



Por que as Regras da Internet Brasileira precisam mudar?

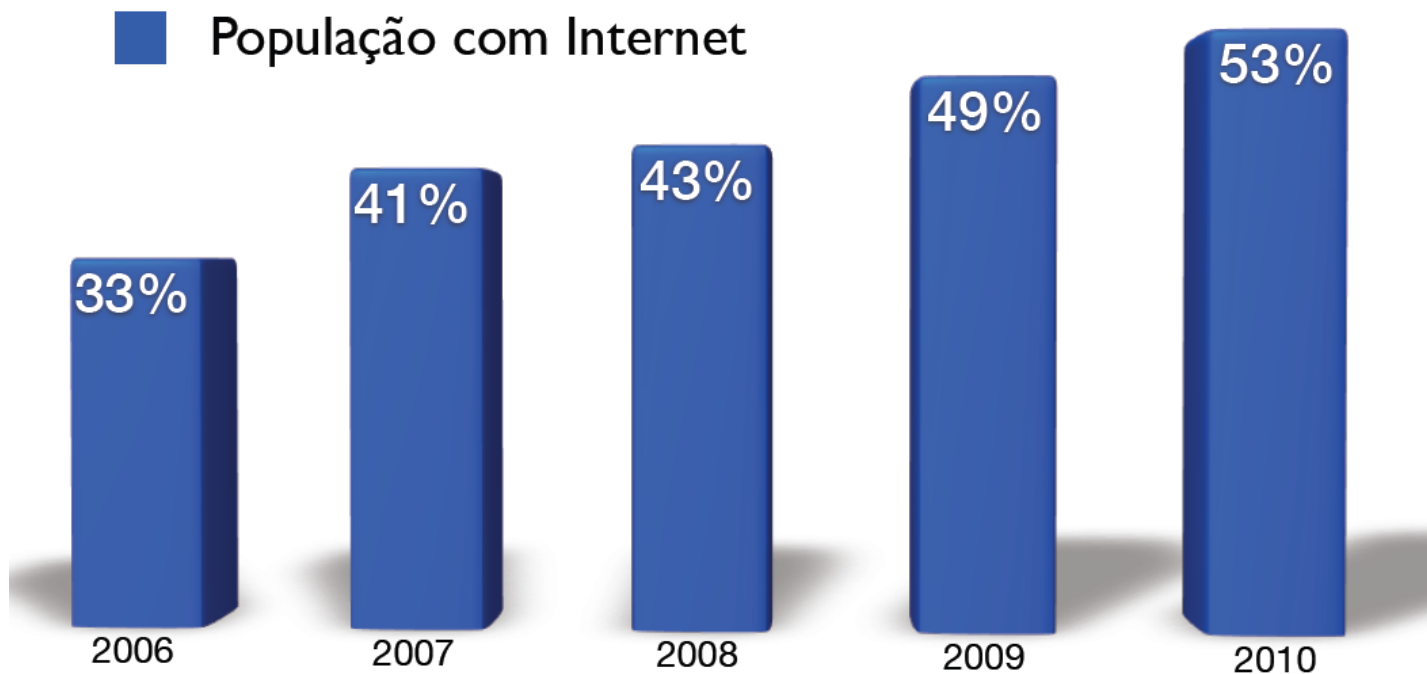
Audiência Pública CCTCI

29/11/2011

1- PANORAMA DE MERCADO: INTERNET NO BRASIL

INTERNET EM PLENA EXPANSÃO NO BRASIL

As classes C e D são as responsáveis por quase todo o crescimento nos últimos 3 anos



UMA VERDADEIRA MÍDIA DE MASSA

Terceira maior média em alcance no país, com 81 milhões de pessoas

- ▶ **81** milhões de brasileiros
- ▶ **26h16** de consumo mensal
- ▶ **2.532** de páginas visitadas

