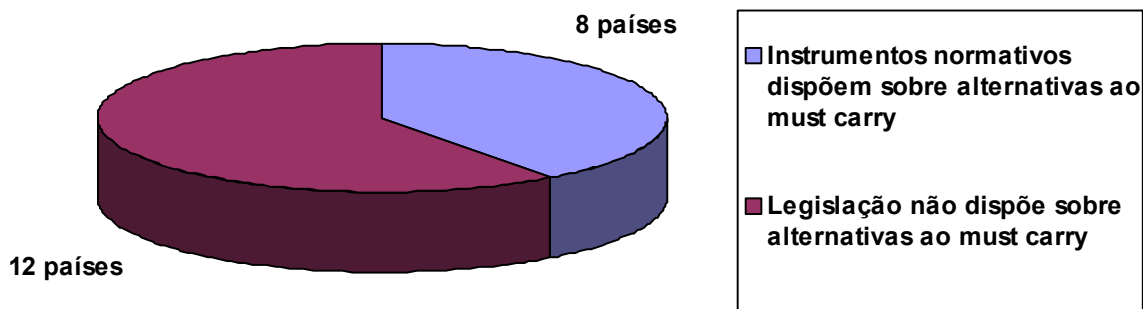
<i>Must carry</i>	Países
Existência de regras	África do Sul, Alemanha, Bélgica, Brasil, Canadá, China, Espanha, Estados Unidos, França, Holanda, Índia, Japão, México, Noruega, Portugal e Reino Unido
Inexistência de dispositivos legais sobre esse instituto	Argentina, Austrália, Chile e Rússia

O gráfico demonstra que o *must carry* ainda é mecanismo fartamente utilizado para atingir os propósitos a que se destina a TV por Assinatura. Inicialmente imaginado para obrigar a distribuição das emissoras de radiodifusão, o *must carry* foi progressivamente ampliado, sendo aplicado, por exemplo, no que se refere a canais locais e a outros com finalidades específicas, como os institucionais e os do campo público, previstos nas regras para a TV a Cabo no Brasil. Destaca-se, ainda, que, na maior parte dos casos, o *must carry* é aplicado a essa tecnologia, principalmente pela natureza local do serviço. Nem sempre foram constatadas obrigações semelhantes para serviços de caráter regional ou nacional.

A lista de países que adota o *must carry* tem aumentado com o passar dos anos. Em 2008, por exemplo, a África do Sul estipulou regras para as prestadoras. Também nesse

ano, aumentou o debate acerca de dispositivos referentes a esse tema a partir da digitalização das redes das prestadoras australianas.

### Previsão legal de alternativas ao *must carry*

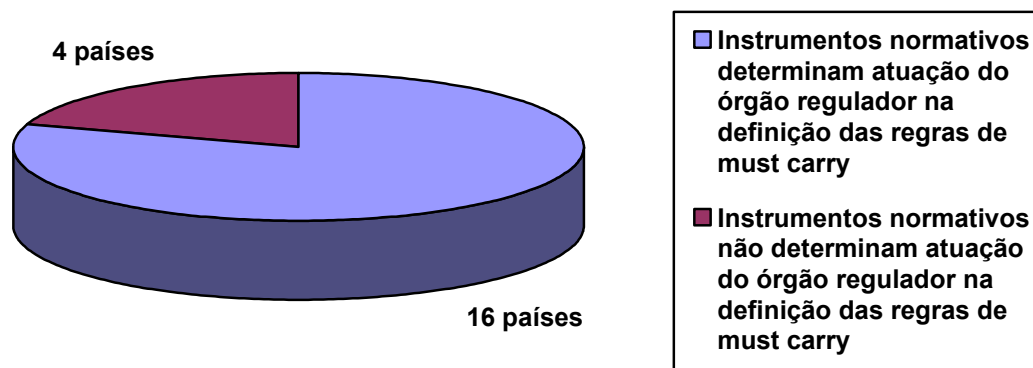


<b>Alternativas ao <i>must carry</i></b>	<b>Países</b>
Existência de regras	África do Sul, Alemanha, Bélgica, Espanha, Estados Unidos, França, Japão e México
Inexistência de dispositivos legais sobre esses instrumentos	Argentina, Austrália, Brasil, Canadá, Chile, China, Holanda, Índia, Noruega, Portugal, Reino Unido e Rússia

Como demonstra o gráfico acima, a legislação da maioria dos países analisados ainda não previu alternativas ao *must carry*, tais como *may carry* e *must list*. Uma hipótese para explicar esse fato são as mudanças ainda recentes pelas quais começaram a passar esses marcos a partir da digitalização das redes, de movimentos de concentração empresarial e do início da prestação de outros serviços com potencialidades específicas, como, por exemplo, o IPTV.

Foram observados dois tipos de ação já empregados para estabelecer regras alternativas ao *must carry*. Nos países em que o órgão regulador participa da definição do *must carry*, ele também pode atuar na determinação de alternativas a essa regra. Em outros casos, como no México, o órgão responsável pela defesa da concorrência estabeleceu alternativas em casos específicos. O gráfico a seguir compara as prerrogativas do órgão regulador no que se refere ao tratamento do *must carry* e de suas alternativas.

### Prerrogativas do órgão regulador no tratamento do *must carry*



Definição de regras de <i>must carry</i>	Países
Instrumentos normativos garantem atuação do órgão regulador	África do Sul, Alemanha, Austrália, Bélgica, Canadá, China, Espanha, Estados Unidos, França, Holanda, Índia, Japão, México, Noruega, Portugal e Reino Unido
Instrumentos normativos não garantem atuação do órgão regulador	Argentina, Brasil, Chile e Rússia

Observa-se que, na maioria dos modelos estudados, o órgão regulador atua na definição das regras de *must carry*. Essa prerrogativa deriva de duas motivações principais: ou a legislação, a exemplo do caso português, estabelece que cabe ao órgão regulador atuar na definição do *must carry*, ainda que a própria lei defina uma quantidade mínima de canais a serem distribuídos, ou esse dispositivo é definido por instrumento infra-legal vigente, de responsabilidade do órgão regulador, como ocorre na África do Sul. Em um grupo menor de países, não foram encontrados instrumentos infra-legais que determinam a atuação do órgão regulador na definição desse instituto e o *must carry*, quando existente, foi estabelecido em leis que não mencionam a possibilidade de mudanças de regras pelo órgão regulador.

## **Tabelas Comparativas**

### **1. Organizações envolvidas na regulação do setor de TV por Assinatura**

<b>Países</b>	<b>Organizações</b>
África do Sul	Independent Communications Authority of South Africa (ICASA)
Alemanha	Autoridades estaduais de mídia; associação nacional dessas autoridades; Bundesnetz Agentur
Argentina	Comité Federal de Radiodifusión; Secretaría de Comunicaciones de la Nación e Comisión Nacional de Comunicaciones
Austrália	Australian Communications and Media Authority (ACMA)
Bélgica	Autoridades regionais de mídia, Instituto Belga de Serviços Postais e Telecomunicações
Brasil	Ministério das Comunicações (formulação da política); Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel)
Canadá	Canadian Radio-television and Telecommunications Commission (CRTC)
Chile	Consejo Nacional de Televisión (CNTV); Subsecretaria de Telecomunicaciones (Subtel)
China	Ministério da Indústria da Informação (MII), no que se refere à Internet; Autoridade Estatal para o Rádio, Filmes e Televisão (SARFT)
Espanha	Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones (CMT)
Estados Unidos	Federal Communications Commission (FCC)
França	Conselho Superior do Audiovisual (CSA)
Holanda	Comisariaat voor de Media; Independent Post and Telecommunications Authority
Índia	Telecommunications Regulatory Authority of India (TRAI); Ministry of Information and Broadcasting
Japão	Ministério das Relações Exteriores e das Comunicações
México	Comisión Federal de Telecomunicaciones (Cofetel); Secretaria de Comunicaciones e Transportes(SCT)
Noruega	Ministry of Culture and Church Affairs; the Department of Media Policy and Copyright; Norwegian Media Authority; The Norwegian Post and Telecommunications Authority
Portugal	Autoridade Nacional de Comunicações (Anacom); Entidade Reguladora para a Comunicação Social (ERC)
Reino Unido	Office for Communications (Ofcom)
Rússia	Ministério das Comunicações e da Informatização (Minsvyazi)

