

São Paulo, 02 de março de 2012

### **Nota sobre a campanha da Sky contra a nova Lei da TV por assinatura (Lei 12.485/11)**

O Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor (Idec), associação civil sem fins lucrativos, atuante desde 1987, de forma autônoma política e economicamente, na promoção da educação, conscientização, defesa dos direitos do consumidor e ética nas relações de consumo vem, através desta nota, repudiar a campanha pública que a empresa Sky promove contra a Lei 12.485/11, conhecida como nova Lei da TV por assinatura.

Utilizando-se de publicidade massiva em canais abertos da televisão brasileira, a campanha da operadora de TV por assinatura veicula informações equivocadas e apela ao senso afetivo e emocional do consumidor, com a utilização de ídolos do esporte e ideias que remetem ao cerceamento da liberdade. Pior que isso, por meio desses artifícios, induz o consumidor a adotar um posicionamento contrário a uma medida que, a ele, é seguramente favorável: a regulação de um segmento comercial para a garantia de mais qualidade do serviço e maior equilíbrio e segurança nas relações de consumo.

Causa perplexidade, especialmente ao movimento de defesa do consumidor brasileiro, a quantidade de inverdades veiculadas pela Sky. Diferentemente do que ela afirma na peça, hoje são ínfimas as opções dos consumidores que pagam, e caro, pelo serviço de TV por assinatura. A nova lei tem o intuito de mudar esse quadro, expandindo tanto o número de empresas prestadoras, algo que deve ampliar a competição e baratear os preços, quanto a oferta de canais e conteúdos, que serão mais vantajosos na quantidade e na diversidade. Assim será garantida a liberdade de escolha do consumidor, direito básico previsto no art. 6º, II, do CDC, e não com a manutenção da situação atual, como deseja a empresa.

A crítica da empresa às cotas de conteúdo nacional é igualmente preocupante, pois, além de tomar pouco tempo da grade semanal, tais cotas preenchem uma grave lacuna do setor, que certamente prejudica a qualidade do serviço prestado: a falta de opções em produções brasileiras. O consumidor não deve ser obrigado a assistir aos conteúdos de seu país, mas deve ter a oportunidade de fazê-lo, se quiser. Ficar refém dos pacotes escolhidos pelas operadoras, na prática, não representa essa opção.

Além disso, invocar o gosto dos brasileiros e brasileiras por esportes para sustentar equivocadamente que a nova lei restringirá sua transmissão - sendo que ela não impacta os canais esportivos - é uma infração a outro princípio fundante da defesa do consumidor: o direito à informação correta, clara e adequada sobre os serviços prestados, conforme o art. 6º IV, do CDC.

A campanha também demonstra uma atitude desrespeitosa para com os assíduos telespectadores brasileiros. Lançando mão do renome de sua marca para ser aceita e ouvida dentro dos lares brasileiros, a empresa veicula informações falsas e aproveita-se da vulnerabilidade do consumidor para induzi-lo a agir em nome do interesse comercial da própria empresa. Atua, assim, em desacordo com a boa fé, que é princípio básico da Política Nacional das Relações de Consumo (art. 4º, III, do CDC).

Por fim, a empresa Sky tenta passar a ideia de que a regulação do segmento de TV paga é ruim para os consumidores e que a atuação de uma agência reguladora, como a Ancine, representa interferência e controle do setor. Isso é um verdadeiro desserviço à ética nas relações de consumo. A regulação de um setor serve para equilibrar os interesses dos atores envolvidos, evitar assimetrias, construir normas e critérios para qualidade dos serviços e fiscalizar infrações, falhas e abusos, contribuindo sobremaneira para a proteção da parte mais vulnerável das relações estabelecidas, que é o consumidor. É tamanha a importância da regulação que os serviços mais importantes para a sociedade, como telecomunicações, energia, água e saúde, são regulados por uma agência responsável. Se a empresa compreendesse que o segmento em que ela própria atua é estratégico e importante para o país, incentivaria a regulação, nunca o contrário.

O Idec, em defesa dos consumidores brasileiros, lamenta a campanha empreendida pela Sky e apela à sua responsabilidade, para que, em nome do respeito a esses consumidores, retire imediatamente do ar a peça publicitária.

**Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor (Idec)**