COM MÚLTIPLAS OFERTAS DE CONTEÚDO

Todos competindo pela atenção dos usuários

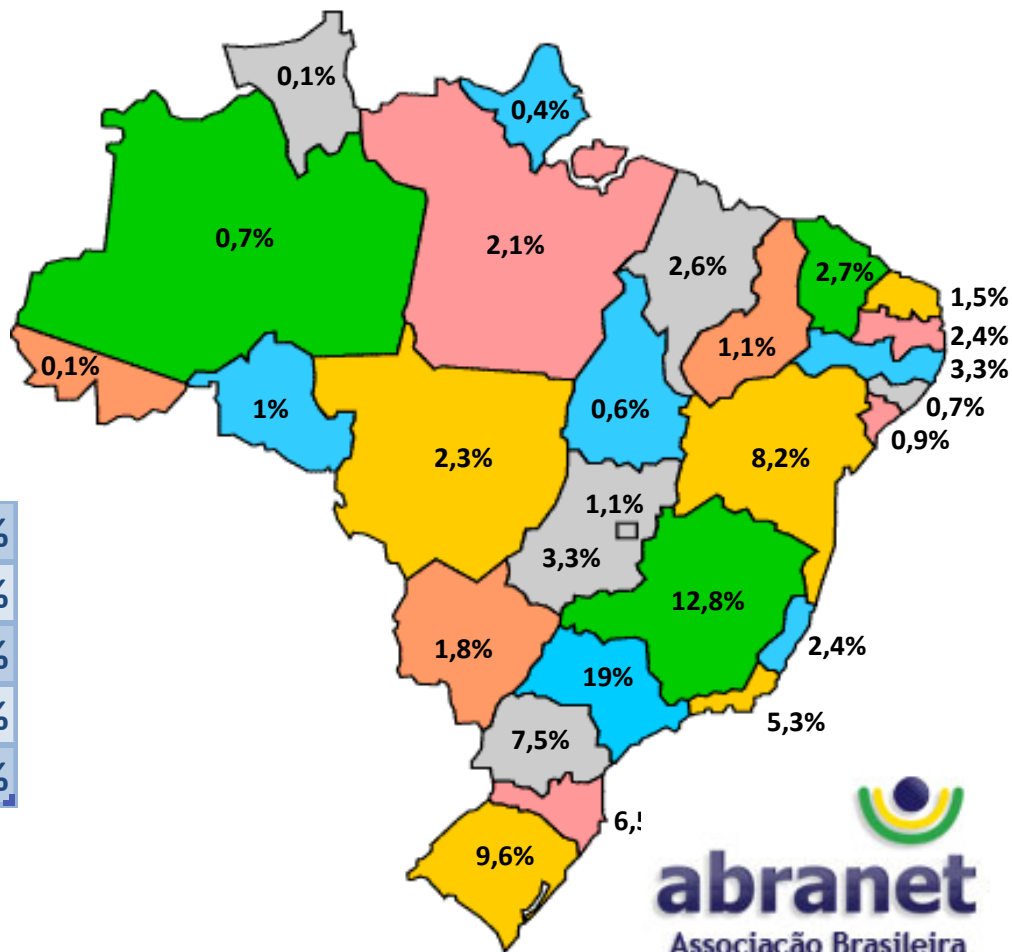
Youtube UOL Orkut
MSN
Globo Facebook Estadão
Terra IG
MTV Wordpress Abril
Google Vevo Lancenet Wikipedia
Twitter
Pop Yahoo! R7

2- UM POUCO SOBRE PROVEDORES

MAIS DE 6 MIL PROVEDORES EM TODO O PAÍS

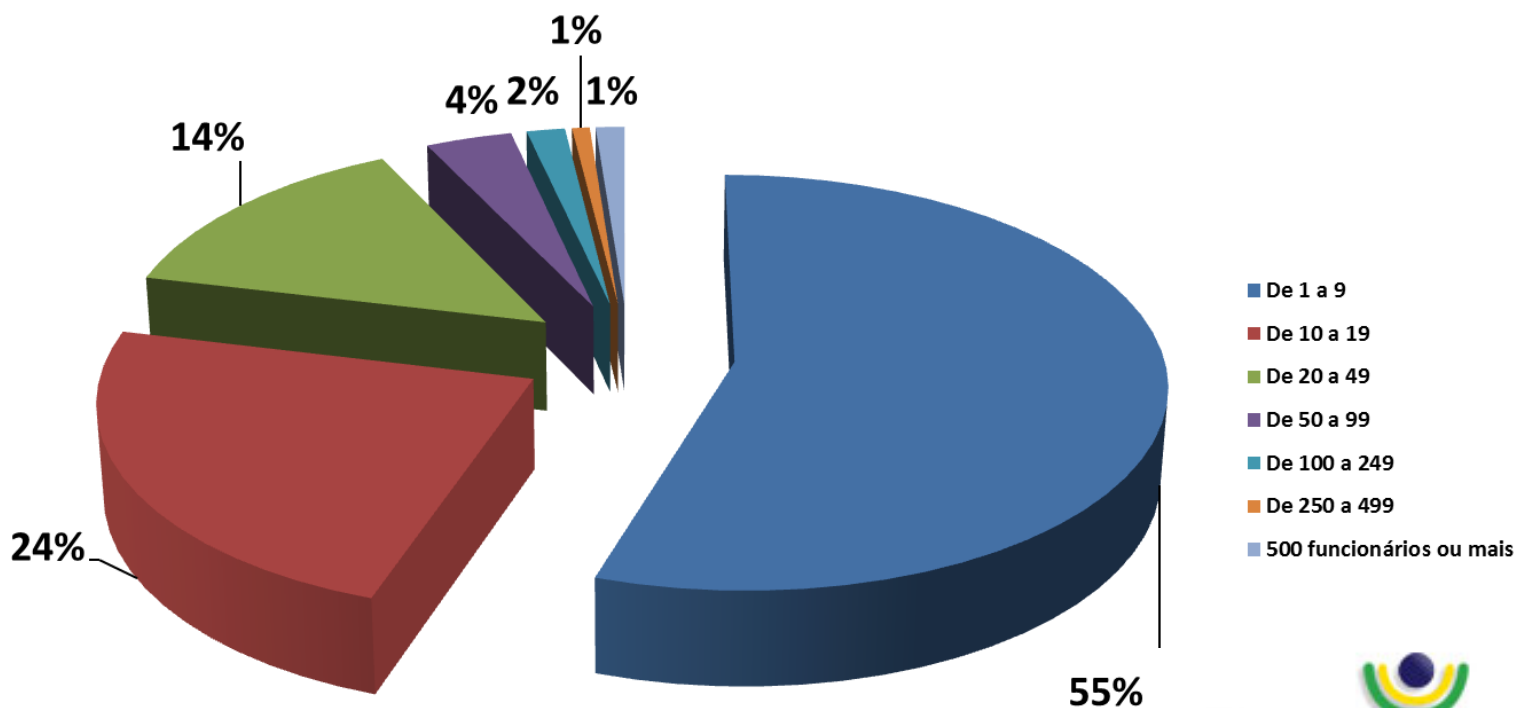
Distribuição de Provedores por Estado (%)