## 2. Organizações públicas envolvidas na regulação e no fomento do audiovisual

Países	Organizações
África do Sul	Department of Arts and Culture; National Film and Video Foundation, dentre outras
Alemanha	Entidades regionais realizam o fomento no nível regional.
Argentina	Secretaria de Cultura; Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales (INCAA)
Austrália	Department of the Environment, Water, Heritage and the Arts; Australia Screen Authority
Bélgica	Entidades regionais realizam o fomento no nível regional.
Brasil	Ministério da Cultura; Agência Nacional de Cinema (Ancine); no que se refere ao financiamento, empresas estatais
Canadá	The Department of Canadian Heritage; the Broadcasting Policy and Programs Branch
Chile	Consejo Nacional de la Cultura y las Artes; Consejo Nacional de Televisión (CNTV)
China	SARFT supervisiona e fomenta o setor. Participam do fomento outras entidades, como Chinese Film Circulation and Projection (CFCPA); China Film Producers' Association (CFPA); China City Cinema Association (CCCAC).
Espanha	Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones (CMT); Instituto de Cinematografía y de las Artes Audiovisuales (ICAA)
Estados Unidos	Corporation for Public Broadcasting (CPB)
França	Conselho Superior do Audiovisual (CSA); Centro Nacional de Cinematografia (CNC)
Holanda	Ministry of Education, Culture and Science
Índia	Ministry of Information and Broadcasting; Film and Television Institute of India; National Film Development Corporation Ltd.
Japão	Agência para Assuntos Culturais; Conselho das Artes Japonesas
México	Secretaria de Educación Pública; Consejo Nacional para la Cultura y las Artes
Noruega	Ministry of Culture and Church Affairs; the Department of Media Policy and Copyright
Portugal	Ministérios da Cultura e da Economia e Inovação; Instituto de Apoio às Pequenas e Médias Empresas e à Inovação (IAPMEI); Instituto do Cinema e do Audiovisual, dentre outros.
Reino Unido	Department for Culture, Media and Sports; Content Board
Rússia	Ministério da Cultura e da Comunicação de Massa da Federação Russa (MKMK); Agência Federal da Cultura e da Cinematografia.

### 3. Princípios da programação

Países	Princípios da programação
África do Sul	As redes de distribuição devem dar prioridade à distribuição de canais sul-africanos que incluam programação nacional; promover o acesso universal a todos os canais de radiodifusão; estimular a diversidade; e ser abertas e harmônicas em relação aos padrões tecnológicos da região do sul da África. Para atingir esses princípios, são empregados mecanismos como cotas. O <i>Broadcasting Act</i> prevê princípios específicos para a programação dos canais estatais SABC.
Alemanha	Em conformidade com a legislação europeia, a programação de televisão deve atender a critérios de proteção das minorias e de decência pública. São proibidos programas que possam prejudicar o desenvolvimento físico, mental ou moral das minorias, especialmente os que envolvam pornografia ou violência explícita e os que incitem o ódio por motivos raciais, religiosos, de gênero ou nacionalidade.
Argentina	A programação da radiodifusão deve contribuir para o bem comum; defender a unidade nacional e o fortalecimento da fé e da esperança nos destinos do país; atingir finalidades culturais e educativas; contribuir com o direito à comunicação; promover a participação popular com vistas a atingir os objetivos nacionais; e promover sentimentos de amizade e cooperação internacional.
Austrália	A programação deve estimular a diversidade nos meios de comunicação eletrônicos e em seu controle e promover a participação desses meios em um processo de construção da identidade australiana, contemplando a sua diversidade cultural. Para atingir esses objetivos, existe uma política de cotas com regras específicas para radiodifusão e para a TV por Assinatura.
Bélgica	Todas as emissoras devem garantir a diversidade da programação, especialmente quanto à informação e ao entretenimento. Além disso, as emissoras públicas têm obrigações específicas, como o atendimento de segmentos específicos da população e a transmissão de programas que valorizem identidades e culturas regionais, dentre outros.
Brasil	Todos os meios de comunicação social eletrônica, independentemente da tecnologia utilizada para a prestação do serviço, devem promover a cultura nacional e regional e estimular a produção independente que objetive a sua divulgação; criar produções regionais de cunho cultural, artístico e jornalístico, conforme percentuais estabelecidos em lei; e respeitar os valores éticos e sociais da pessoa e da família. O serviço de TV a Cabo destina-se à promoção da cultura universal e nacional, da diversidade de fontes de informação, do lazer e do entretenimento e da pluralidade política e do desenvolvimento social e econômico do país.
Canadá	A radiodifusão canadense deve refletir a situação e as aspirações da sociedade, incluindo a igualdade de direitos, a dualidade lingüística, a natureza multi-cultural e multi-racial e as especificidades dos povos aborígenes. Um dos mecanismos utilizados para atingir esses objetivos é a existência de cotas.
Chile	Obrigatoriamente a televisão deve observar os valores morais e culturais próprios da nação; a dignidade das pessoas; a proteção à família; o pluralismo; a democracia; a paz; a proteção do meio ambiente e a formação espiritual e intelectual da infância e da juventude.
China	Os meios de comunicação de massa devem visar à construção da civilização socialista, ao acesso à informação e à valorização do entretenimento relacionado com a cultura nacional.

Espanha	A televisão tem finalidades política, religiosa, cultural, educativa, artística, informativa, comercial ou publicitária. Os meios de comunicação estatais têm, como princípios, objetividade, veracidade e imparcialidade; distinção entre informações e opiniões; respeito ao pluralismo político, religioso, cultural e lingüístico; respeito à honra, à fama e à vida privada e aos direitos das pessoas; a proteção à juventude e à infância; e a defesa da igualdade. A legislação espanhola adequou-se à política de cotas promovida pela União Européia.
Estados Unidos	Os canais públicos (PBS) devem atender os seguintes princípios: desenvolvimento e expansão das telecomunicações públicas e da diversidade de sua programação em consonância com a liberdade, a imaginação e a iniciativa tanto local, quanto nacional; atendimento do interesse da população tanto nas comunidades locais e em todo país; promoção da diversidade; estímulo à produção voltada às minorias.
França	Os canais públicos devem servir ao interesse público, primando pelo pluralismo, qualidade e inovação, no que diz respeito aos direitos humanos e aos princípios democráticos. Há obrigações, ainda, relativas à promoção do idioma francês e de dialetos falados no país.
Holanda	A radiodifusão pública deve transmitir uma programação diversificada de alta qualidade em nível nacional, regional e local nos campos de informação, cultura, educação e lazer, transmitindo-a ou colaborando para sua transmissão nas redes abertas; produzir e transmitir programação direcionada ao público holandês residente fora da Holanda.
Índia	Os canais públicos devem defender a união e a integridade do país e os valores apresentados na Constituição; salvaguardar o direito dos cidadãos de receber informações gratuitas, confiáveis e objetivas; atentar para os campos da educação, agricultura, desenvolvimento rural, meio ambiente, saúde, família, ciência e tecnologia; estimular e divulgar diferentes culturas; prover cobertura adequada de eventos esportivos para estimular a competição sadia e o <i>fair play</i> ; promover a justiça social e o combate à exploração e à desigualdade; salvaguardar os direitos dos trabalhadores; proteger crianças, cegos, portadores de necessidades especiais e outras parcelas da população; promover a integração nacional; e estimular a pesquisa e o desenvolvimento.
Japão	A televisão é de interesse público, deve defender a liberdade de expressão, garantindo a imparcialidade e a autonomia das emissões, e deve contribuir para a construção da democracia, por meio da garantia de mecanismos de responsabilização dos radiodifusores. A programação não pode prejudicar a segurança pública e ofender a moral e os bons costumes; deve ser imparcial em temas relativos à política; não pode transmitir notícias que distorçam os fatos; e, no caso de assuntos controversos, deve apresentar distintos pontos de vista. São reconhecidas as finalidades cultural e educativa da televisão, cabendo aos canais indicar o público a que destinam os programas educativos. Além disso, as emissoras devem transmitir programas com recursos especiais, que os tornem compreensíveis a deficientes visuais e auditivos.
México	A televisão tem a função de contribuir para a integração nacional e para o aprimoramento da convivência social, constituindo-se quatro pilares para a programação: a afirmação dos princípios da moral, da dignidade humana e da família; o combate a influências nocivas para crianças e adolescentes; o fortalecimento do “nível cultural” da sociedade, incluindo, nesse âmbito, a conservação do idioma, costumes, tradições e valores nacionais; e a ampliação das convicções democráticas, da unidade nacional e da cooperação internacional.



Noruega	A radiodifusão pública deve promover as liberdades de expressão e de informação, os valores da democracia, os direitos humanos e os valores humanos fundamentais com uma programação caracterizada pela imparcialidade, diversidade, objetividade e concentração no essencial; apoiar a democracia, por meio da divulgação de notícias, fatos, comentários e debates sobre questões sociais, incluindo as minorias; apoiar, criar e desenvolver a cultura, a arte e o entretenimento na Noruega; produzir e transmitir programação de alta qualidade para jovens e crianças; promover o uso e respeito ao idioma norueguês; e cooperar para a salvaguarda e o desenvolvimento da cultura e do idioma Sámi.
Portugal	A programação de radiodifusão e de TV por Assinatura (no que couber) deve contribuir para a informação, a formação e o entretenimento; promover o direito de informar e de ser informado com rigor e independência; promover a cidadania e a participação democrática; e difundir e promover a cultura e a língua portuguesas. As operadoras devem, na escolha de seus canais, priorizar a programação nacional, informativa, científica, educativa e cultural.
Reino Unido	A radiodifusão tem como funções, dentre outras, promover amplo alcance da programação que atenda aos interesses e necessidades dos espectadores das diferentes comunidades; exibir programação imparcial; e manter padrões elevados de qualidade.
Rússia	Há previsão constitucional de liberdade dos meios de comunicação social, liberdades de pensamento e de expressão e do direito à informação, ficando vedada a censura.

---

#### 4. Regras de *must carry*

Países	Regras de <i>must carry</i>
África do Sul	Há regras explícitas de <i>must carry</i> . Cabe ao órgão regulador determinar se haverá obrigações de <i>must carry</i> e sob que condições comerciais isso ocorrerá. Em maio de 2008, a ICASA determinou que todas as prestadoras devem distribuir o sinal da emissora SABC em pacotes com 30 ou mais canais, além dos canais adicionais da SABC a cada vinte outros constantes do pacote. Os interessados ainda podem contestar a decisão.
Alemanha	Há regras explícitas de <i>must carry</i> . Os reguladores regionais podem impor obrigações de <i>must carry</i> às prestadoras de TV a Cabo que utilizem tecnologias digitais até a banda correspondente a três canais analógicos. Deve ser preservado o status das geradoras que já são abarcadas pelo <i>must carry</i> no sistema analógico.
Argentina	Existe, apenas, a obrigação legal de distribuição de um canal com produção própria por prestadoras de CCTV e de SMTV.
Austrália	No processo de digitalização das redes de distribuição, a ACMA pretende obrigar as prestadoras a carregar os sinais de emissoras comunitárias. A ABC já reivindicou que as regras de <i>must carry</i> englobem, também, os canais públicos por ela mantidos.
Bélgica	Há regras explícitas de <i>must carry</i> e variáveis conforme a região do país.
Brasil	Há regras explícitas de <i>must carry</i> . Na TV a Cabo, é obrigatória a distribuição das emissoras de radiodifusão e dos canais legislativo municipal e estadual, utilizado de forma compartilhada entre as Câmaras dos Vereadores e Assembleias Legislativas; da Câmara dos Deputados; do Senado Federal; universitário, compartilhado pelas universidades; educativo-cultural; comunitário, aberto a toda e qualquer entidade não governamental e sem fins lucrativos; de prestação eventual de serviços; de prestação permanente de serviços; e de um canal de obras cinematográficas e audiovisuais brasileiras de produção independente.
Canadá	Há regras explícitas de <i>must carry</i> . Prestadoras de TV por Assinatura devem incluir entre os canais de todos os seus pacotes uma programação padrão que contenha as transmissões da <i>CBC</i> . Além disso, há obrigações relativas a programas educativos e às geradoras locais.
Chile	Não foram constatadas, em lei, regras de <i>must carry</i> .
China	Há regras explícitas de <i>must carry</i> . As operadoras devem distribuir obrigatoriamente os canais solicitados pela SARFT, o que tem variado em função das áreas de prestação. Até 2007, o órgão determinava o <i>must carry</i> de quatro canais estatais CCTV e, nos casos das redes digitais de localidades como Xangai e Pequim, era obrigatória a distribuição dos seis canais digitais CCTV. Além disso, há casos de distribuição obrigatória de canais locais por algumas prestadoras.
Espanha	Há regras explícitas de <i>must carry</i> . As prestadoras de TV a Cabo devem, obrigatoriamente, distribuir os canais de radiodifusão estatais e privados, além daqueles administrados pelas comunidades autônomas. Há cotas para distribuição de programação independente.
Estados Unidos	Há regras explícitas de <i>must carry</i> . As operadoras devem reservar um percentual de seus canais às geradoras locais a ela não coligadas. Devem, ainda, reservar espaço aos canais educativos.

França	Há regras explícitas de <i>must carry</i> . As prestadoras de TV a Cabo e de DTH que atingem um grande público devem distribuir todas as transmissões analógicas dos canais <i>France 2</i> , <i>France 3</i> , <i>France 5</i> e <i>Arte</i> , a programação da <i>TV5</i> , parte das transmissões analógicas do <i>Réseau France outre-mer</i> , todas as transmissões e os serviços interativos do Canal do Parlamento. As operadoras de TV a Cabo devem distribuir, também, os canais locais.
Holanda	Há regras explícitas de <i>must carry</i> . As prestadoras de TV a Cabo devem distribuir quinze canais de televisão e 25 de áudio, dentre os quais os das três emissoras nacionais públicas e das cinco emissoras de rádio nacionais públicas; os canais regionais públicos – de rádio e televisão – da província em que o prestador estiver operando; o canal local público – de rádio e de televisão – do município em que o prestador estiver operando; a programação dos dois canais de televisão nacionais públicos da Bélgica que transmitem programação em holandês; e a programação de duas rádios nacionais públicas belgas que transmitam programação em holandês.
Índia	Há regras explícitas de <i>must carry</i> . Toda operadora deve distribuir, pelo menos, dois canais <i>Doordarshan</i> , um canal regional e os canais operados pelo Parlamento indiano. O governo pode determinar, ainda, que as prestadoras de TV a Cabo distribuam obrigatoriamente novos canais pagos e incluam emissoras de radiodifusão em seu pacote básico.
Japão	Há regras explícitas de <i>must carry</i> . As prestadoras devem retransmitir a programação das emissoras de radiodifusão, simultaneamente e sem qualquer alteração, nas áreas sujeitas a interferências, conforme julgamento do Ministério das Relações Exteriores e das Comunicações.
México	Há regras explícitas de <i>must carry</i> , variáveis em função da capacidade do sistema de cada prestadora. Os canais a serem distribuídos são definidos pela SCT.
Noruega	Há regras explícitas de <i>must carry</i> . As prestadoras de TV a Cabo devem distribuir obrigatoriamente os canais da televisão nacional pública norueguesa; a TV2; e os canais locais públicos.
Portugal	Há regras explícitas de <i>must carry</i> . Cabe a ERC determinar obrigações de distribuição de emissoras de radiodifusão pelas prestadoras de TV por Assinatura.
Reino Unido	Há regras explícitas de <i>must carry</i> restritas a alguns prestadores, que incluem programas da BBC, do Canal 3, do Canal 4 e do Canal 5.
Rússia	Não foram constatadas, em leis, regras de <i>must carry</i> .