Norte	5,0%
Nordeste	23,5%
Centro Oeste	8,4%
Sudeste	39,5%
Sul	23,6%



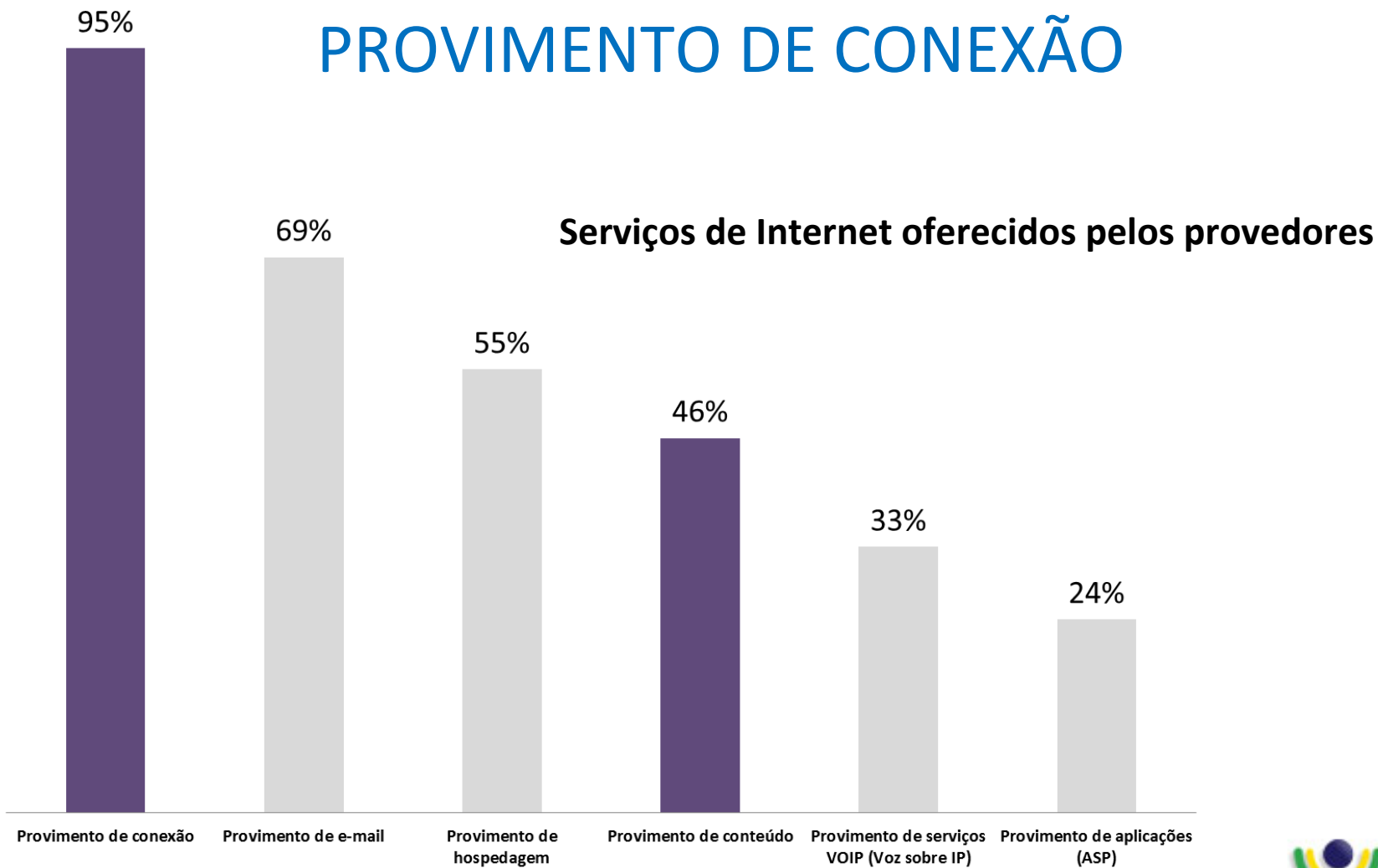
150.000 EMPREGOS DIRETOS E INDIRETOS

Empresas de médio e pequeno porte são maioria:



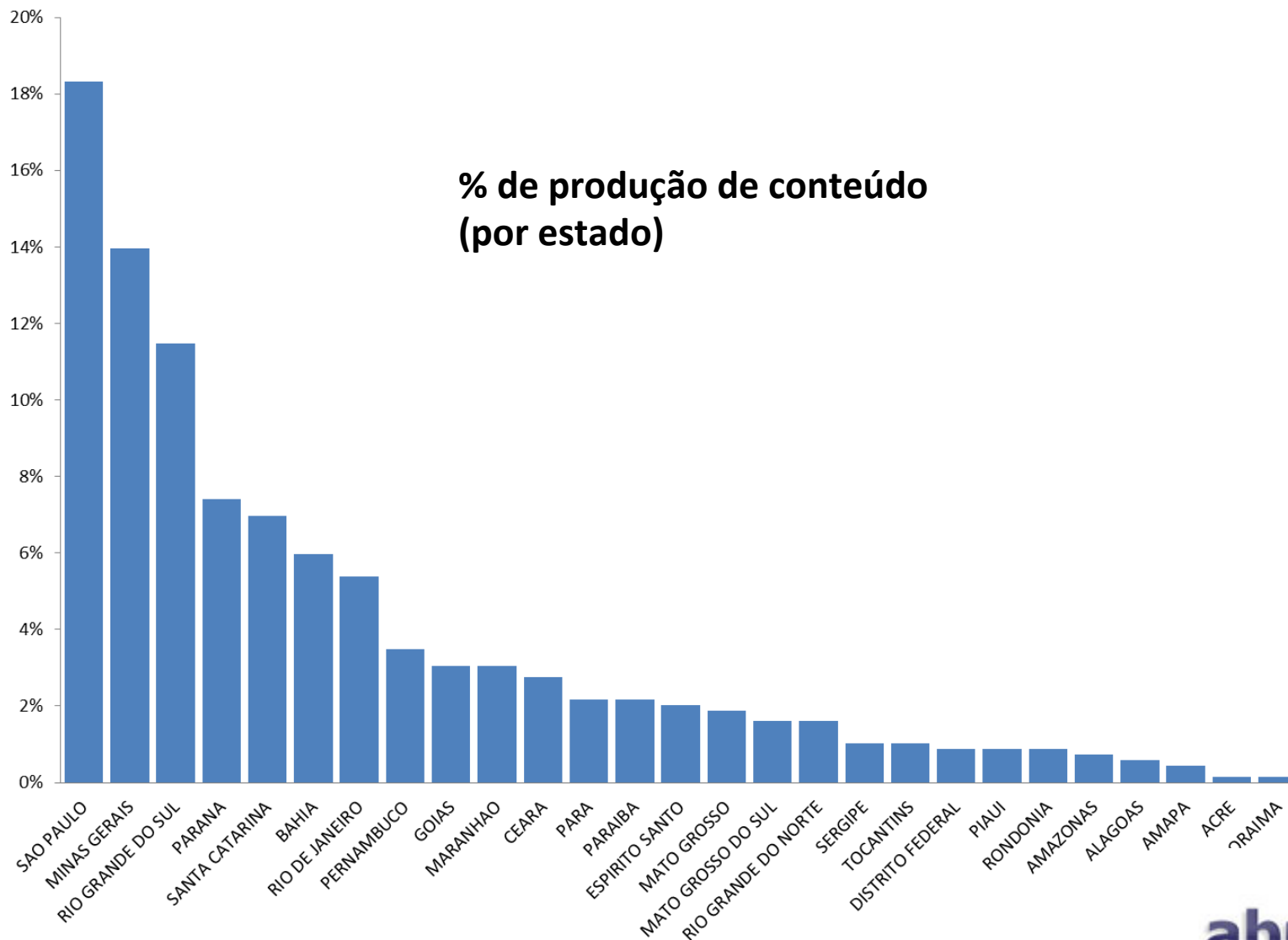
Fonte: Pesquisa CGI.br

POSSUEM COMO PRINCIPAL ATIVIDADE O PROVIMENTO DE CONEXÃO



...QUE CONTRIBUI PARA A PRODUÇÃO DE CONTEÚDO LOCAL

**% de produção de conteúdo
(por estado)**



...E SERVIÇOS ALÉM DA AUTENTICAÇÃO:

- autenticação na rede da operadora
- conteúdos exclusivos
- correio eletrônico
- suporte técnico
- hospedagem de sites
- atendimento 24x7
- software de antivírus
- software de controle dos pais
- backup de arquivos
- entre outros