---

## 5. Alternativas ao *must carry*

Países	Alternativas ao <i>must carry</i>
África do Sul	Existem regras alternativas ao <i>must carry</i> . As prestadoras de TV por Assinatura podem requisitar gratuitamente os programas das emissoras públicas e essas são obrigadas a cedê-los em, no máximo, três meses. Assim como no caso do <i>must carry</i> , os interessados podem recorrer da decisão.
Alemanha	Existem regras alternativas ao <i>must carry</i> . Um terço da capacidade de transmissão de plataformas digitais deve ser preenchido com programação que considere o interesse do assinante; a multiplicidade de programadores; e a programação educativa, informativa e cultural, oriunda de programadores independentes. Os canais públicos devem ter destaque na disposição dos canais virtuais e nos guias de programação eletrônicos.
Argentina	Não foram constatadas, em lei, regras alternativas ao <i>must carry</i> .
Austrália	Não foram constatadas, em lei, regras alternativas ao <i>must carry</i> .
Bélgica	Existem regras alternativas ao <i>must carry</i> , variáveis em cada região.
Brasil	Não foram constatadas, em lei, regras alternativas ao <i>must carry</i> .
Canadá	Não foram constatadas, em lei, regras alternativas ao <i>must carry</i> .
Chile	Não foram constatadas, em lei, regras alternativas ao <i>must carry</i> .
China	Não foram constatadas, em lei, regras alternativas ao <i>must carry</i> .
Espanha	Existem regras alternativas ao <i>must carry</i> . Os representantes dos canais locais de televisão de cada município também poderão solicitar sua distribuição pelas prestadoras de TV a Cabo.
Estados Unidos	Existem regras alternativas ao <i>must carry</i> . As geradoras comerciais podem escolher entre o <i>must carry</i> e o consenso de retransmissão. Face à digitalização, têm sido adotadas obrigações de <i>must list</i> . No caso do DTH, prevalece a regra do “ <i>carry one, carry all</i> ” no que se refere às geradoras locais.
França	Existem regras alternativas ao <i>must carry</i> . Todas as emissoras de televisão nacionais devem disponibilizar gratuitamente seus programas a <i>Réseau France outre-mer</i> , que deve disponibilizar seus programas também gratuitamente às emissoras da <i>France Télévisions (France 2, France 3 e France 5)</i> e à <i>Radio France</i> .
Holanda	Não foram constatadas, em lei, regras alternativas ao <i>must carry</i> .
Índia	Não foram constatadas, em lei, regras alternativas ao <i>must carry</i> .
Japão	Existem regras alternativas ao <i>must carry</i> . Nas áreas onde não houver problemas técnicos, a distribuição das emissoras de radiodifusão fica sujeita ao consentimento dessas. A prestadora de TV a Cabo não pode se recusar a distribuir o sinal das emissoras de radiodifusão que o solicitarem, a menos que haja uma justificativa plausível.
México	Existem regras alternativas ao <i>must carry</i> . Em caso de operações que potencialmente possam oferecer prejuízo à competição, estão sendo determinadas regras de <i>must offer</i> e de <i>carry one, carry all</i> .
Noruega	Não foram constatadas, em lei, regras alternativas ao <i>must carry</i> .
Portugal	Não foram constatadas, em lei, regras alternativas ao <i>must carry</i> .
Reino Unido	Existem regras alternativas ao <i>must carry</i> . A BBC se aplicam regras de <i>must offer</i> .
Rússia	Não foram constatadas, em lei, regras alternativas ao <i>must carry</i> .

## Referências

- ABTA. **Mídia Fatos – TV por Assinatura**. ABTA, 2007.
- ACHESON, Keith; MAULE, Christopher. **Canada – Audiovisual Policies: Impact on Trade**. Hamburg Institute of International Economics: Hamburgo, 2003. Disponível em: <<http://www.hwwa.de/Forschung/Publikationen/Report/2003/Report228.pdf>>. Acesso em: 28 abr. 2008.
- ACMA. ACMA Communications Report 2005-6. Disponível em: <<http://www.acma.gov.au>>. Acesso em: 12 abr. 2008.
- ÁFRICA DO SUL. National Film and Video Foundation de 1997. Disponível em: <<http://www.nfvf.org.za>>. Acesso em: 23 jan. 2008.
- \_\_\_\_\_. Broadcasting Act de 1999. Disponível em: <<http://www.icasa.org.za>>. Acesso em 22 jan. 2008.
- \_\_\_\_\_. Electronic Communications Act de 2005. Disponível em: <<http://www.icasa.org.za>>. Acesso em 22 jan. 2008.
- \_\_\_\_\_. The ICASA Amendment Bill de 2005. Disponível em: <<http://www.icasa.org.za>>. Acesso em 22 jan. 2008.
- AGUILAR, Alberto. Nombres, nombres... y nombres. **El Universal**, 10 dez. 2007. Disponível em: <<http://www.eluniversal.com.mx/columnas/68886.html>>. Acesso em: 20 dez. 2007.
- AKSARTOVA, Sada *et al.* **Television in the Russian Federation: Organisational Structure, Program Production and Audience**. Moscou: European Audiovisual Observatory, 2008.
- ALBORNOZ, Luis A; HERNÁNDEZ, Pablo. La radiodifusión en Argentina entre 1995 y 1999: concentración, desnacionalización y ausencia de control público. *In*: MASTRINI, Guillermo. **Mucho ruido, pocas leyes: economía y políticas de comunicación en la Argentina (1920-2004)**. Buenos Aires: La Crujía, 2005, p. 257-286.
- ALEMANHA. **Acordo Interestadual sobre o Imposto da Radiodifusão**. Disponível em: <<http://www.datenschutzberlin.de/recht/de/stv/rgebstv.htm>> Acesso em 08 jan. 2008.
- ANACOM. Situação das Comunicações 2006. Disponível em: <<http://www.anacom.pt>>. Acesso em 10 fev. 2008.

\_\_\_\_\_. Mercado grossista de serviços de radiodifusão para a entrega de conteúdos difundidos a utilizadores finais. Disponível em: <<http://www.anacom.pt>>. Acesso em 10 fev. 2008.

ANATEL. **Dados estatísticos dos Serviços de TV por Assinatura – Dezembro de 2007**. Disponível em: <<http://www.anatel.gov.br>>. Acesso em: 21 mai. 2008.

ANCINE. **Valores captados por mecanismo de incentivo 1995-2005**. Disponível em: <<http://www.ancine.gov.br>>. Acesso em: 26 mai. 2008.

ARGENTINA. Decreto nº 281 de 1981. Disponível em: <<http://www.redetel.gov.ar>>. Acesso em: 22 nov. 2007.