E OPÇÕES DE COMPRA PARA OS CONSUMIDORES

Preços dos pacotes voltados para todas as classes sociais

R\$ 0

Grátis



R\$ 30

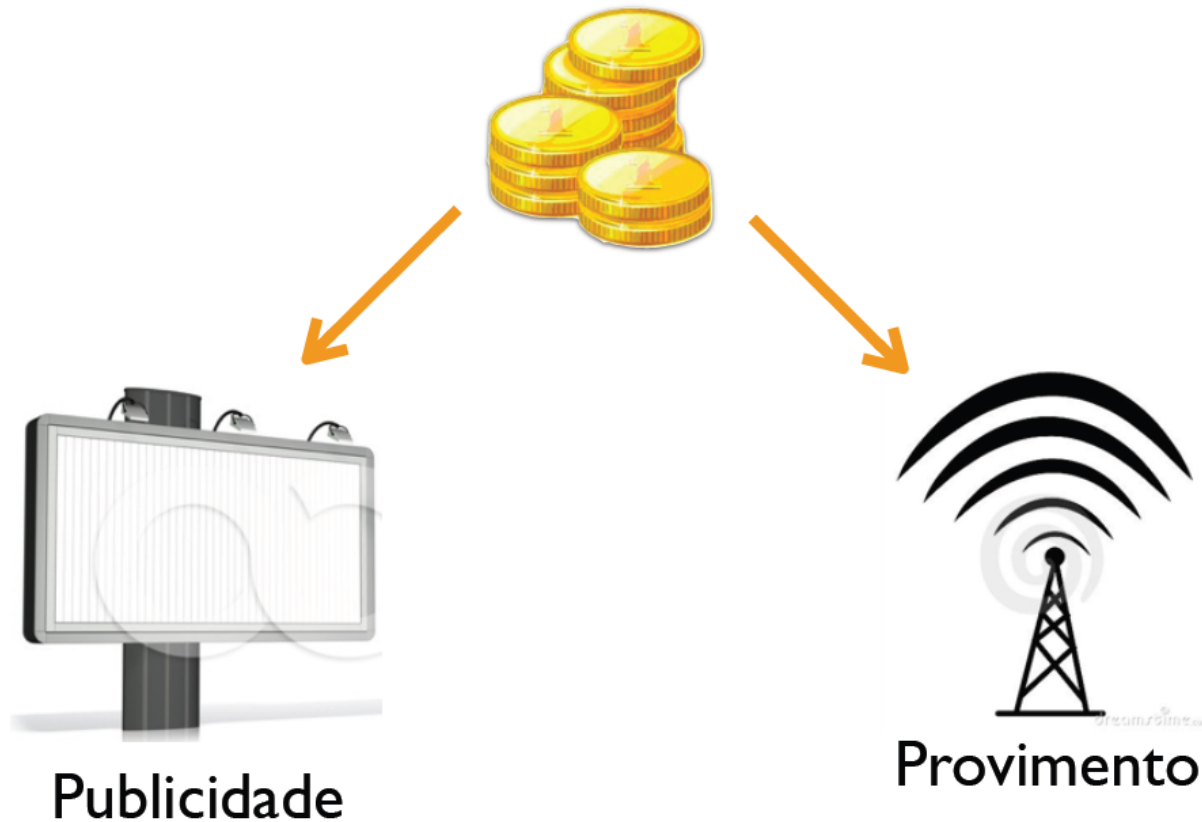
Completo

Classes CD

Classes AB

2.1- PRODUÇÃO DE CONTEÚDO NACIONAL DE QUALIDADE :

FONTES DE RECEITA DOS PROVEDORES



NO BRASIL, A PUBLICIDADE ESTÁ CONCENTRADA DE UM LADO

Mais de 60% concentrado em players (tecnologia)

tecnologia

pressão

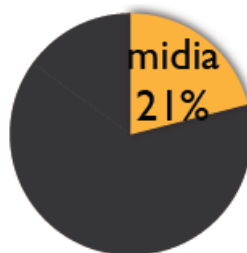
mídia

telco

Tempo Online (%)



Faturamento (%)



E O PROVIMENTO DE CONEXÃO DO OUTRO

Grupos de telecomunicações dominam o mercado de acesso

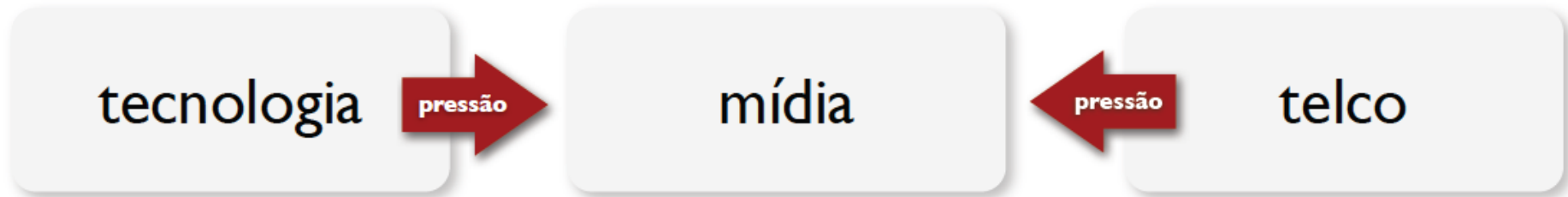


Acesso BL
ADSL (%)



COLOCANDO O CONTEÚDO DE QUALIDADE EM RISCO

Com pressão dos dois lados, conteúdo de qualidade nacional perde viabilidade econômica



Publicidade



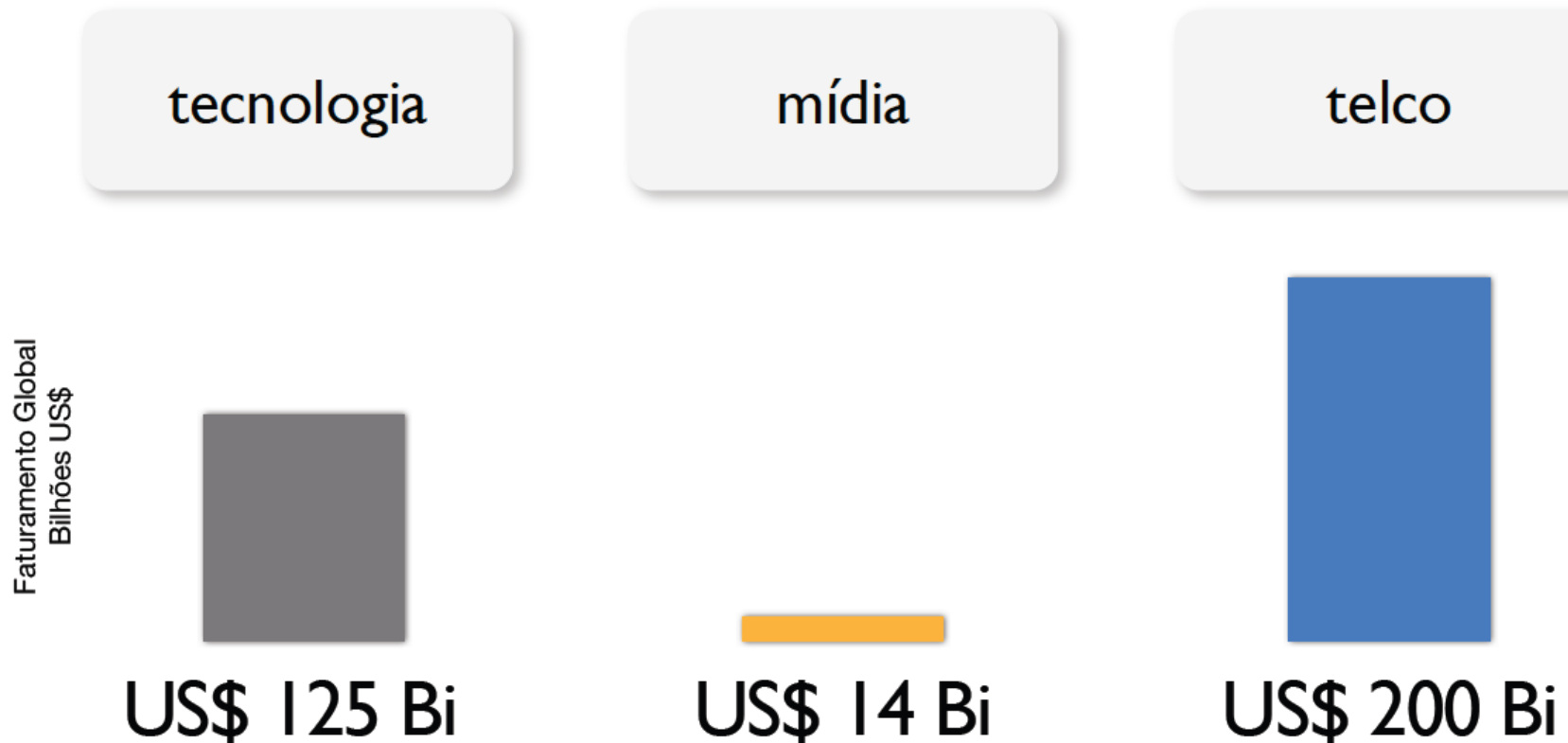
?



Provimento
de Acesso

COM PODERIO ECONÔMICO DESPROPORCIONAL

Escala global da internet e tecnologia favorece grupos estrangeiros



TRÊS GRANDES SEGMENTOS SE DESTACAM

Dois deles com participação (ou totalidade) estrangeira *

tecnologia*

Google
Microsoft
Facebook
Yahoo!
Twitter

mídia

Folha
Globo
Abril
Record
Estadão

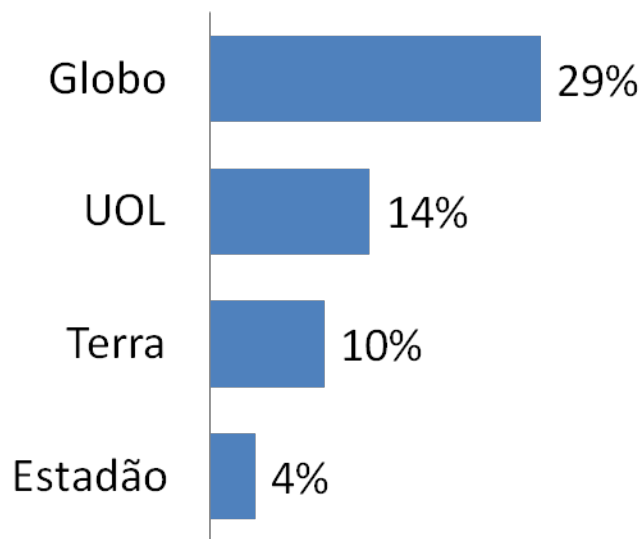
telcos*

Telefônica
Oi
GVT
Embratel/Net

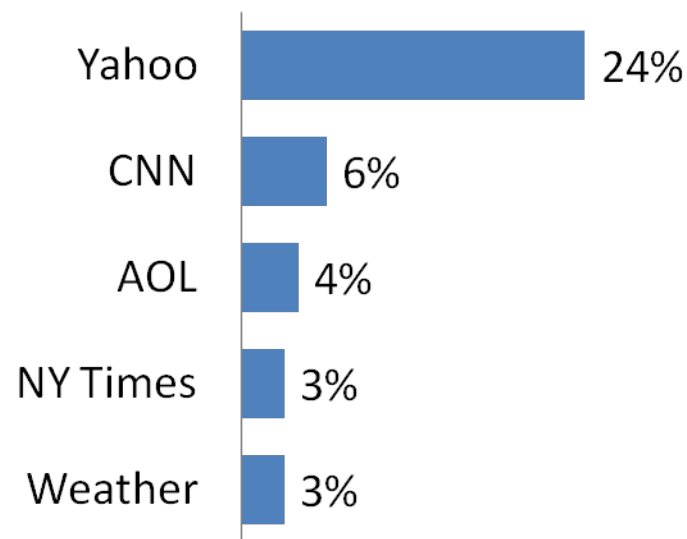
SEGMENTO DE NOTÍCIAS GRÁTIS NO BRASIL RESISTE