\_\_\_\_\_. Decreto nº 1.241 de 2001. Disponível em: <<http://www.incaa.gov.ar>>. Acesso em: 22 nov. 2007.

\_\_\_\_\_. Ley Nacional nº 22.285 de 1980. Disponível em: <<http://www.redetel.gov.ar>>. Acesso em: 22 nov. 2007.

\_\_\_\_\_. Ley Nacional nº 17.741 de 2001. Disponível em: <<http://www.incaa.gov.ar>>. Acesso em: 22 nov. 2007.

AUSTRALIA. Broadcasting Services Act 1992. Disponível em: <<http://www.acma.gov.au>>. Acesso em: 12 abr. 2008.

\_\_\_\_\_. Broadcasting Services (Australian Content Standard) 2005. Disponível em: <<http://www.acma.gov.au>>. Acesso em: 12 abr. 2008.

AVA, Pablo G. **Las industrias culturales argentinas y su inserción en el comercio internacional**. BID/UNESCO, 2007. Disponível em: <<http://www.iesalc.unesco.org.ve>>. Acesso em: 20 nov. 2007.

BARANCHUK, Mariana. Canales 11 y 13: la primera privatización de la década menemista. *In*: MASTRINI, Guillermo. **Mucho ruido, pocas leyes: economía y políticas de comunicación en la Argentina (1920-2004)**. Buenos Aires: La Crujía, 2005, p. 211-234.

BARQUERA, Fernando Mejía. Historia mínima de la televisión mexicana (1928-1996). *In*: ARMAS, Sánchez de (coord.). **Apuntes para una historia de la televisión mexicana**. México, DF: RCM/Espacio, 1998.

BARRETO, Cristina. TV Cabo detém já 80% do mercado de televisão paga em Portugal. **Diário Económico.com**, 18 jan. 2008. Disponível em:

<<http://diarioeconomico.sapo.pt/edicion/diarioeconomico/nacional/empresas/pt/desarrollo/1079823.html>>. Acesso em: 19 fev. 2008.

BÉLGICA. Tribunal de Justiça. Pedido de decisão prejudicial apresentado pelo Conseil d'État no processo C-250/06. Conclusões do Advogado-geral Poiares Maduro, de 25 out 2007. Disponível em <<http://eurlex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:62006C0250:PT:HTML>>. Acesso em 08 fev 2008.

BHARAT BOOK. **Broadcasting and Cable TV in the Netherlands - Industry Profile 2007**. Disponível em <<http://www.bharatbook.com/upload/Broadcasting-&-Cable-TV-in-the-Netherlands.pdf>>. Acesso em 27 jun. 2008.

BRASIL. Decreto nº 95.744, de 23 de fevereiro de 1988. Disponível em: <<http://www.planalto.gov.br>>. Acesso em: 29 abr. 2008.

\_\_\_\_\_. Decreto nº 95.815, de 10 de março de 1988. Disponível em: <<http://www.planalto.gov.br>>. Acesso em: 29 abr. 2008.

\_\_\_\_\_. Decreto nº 4.901, de 26 de novembro de 2003. Disponível em: <<http://www.planalto.gov.br>>. Acesso em: 7. mar. 2007.

\_\_\_\_\_. Lei nº 8.977, de 6 de janeiro de 1995. Disponível em: <<http://www.planalto.gov.br>>. Acesso em: 29. abr. 2008.

\_\_\_\_\_. Lei nº 9.472, de 16 de julho de 1997. Disponível em: <<http://www.planalto.gov.br>>. Acesso em: 6. out. 2006.

\_\_\_\_\_. Medida Provisória nº 2.228-1, de 6 de setembro de 2001. Disponível em: <<http://www.planalto.gov.br>>. Acesso em: 8 jun. 2005.

BRENT, William. **China's Film Industry steps out of the shadows, 2003**. Disponível em: <<http://www.chinabusinessreview.com/public/0311/08.html>>. Acesso em: 03 abr. 2008.

BRITISH BROADCASTING CORPORATION. **Annual Report 2006/2007**. Londres, 2007. Disponível em: <[http://www.bbc.co.uk/annualreport/pdfs/bbctrust\\_eng.pdf](http://www.bbc.co.uk/annualreport/pdfs/bbctrust_eng.pdf)>. Acesso em 26 mar. 2008.

CANADÁ. **Canadian Broadcasting Act 1991**. Disponível em <<http://laws.justice.gc.ca/en/B-9.01/>>. Acesso em: 1º Jun. 2008.

\_\_\_\_\_. **Report on Research on the New Media Sector: International New Media Regulations Environmental Scan**. Disponível em: <<http://www.crtc.gc.ca/eng/media/rp071113.htm>> Acesso em: 19 mai. 2008.

\_\_\_\_\_. **Statistique Canada - Cable and other program distribution industry, financial and operating revenue.** Disponível em:

<<http://www40.statcan.ca/101/cst01/comm01a.htm>>. Acesso em: 1º jun. 2008.

CANADIAN COMMUNICATIONS FOUNDATION. **The History of Canadian Broadcasting.** Disponível em: <<http://www.broadcasting-history.ca/>>. Acesso em: 3 jul. 2008.

CANADIAN RADIO-TELEVISION AND TELECOMMUNICATIONS COMMISSION. **Canadian Radio-television and Telecommunications Commission, Broadcasting Distribution Regulations.** Disponível em: <[www.crtc.gc.ca/eng/LEGAL/BDU.HTM](http://www.crtc.gc.ca/eng/LEGAL/BDU.HTM)>. Acesso em 2 jul. 2008.

CHILE. Lei nº 18.168 de 1982. Disponível em: <<http://www.subtel.gov.cl>>. Acesso: 12 nov. 2007.

\_\_\_\_\_. Lei nº 18.839 de 1989. Disponível em: <<http://www.cntv.gov.cl>>. Acesso: 12 nov. 2007.

\_\_\_\_\_. Lei nº 19.983 de 2004. Disponível em: <<http://www.cntv.gov.cl>>. Acesso: 12 nov. 2007.

CHINA DAILY. **Foreign media scramble for China's pay TV.** Disponível em: <[http://www.chinadaily.com.cn/english/doc/2004-11/24/content\\_394437.htm](http://www.chinadaily.com.cn/english/doc/2004-11/24/content_394437.htm)>. Acesso em: 02 abr. 2008.

CMT. Informe Anual 2006. Disponível em: <<http://www.cmt.es>>. Acesso em: 03 jan. 2008.

COFETEL. **Televisión y Audio Restringidos.** Disponível em: <<http://www.cofetel.gob.mx>>. Acesso em 18 jan. 2008.

COCQ, Emmanuel; LÉVY, Florence. The audiovisual markets in developing countries: statistical assessment centred on 11 countries. Disponível em: <[http://www.unescobkk.org/fileadmin/user\\_upload/culture/Cultural\\_Industries/Singapore\\_Feb\\_05/Cocq-English.pdf](http://www.unescobkk.org/fileadmin/user_upload/culture/Cultural_Industries/Singapore_Feb_05/Cocq-English.pdf)>. Acesso em: 25 jan. 2008.

COUNCIL OF EUROPE. **Compendium of Cultural Policies and Trends in Europe**, 8ª Edição, 2007. Disponível em <<http://www.culturalpolicies.net>>. Acesso em 18 fev. 2008.



DAVENPORT, Elizabeth K. **Must Carry and Public Broadcasting**. Paper apresentado na Conferência anual para a Educação no Jornalismo e na Comunicação de Massa. Texas, 1987. Disponível em <<http://www.eric.ed.gov>> Acesso em: 19 dez. 2007.

DE WIT, Pieter. **Finding and Funding Voices: the inner City Experience**. London Metropolitan University: London, 2007.

DEANS, David H. **Evolution of the Canadian Pay -TV Market**. Disponível em: <<http://dhdeans.blogspot.com/2006/12/evolution-of-canadian-pay-tv-market.html>>. Acesso em: 1 jun. 2008.

DERBY, Ron. **Telkom, HCI win new Safrican Pay-TV licenses**. Reuters, 2007.

Disponível em: <<http://africa.reuters.com/business/news/usnBAN235268.html>>. Acesso em: 25 jan. 2008.

ESPANHA. Decreto-lei nº 6 de 1996. Disponível em: <<http://www.cmt.es>>. Acesso em: 03 jan. 2008.

\_\_\_\_\_. Lei nº 4 de 1980. Disponível em: <<http://www.cmt.es>>. Acesso em: 03 jan. 2008.

\_\_\_\_\_. Lei nº 25 de 1994. Disponível em: <<http://www.cmt.es>>. Acesso em: 03 jan. 2008.

\_\_\_\_\_. Lei nº 42 de 1995. Disponível em: <<http://www.cmt.es>>. Acesso em: 03 jan. 2008.

\_\_\_\_\_. Lei nº 12 de 1997. Disponível em: <<http://www.cmt.es>>. Acesso em: 03 jan. 2008.

\_\_\_\_\_. Lei nº 2 de 2001. Disponível em: <<http://www.cmt.es>>. Acesso em: 03 jan. 2008.

\_\_\_\_\_. Lei nº 25 de 2001. Disponível em: <<http://www.cmt.es>>. Acesso em: 03 jan. 2008.

\_\_\_\_\_. Lei nº 32 de 2003. Disponível em: <<http://www.cmt.es>>. Acesso em: 03 jan. 2008.

ESTADOS UNIDOS DA AMÉRICA. **Communications Act of 1934 ammended by Telecom Act of 1996**. Disponível em <<http://www.fcc.gov/Reports/1934new.pdf>> Acesso em 19 dez. 2007.

\_\_\_\_\_. **Public Broadcasting Act of 1967**. Disponível em <<http://www.cpb.org/aboutpb/act/text.html>> Acesso em 19 dez. 2007.

\_\_\_\_\_. **Code of Federal Regulations**. Disponível em <<http://www.archives.gov/federal-register/cfr/index.html>> Acesso em 19 dez. 2007.

ETCHEVERRY, Sergio Godoy. **Desafíos regulatorios para la adopción de la TV digital terrestre, una visión desde Chile**. Documento elaborado para o CNTV, 2006. Disponível em: <<http://fcom.altavoz.net>>. Acesso em: 22 nov. 2007.

FCC. **First Report and Order in Dockets 14985 and 15233, 38**, de 1965. Disponível em: <<http://www.fcc.gov>>. Acesso em 15 dez. 2007.

\_\_\_\_\_. **Twelfth Annual Report of the FCC**, Publicado em 3 de Março de 2006. Disponível em: <<http://www.fcc.gov>>. Acesso em 15 dez. 2007.

FRANÇA. **Ministério Francês para Assuntos Estrangeiros e Europeus - Media in France**. Disponível em <[http://www.ambafrance-fj.org/IMG/pdf/media\\_ag\\_1\\_.pdf](http://www.ambafrance-fj.org/IMG/pdf/media_ag_1_.pdf)> Acesso em 4 abr. 2008.

\_\_\_\_\_. **Legifrance – Serviço Público de Difusão do Direito**. Disponível em: <<http://www.legifrance.gouv.fr>>. Acesso em 4 abr. 2008.

\_\_\_\_\_. **Loi n°86-1067 du 30 septembre 1986 dite Leótard relative a la Liberte de la Communication**. Disponível em: <<http://www.legifrance.gouv.fr>>. Acesso em 4 abr. 2008.

\_\_\_\_\_. **Loi n° 2004-669 du 9 juillet 2004 relative aux Communications Électroniques et aux Services de Communication Audiovisuelle**. Disponível em: <<http://www.legifrance.gouv.fr>>. Acesso em 4 abr. 2008.

FREESTONE, Lin. India to have one million IPTV subscribers by 2011. **IPTV Watch**, 27 out. 2007. Disponível em: <<http://www.iptv-watch.co.uk/27102007-india-to-have-one-million-iptv-subscribers-by-2011.html>>. Acesso em: 02 fev. 2008.

FROST & SULLIVAN. **Análise do Impacto da Entrada da(s) Concessionária(s) de Telefonia no Mercado de TV por Assinatura sobre os Mercados de TV por Assinatura, Banda Larga e Telefonia Fixa**. ABTA/Frost & Sullivan, 2006.

GROTECK CO. **Report Digital Television in Rússia**. Moscou: European Audiovisual Observatory, 2008.

HAZLETT, Thomas W. **Cable Television**. In: MAJUNDAR, S. (cord). Handbook of Telecommunications Economics, v. 2. Elsevier, 2005.

HOLANDA. **2006 Report Regulation of the Dutch commercial television market**. Disponível em <<http://www.cvdn.nl/dsresource?objectid=6832&type=org>>. Acesso em 16 jun. 2008.

\_\_\_\_\_. **The Media in the Netherlands**. Washington, 2008. Disponível em: <<http://www.netherlands-embassy.org/printerfriendly.asp?articleref=AR00000429EN>>. Acesso em 13 jun. 2008.

ICASA. Inquiry into Subscription Broadcasting, 2007. Disponível em: <<http://www.icasa.co.za>>. Acesso em 22 jan. 2008.

\_\_\_\_\_. Notice of intentions to make regulations in respect of the must-carry obligations, 2007. Disponível em: <<http://www.icasa.co.za>>. Acesso em 22 jan. 2008.

INDEPENDENT TELEVISION COMMISSION. **Licences for Local Delivery Services**. Londres, 2002. Disponível em <<http://ofcom.org.uk/>> . Acesso em 26 mar. 2008.

ÍNDIA. Prasar Bharati (Broadcasting Corporation of India) Act, 1990. Disponível em: <<http://www.mib.nic.in>>. Acesso em: 30 jan. 2008.

\_\_\_\_\_. Cable Television Networks (Regulation) Act, 1995. Disponível em: <<http://www.trai.gov.in>>. Acesso em: 29 jan. 2008.

\_\_\_\_\_. TRAI Act, 1997. Disponível em: <<http://www.trai.gov.in>>. Acesso em: 29 jan. 2008.

\_\_\_\_\_. TRAI (Amendment) Act, 2000. Disponível em: <<http://www.trai.gov.in>>. Acesso em: 29 jan. 2008.

\_\_\_\_\_. Broadcasting Bill – Draft, 2007. Disponível em: <<http://www.mib.nic.in>>. Acesso em: 29 jan. 2008.

INDIANTELEVISION. India pay TV market to be \$7 billion+ by 2010: MPA. **Indiantelevision.com**, 2 mar. 2006. Disponível em: <<http://www.indiantelevision.com/headlines/y2k6/mar/mar26.htm>>. Acesso em: 02 fev. 2008.

\_\_\_\_\_. SC dismisses Star's appeal against Trai's authority. **Indiantelevision.com**, 3 jan. 2008. Disponível em: <<http://www.indiantelevision.com/headlines/y2k8/jan/jan14.php>>. Acesso em: 02 fev. 2008.

INSTITUTO MEDIA E GIONALISMO. **Report on Regional Public Television in Europe**. Università della Svizzera Italiana: Lugano, 2004.

JAMBEIRO, Othon. **Regulando a TV – um estudo comparativo no Mercosul**. Salvador: EdUFBA, 2000.

JAPAN. Law n° 132 - Japan Broadcast Law. Disponível em: <<http://www.soumu.go.jp>>. Acesso em: 18 mar. 2008.

\_\_\_\_\_. Law n° 114 - Cable Television Broadcast Law. Disponível em: <<http://www.soumu.go.jp>>. Acesso em: 18 mar. 2008.