Nos EUA, empresas de tecnologia comoditizaram a informação

Ranking BR



Ranking US



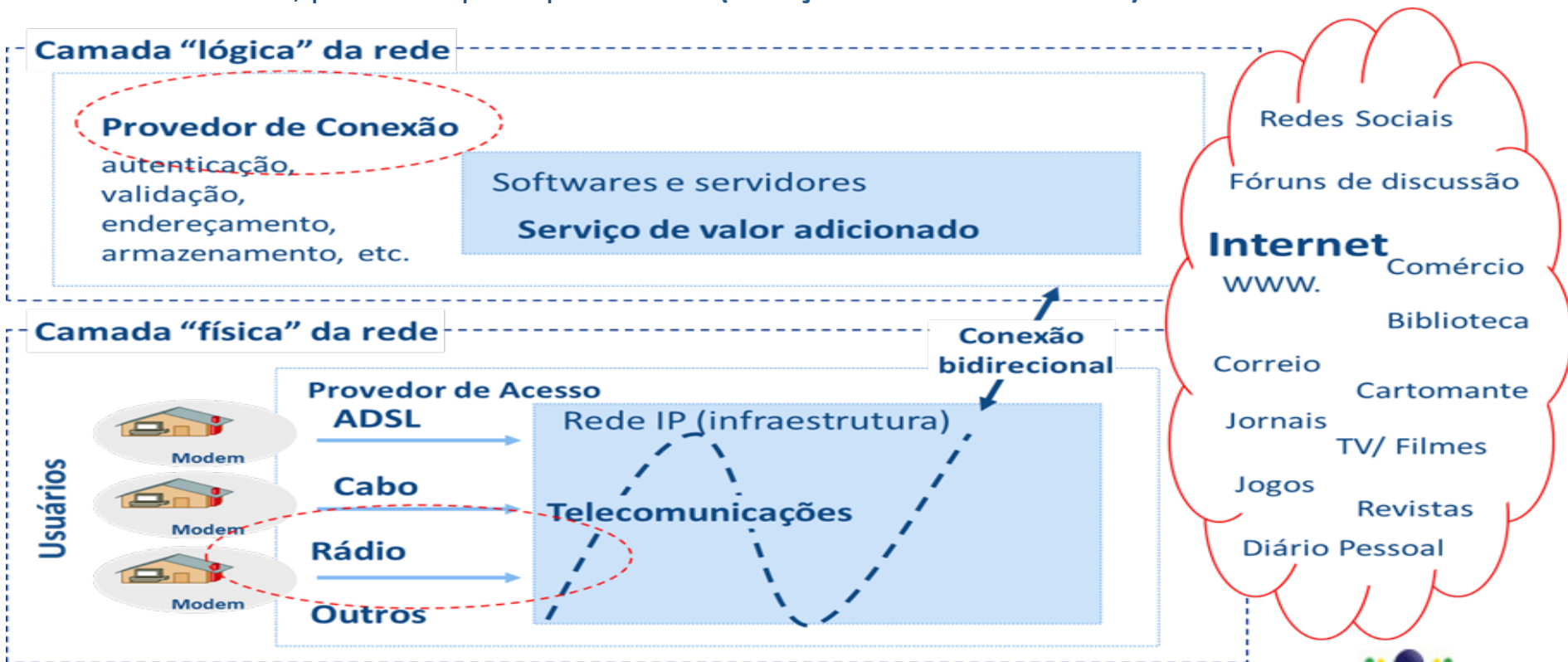
4- POR QUE AS REGRAS DA INTERNET BRASILEIRA NÃO DEVEM MUDAR?

COMO FUNCIONA A INTERNET

Para o acesso à Internet, dois serviços são necessários:

a) O **acesso em sentido estrito**, que é a infraestrutura (**telecom**)

b) A **conexão à Internet**, que são os serviços lógicos de autenticação, validação, endereçamento IP, dentre outros, prestados pelos provedores (**serviço de valor adicionado**)



COMO FUNCIONA HOJE

Distinção clara entre serviços:

1. Serviço de Telecomunicações (Infra estrutura e **Meios Físicos**)

2. Serviço de Valor Adicionado
(**Ambiente de Navegação** à Internet)

Norma 04/95 do Minicom

Lei Geral de Telecomunicações
(Lei 9.472/97, Artigos 61 e 86)



O QUE AS REGRAS ATUAIS DEFENDEM?

- ✓ Liberdade de Escolha ao **Consumidor**
- ✓ Condições Isonômicas de Acesso às Redes de Telecomunicações
- ✓ **Competição** entre os Provedores Independentes e os provedores das concessionárias
- ✓ Produção de **Conteúdo Nacional**
- ✓ Regionalização dos conteúdos
- ✓ Incentivo à Pequena e Média Empresa
- ✓ Incentivo à **Inovação** Tecnológica
- ✓ Menor tributação
- ✓ Neutralidade de Redes
- ✓ Qualidade e Segurança ao Consumidor



QUAIS FORAM OS RESULTADOS DAS REGRAS ATUAIS?

+ 6.000 empresas

Atuação de empresas de diversos portes,
desde pequenas negócios a grandes grupos
de telecomunicações e mídia



QUAIS FORAM OS RESULTADOS DAS REGRAS ATUAIS?