- JONGEN, François; VOORHOOF, Dirk; BRAECKMANN, Ann. **Media System of Belgium**. Hans-Bredow-Institut: Hamburgo, 2004. Disponível em <<http://www.hans-bredow-institut.de/forschung/recht/co-reg/reports/1/Belgium.pdf>>. Acesso em 08. fev 2008.
- KASUGA, Norihiro; SHISHIKURA, Manabu; KONDO, Masanori. MPRA Paper, n. 5694, 10 de novembro de 2007. Disponível em: <<http://mpra.un.uni-muenchen.de/5694>>. Acesso em: 19 mar. 2008.
- KWAK, Ki-Sung. The Regulation of Pay Television in East Asia: A Comparative Study. **Westminster Papers in Communication and Culture**, v. 4(3), 2007, p. 88-107.
- LEE, Sang-Woo. Film Trade in Japan since the 1950s: Government Policies and Media Development. **Keio Communication Review**, n. 26, 2004, p. 53-76.
- MASTRINI, Guillermo; BECERRA, Martín (dir.). **Periodistas y magnates: estructuras y concentración de las industrias culturales en América Latina**. Buenos Aires: Prometeo Libros, 2006. Disponível em: <<http://www.fndc.org.br>>. Acesso em: 10 dez. 2007.
- MAXIME, Bocquiaux e KUCZEWSKI, Michal. **Pay-TV in Germany: Past and Future**. Institut für Rundfunkökonomie: Köln, 2006. Disponível em <[http://www.rundfunkinstitut.uni-koeln.de/institut/veranstaltungen/docs/No\\_03\\_Bocquiaux\\_Kuczewski.pdf](http://www.rundfunkinstitut.uni-koeln.de/institut/veranstaltungen/docs/No_03_Bocquiaux_Kuczewski.pdf)>. Acesso em 19 dez. 2007.
- MCCUTCHEON, Marion. **Is Pay TV Meeting its Promise?** Disponível em: <[www.lib.murdoch.edu.au/adt/pubfiles/adt-MU20070514.112807/01Front.pdf](http://www.lib.murdoch.edu.au/adt/pubfiles/adt-MU20070514.112807/01Front.pdf)>. Acesso em: 28 abr. 2008.
- MCGONAGLE, Tarlach, NOLL, Bethany e PRICE, Monroe. **Minority-language Related Broadcasting and Legislation in the OSCE**. Oxford University: Oxford, 2003. Disponível em <<http://pcmlp.socleg.ox.ac.uk/text/minority-languages.pdf>>. Acesso em 4 abr. 2008.
- MÉXICO. Ley Federal de Radio y Televisión de 1960. Disponível em: <<http://www.diputados.gob.mx>>. Acesso: 20 dez. 2007.
- \_\_\_\_\_. Ley Federal de Cinematografía de 1992. Disponível em: <<http://www.imcine.gob.mx>>. Acesso: 21 dez. 2007.
- \_\_\_\_\_. Ley Federal de Telecomunicaciones de 1995. Disponível em: <<http://www.cofetel.gob.mx>>. Acesso: 20 dez. 2007.
- \_\_\_\_\_. Reglamento de Servicio de Televisión y Áudio Restringido. Disponível em: <<http://www.cofetel.gob.mx>>. Acesso: 20 dez. 2007.

MINISTÉRIO DAS COMUNICAÇÕES. Portaria nº 254, de 16 de abril de 1997. Disponível em: <<http://www.anatel.gov.br>>. Acesso em: 29. abr. 2008.

\_\_\_\_\_. Portaria nº 321, de 21 de maio de 1997. Disponível em: <<http://www.anatel.gov.br>>. Acesso em: 29. abr. 2008.

MINISTRY OF INTERNAL AFFAIRS AND COMMUNICATIONS. **Stirrings of u-Japan: White Paper 2005**. Disponível em: <<http://www.johotsusintokei.soumu.go.jp/whitepaper/eng/WP2005/2005-index.html>> Acesso em: 20 mar. 2008.

MOTOI, Miura; KOBAYASHI, Ken'ichi. Public Broadcasting and Digitalization of Television: Survey on IPTV Subscribers. Disponível em: <<http://www.nhk.or.jp/bunken/english/pdf/070601-07.pdf>>. Acesso em: 20 mar. 2008.

MULLEN, Megan. **The Rise of Cable Programming in the United States: Revolution or Evolution?** University of Texas Press: Austin, 2003.

MULTICHOICE. Multichoice, 2005. Disponível em: <[http://www.superbrands.easysite.org/files/MultiChoice\\_3334.pdf](http://www.superbrands.easysite.org/files/MultiChoice_3334.pdf)>. Acesso em: 25 jan. 2008.

NIELSEN MEDIA RESEARCH. **PBS Consolidated Financial Highlights**. 2006. Disponível em: <<http://www.pbs.org>>. Acesso em 10 jan. 2008.

NORUEGA. **Media in Norway**. Disponível em: <[http://www.regjeringen.no/en/dep/kkd/Documents/veiledninger\\_brosjyrer/1996/Media-in-Norway.html?id=419207](http://www.regjeringen.no/en/dep/kkd/Documents/veiledninger_brosjyrer/1996/Media-in-Norway.html?id=419207)>. Acesso em 16 jun. 2008.

NORUEGA. **The Norwegian Broadcasting Act**. Disponível em: <[http://www.regjeringen.no/nb/dep/kkd/dok/lover\\_regler/reglement/2005/Broadcasting-Act-.html?id=420612](http://www.regjeringen.no/nb/dep/kkd/dok/lover_regler/reglement/2005/Broadcasting-Act-.html?id=420612)>. Acesso em 30 jun. 2008.

OECD. **OECD Communications Outlook 2007**. OECD, 2007.

OPEN SOCIETY INSTITUTE. **Television Across Europe: regulation, policy and independence**, volume 1. Budapeste, 2005. Disponível em: <[http://www.eumap.org/topics/media/television\\_europe/international/entire/book2.pdf](http://www.eumap.org/topics/media/television_europe/international/entire/book2.pdf)> Acesso em 26 mar. 2008.

\_\_\_\_\_. **Television Across Europe: regulation, policy and independence**, volume 3. Budapeste, 2005. Disponível em:

<[http://www.eumap.org/topics/media/television\\_europe/international/entire/book2.pdf](http://www.eumap.org/topics/media/television_europe/international/entire/book2.pdf)>

Acesso em 26 mar. 2008.

PAUL BUDDE COMMUNICATIONS PTY. *2007 Western European Convergence Market*. Disponível em: <[http://www.budde.com.au/buddereports/4459/2007\\_Western\\_European\\_Convergence\\_Market.aspx?sub=EXECUTIVE](http://www.budde.com.au/buddereports/4459/2007_Western_European_Convergence_Market.aspx?sub=EXECUTIVE)>. Acesso em 16 jun. 2008.

PBS. **Consolidated Financial Highlights**, 2006. Disponível em <[www.pbs.org](http://www.pbs.org)>. Acesso em 10 jan. 2008.

PEOPLE'S DAILY. China's 1st digital pay-TV network draws more than 100,000 subscribers. Disponível em: <[http://english.peopledaily.com.cn/200502/03/eng20050203\\_172814.html](http://english.peopledaily.com.cn/200502/03/eng20050203_172814.html)>. Acesso em: 03 abr. 2008.

PEREIRA, Cristiano. Cinema e audiovisual com novo fundo de investimento. **Jornal de Notícias**, 24 jul. 2007. Disponível em: <[http://jn.sapo.pt/2007/07/24/cultura/cinema\\_e\\_audiovisual\\_novo\\_fundo\\_inve.html](http://jn.sapo.pt/2007/07/24/cultura/cinema_e_audiovisual_novo_fundo_inve.html)>.

Acesso em: 19 fev. 2008.

PORTUGAL. Lei nº 30 de 2003. Disponível em: <<http://www.rtp.pt>>. Acesso em: 20 fev. 2008.

\_\_\_\_\_. Lei nº 5 de 2004. Disponível em: <<http://www.anacom.pt>>. Acesso em: 20 fev. 2008.

\_\_\_\_\_. Lei nº 42 de 2004. Disponível em: <<http://www.ica-ip.pt>>. Acesso em: 20 fev. 2008.

\_\_\_\_\_. Lei nº 53 de 2005. Disponível em: <<http://www.erc.pt>>. Acesso em: 20 fev. 2008.

\_\_\_\_\_. Lei nº 27 de 2007. Disponível em: <<http://www.erc.pt>>. Acesso em: 20 fev. 2008.

PRESS REFERENCE. **Netherlands Press, Media, TV, Radio and Newspaper**. Disponível em: <<http://www.pressreference.com/Ma-No/Netherlands.html>>. Acesso em 13 jun. 2008.

RAMOS, Murilo César; MARTINS, Marcus. **Tendências XXI**, Lisboa, Ano I, nº 1, Março de 1996, p. 105-123.

REINO UNIDO. **Broadcasting Act 1990**. Disponível em <[http://opsi.gov.uk/acts/acts1990/Ukpga\\_19900042\\_en\\_1.htm](http://opsi.gov.uk/acts/acts1990/Ukpga_19900042_en_1.htm)>. Acesso em 19 mar. 2008.

\_\_\_\_\_. **Communications Act 2003**. Disponível em <<http://www.opsi.gov.uk/acts/acts2003/20030021.htm>>. Acesso em 19 mar. 2008.

ROSSI, Diego. La radiodifusión entre 1990-1995: exacerbación del modelo privado-comercial. In: MASTRINI, Guillermo. **Mucho ruido, pocas leyes: economía y políticas de comunicación en la Argentina (1920-2004)**. Buenos Aires: La Crujía, 2005, p. 235-256.

ROUKEN, Thomas. **What are we carrying across EU these days?** European Audiovisual Observatory: Estrasburgo, 2005.

RUIZ, Enrique E. Sánchez. El audiovisual mexicano: concentrar para competir? **Global Media Journal**, otoño, v. 1, n. 2, 2004.

RÚSSIA. Federal Law “On the Media”. Disponível em: <<http://www.aktr.ru>>. Acesso em: 08 mai. 2008.

\_\_\_\_\_. Federal Law “On Communications”. Disponível em: <<http://www.minsvyazi.ru>>. Acesso em: 08 mai. 2008.

\_\_\_\_\_. Decree nº 785/2006. Disponível em: <<http://www.aktr.ru>>. Acesso em: 08 mai. 2008.

\_\_\_\_\_. Federal Law “On State Support Cinematography”. Disponível em: <<http://www.aktr.ru>>. Acesso em: 06 mai. 2008.

\_\_\_\_\_. “State policy on the development of the sphere of culture and Mass Communications in the Russian Federation until 2015 and an action plan to implement them”. Disponível em: <<http://www.aktr.ru>>. Acesso em: 05 mai. 2008.

SARFT. **Order nº 36**. Disponível em: <<http://www.sarft.gov.cn>>. Acesso em: 06 abr. 2008.

\_\_\_\_\_. **China paid radio and television broadcasts Present and Future, 2004**. Disponível em: <<http://www.sarft.gov.cn>>. Acesso em: 06 abr. 2008.

\_\_\_\_\_. **2005, the country's provinces (autonomous regions, municipalities) that the percentage of cable TV situation**. Disponível em: <<http://www.sarft.gov.cn>>. Acesso em: 05 abr. 2008.

SCHULZ, Wolfgang; SCHEUER, Alexander. **Media System of Germany**. Hans-Bredow-Institut: Hambrug, 2004. Disponível em <<http://www.hans-bredow-institut.de/forschung/recht/co-reg/reports/1/Germany.pdf>>. Acesso em 14 jan.2008>.

SILVA, Issa Sikiti da. **South Africa: ICASA awards five Pay TV Licences**. All Africa, 2007. Disponível em: <<http://allafrica.com/stories/200709120975.html>>. Acesso em: 25 jan. 2008.

SINCAB. Panorama da cadeia produtiva da indústria de TV por assinatura no Brasil. Sincab, 2008.

SYVERSTEN, Trine e KARLSEN, Gro Maren. **The Norwegian Television Market in the 1990s**. University of Oslo: Oslo, 2000. Disponível em <[http://www.nordicom.gu.se/common/publ\\_pdf/30\\_syvertsen&karlsen2.pdf](http://www.nordicom.gu.se/common/publ_pdf/30_syvertsen&karlsen2.pdf)>. Acesso em 2 jun. 2008.

THE NORWEGIAN BROADCASTING CORPORATION. **Finance**. 13 nov. 2007. Disponível em <[http://fil.nrk.no/informasjon/about\\_the\\_nrk/1.3698410](http://fil.nrk.no/informasjon/about_the_nrk/1.3698410)>. Acesso em: 23 jun. 2008

THE NORWEGIAN POST AND TELECOMMUNICATIONS AUTHORITY. **Analysis of the wholesale market for broadcasting transmission services, to deliver broadcast content to end users**. 20 nov. 2006. Disponível em <[http://www.npt.no/iKnowBase/Content/50719/Market\\_Analysis\\_M18.pdf](http://www.npt.no/iKnowBase/Content/50719/Market_Analysis_M18.pdf)>. Acesso em: 16 jun. 2008.

TRAI. Annual Report 2006-2007. Disponível em: <<http://www.trai.gov.in>>. Acesso em 30 jan. 2008.

UNIÃO EUROPÉIA. Diretiva 2002/21/CE do Parlamento Europeu e do Conselho. Disponível em: <<http://eurlex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2002:108:0033:0050:PT:PDF>>. Acesso em: 23 jun. 2008.

\_\_\_\_\_. Diretiva 2002/22/CE do Parlamento Europeu e do Conselho. Disponível em: <<http://eurlex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2002:108:0051:0077:PT:PDF>>. Acesso em: 23 jun. 2008.

UNESCO. **Trends in Audiovisual Markets: China, Mongolia & South Korea**. Unesco, 2007.

VIRGIN MEDIA. **VMED 2007**. Londres, 2007. Disponível em: <[www.wikinest.com/stock/Virgin\\_Media\\_\(VMED\)](http://www.wikinest.com/stock/Virgin_Media_(VMED))>. Acesso em 26 mar. 2008.

VOUCHOT, Alexandre. **Must Carry Rules**. Disponível em: <<http://twobirds.com/english/publications/articles/MustCarryRules.cfm>>. Acesso em 10 jan. 2008.



WORLDSCREEN INC. TV Data. Disponível em:  
<<http://www.worldscreen.com/europe.php>> Acesso em 10 Abr. 2008.

WU, Irene. **Canada, South Korea, Netherlands and Sweden: regulatory implications of the convergence of telecommunications, broadcasting and Internet services.** Elsevier: Washington, 2003. Disponível em: <[http://www.friends-partners.org/GLOSAS/Global\\_University/Global%20University%20System/List%20Distributions/2008/MTI1925\\_03-04-08/ng03018b%20copy/Key Paper 2 Irena Wu Phorm Pam.pdf](http://www.friends-partners.org/GLOSAS/Global_University/Global%20University%20System/List%20Distributions/2008/MTI1925_03-04-08/ng03018b%20copy/Key_Paper_2_Irena_Wu_Phorm_Pam.pdf)>. Acesso em: 26 mai. 2008.