Quase **R\$ 1 Bilhão** de receitas ao ano

Desenvolvimento de **empresas brasileiras** de base tecnológica com **foco na inovação**



QUAIS FORAM OS RESULTADOS DAS REGRAS ATUAIS?

“Os usuários **brasileiros** são os que navegam por **mais tempo na web** em todo o mundo”



- ✓ A preferência do brasileiro é pelo **conteúdo nacional**.
- ✓ **9** dos **20** sites mais acessados no Brasil são de **empresas brasileiras**.

Fonte: ComScore

QUAIS FORAM OS RESULTADOS DAS REGRAS ATUAIS?

Brazilians show strong preference for local content



- Nine of the top 20 Internet properties are Brazilian, and an additional 5 are Latin American or Portuguese sites
- Google, the #1 property in Brazil, draws its popularity from its search engine and Orkut, while Microsoft traffic is driven by MSN Live Messenger. Both benefit from localized content versions and a strong Brazilian version of the brand. Continued success depends on their ability to diversify and provide other offerings that cater to the Brazilian audience

Top Properties in Brazil	Key Sites	Total Unique Visitors (000)	% Reach in Brazil
Total Internet : Total Audience		26,221	100.0
Google Sites	Google Search, Orkut	23,755	90.6
Microsoft Sites	Windows Live Messenger, Windows Live Hotmail	22,718	86.6
UOL Sites	UOL.COM.BR	18,294	69.8
Organizações Globo	Globo.com, Globo Videos	15,448	58.9
Terra Networks	Terra Brasil	14,594	55.7
Grupo Brasil Telecom	iG.com	14,012	53.4
Yahoo! Sites	Yahoo! Answers, Homepages, Search	13,912	53.1
MercadoLibre	MERCADOLIVRE.COM.BR	10,909	41.6
Wikimedia Foundation Sites	Portuguese Wikipedia	8,546	32.6
Lojas Americanas	Submarino, AMERICANAS.COM	8,095	30.9
WordPress		7,119	27.2
BuscaPé Inc.	BUSCAPE.COM.BR	4,780	18.2
Grupo Abril	ABRIL.COM.BR	4,491	17.1
Oi - Grupo Telemar	OI.COM.BR	3,572	13.6
Adobe Sites		3,480	13.3
CAIXA.GOV.BR		3,384	12.9
Portugal Telecom	Sapo.pt	3,258	12.4
Grupo Carso	Claro Sites	3,183	12.1
SP.GOV.BR		3,182	12.1
Batanga	SONICO.COM	3,137	12.0

Distribution of Pages Viewed by Language



A MUDANÇA PROPOSTA PELO GOVERNO FEDERAL



- ✓ **Verticalização** de toda a cadeia de acesso à Internet nas Concessionárias de Telecomunicações
- ✓ **Fim da Competição** entre Provedores Independentes e os ligados às Concessionárias
- ✓ **Fim das Condições Isonômicas de Acesso**, pelos provedores, às Redes de Telecomunicações
- ✓ **Desestímulo econômico a produção de conteúdo nacional** por provedores, que passariam a ser empresas de telecomunicações
- ✓ **Aumento da tributação** do setor
- ✓ **Fechamento de um mercado** naturalmente livre, que passará a depender de outorga do estado

COMPARANDO...

REGRAS ATUAIS



NOVAS REGRAS PROPOSTAS PELO GOVERNO



QUEM PERDE COM AS NOVAS REGRAS PROPOSTAS PELO GOVERNO?

- ✓ O **Consumidor**, que terá pouca ou praticamente nenhuma opção de escolha, preocupante em mercados menos atrativos como as Regiões Norte e Nordeste.
- ✓ O **Consumidor**, que pagará mais caro por serviços de Internet com baixa qualidade, sujeitos a pouca concorrência e impostos maiores ligados às telecomunicações.
- ✓ A **Livre Concorrência**, já que não existirão condições isonômicas de acesso às redes de telecomunicações entre os provedores independentes e os ligados às concessionárias.



QUEM PERDE COM AS NOVAS REGRAS PROPOSTAS PELO GOVERNO?

- ✓ As **Pequenas e Médias Empresas**, que não terão espaço em um mercado concentrado e verticalizado nos grupos econômicos das concessionárias de telecomunicações.
- ✓ O desenvolvimento de Pesquisa e **Inovação** Tecnológica nas empresas brasileiras, que estarão fora deste mercado
 - Sucateamento na distribuição de serviços adicionais de tecnologia
 - desenvolvimento de software para internet
- ✓ A Produção de **Conteúdo Nacional**



NUNCA É DE MAIS LEMBRAR:



O serviço de conexão à Internet, regulado pela LGT e pela Norma 4/95 como um serviço de valor adicionado, e **é necessário para o acesso à web em qualquer tecnologia (ADSL, cabo, celular);**

Transformar em serviço de telecomunicações a conexão à Internet significa criar mais um mercado de atuação restrita, e entregá-lo às concessionárias, que **hoje já prestam a conexão através de seus provedores co-ligafos, porém com obrigações de isonomia frente aos provedores independentes.**

QUEM GANHA COM AS NOVAS REGRAS PROPOSTAS PELO GOVERNO?





Obrigado

Eduardo Parajo
parajo@abranet.org.br