



# **PL 29/07**

## **Audiência Pública Comissão de Defesa do Consumidor**

**Alexandre Annenberg**

**13/11/2008**

# ABTA

## Canais Pagos (87)



## Operadores (190)



## Fornecedores





# TV ABERTA: UM ÚNICO CANAL X TV PAGA: MULTIPLICIDADE DE CANAIS

- **Esportes:** ESPN, **Sportv**, **Bandsports**, PFC, Golf, ...
- **Filmes:** HBO, **Telecine**, **Eurochannel**, AXN, **Canal Brasil**, TNT, ...
- **Notícias:** **Globo News**, FOX News, CNN, **Band News**, BBC, ...
- **Infantis:** Cartoon, Nickelodeon, **Rá-Tim-Bum**, Disney, Jetix, ...
- **Étnicos :** NHK, RAI, TV5, TVE, DW, ...
- **Educativos:** **TV Escola**, **Futura**, **Universitário**, History Channel, ...
- **Documentários:** Discovery, Animal Planet, N. Geographic, ...
- **Variedades:** **Multishow**, Sony, **MTV**, A&E, ...
- **Públicos:** **TV Senado**, **TV Câmara**, **TV Justiça**, **Comunitário**, ...
- **Outros:** **Climatempo**, **Canal Rural**, **Premiere**, ...
- **Pay-per-View**

Em vermelho: canais nacionais



# CADEIA DE VALOR

**Produção**

**Programação**  
(Canais)

**Empacotamento e  
Distribuição**

- Radiodifusores
- Estúdios
- Produtores independentes

- Globosat
- Turner
- HBO
- Fox
- Discovery
- Canais Abril

- NET (Cabo)
- SKY (DTH)
- TVA (Cabo e MMDS)
- Viacabo (Cabo)
- ITSA (MMDS)



# **CONTEÚDO: PRODUÇÃO E PROGRAMAÇÃO**

## **Instrumentos balizadores:**

- **Lei de Imprensa**
- **Lei de Direitos Autorais**
- **Liberdade de expressão**
- **Diversidade de fontes de informação**
- **Preservação da identidade e cultura nacional**
- **Código de Auto-Regulamentação Publicitária e questões relativas à publicidade e patrocínio.**



# CONTEÚDO: DISTRIBUIÇÃO

## Instrumentos balizadores:

- **Proteção aos Direitos do Consumidor**
- **Restrições quanto à transmissão de conteúdo ilegal ou danoso**
- **Estatuto da Criança e do Adolescente**
- **Regulamentação expedida pela ANATEL**



## **DESAFIO #1**

**Criação de marcos regulatórios específicos  
para os elos da cadeia de valor  
observando as peculiaridades de cada um**



# CONVERGÊNCIA

**Diferentes plataformas podem oferecer mesmos serviços**

**Telefonia Fixa**

**Telefonia Móvel**

**TV por Assinatura**



**Vídeo**

**Dados (Banda Larga)**

**Voz**

**desde que haja mecanismos que garantam a competição**





## **DESAFIO #2**

**A prestação dos serviços deve ser tratada  
de forma isonômica:**

**as plataformas de distribuição podem ser diferentes mas,  
para mesmos serviços,  
mesmas regras**



# NOVO MARCO REGULATÓRIO

- **Princípios que nortearam a LGT**
  - Privatização (OK, funcionou)
  - Universalização (razoável, graças à telefonia móvel)
  - Competição (até hoje não funcionou: não há *unbundling*, portabilidade numérica, ...)
- **Quais os Novos Princípios (da Convergência)?**
  - No mínimo, Competição



# COMPETIÇÃO (1)

**É a maior garantia do respeito aos Direitos do Consumidor**

- **Gera Inovação Tecnológica**
- **Produz maior Qualidade do Serviço**
- **Provoca queda dos Preços**
- **Estimula a Universalização do Serviço**



## COMPETIÇÃO (2)

- **Na TV por Assinatura a competição está presente:**  
**Cabo X DTH X MMDS**  
(cada uma das tecnologias tem múltiplos operadores – cerca de 190 no total)
- **Na Telefonia Móvel também há acirrada competição:**  
**Oi X TIM X Claro X Vivo X Nextel**  
(5 operadores)
- **Na Telefonia Fixa Local há quase-monopólios que não competem entre si:**  
**Telefonica X Oi (Telemar) X Brasil Telecom**  
(3 operadores)



# COMPETIÇÃO (3)

**Exige a implementação prévia de regras de transição:**

**portabilidade numérica**

**desagregação de redes**

**Deve impedir:**

**subsídios cruzados**

**(utilização de recursos financeiros provenientes da exploração de serviço prestado em regime público para financiar a prestação de serviços em regime privado)**



# COMPETIÇÃO X RISCO DE MONOPÓLIOS

## O que desejamos?

- É necessário preservar a existência de redes concorrentes impedindo a formação de monopólios/oligopólios.
- Para o consumidor é essencial que não haja controle de múltiplas redes por um mesmo operador na mesma área de prestação de serviço
  - Cabo
  - DTH
  - MMDS
  - Par de Cobre
  - WiMax

A concentração de redes por um mesmo Operador, na mesma área de prestação de serviços, cria obstáculos à competição o que, conseqüentemente, traz desvantagens para os consumidores.



# DESEQUILÍBRIO COMPETITIVO

- **Faturamento**

Teles	<b>150 Bilhões</b>
-------	--------------------

TV por Assinatura	<b>7 Bilhões</b>
-------------------	------------------

- **Concessões**

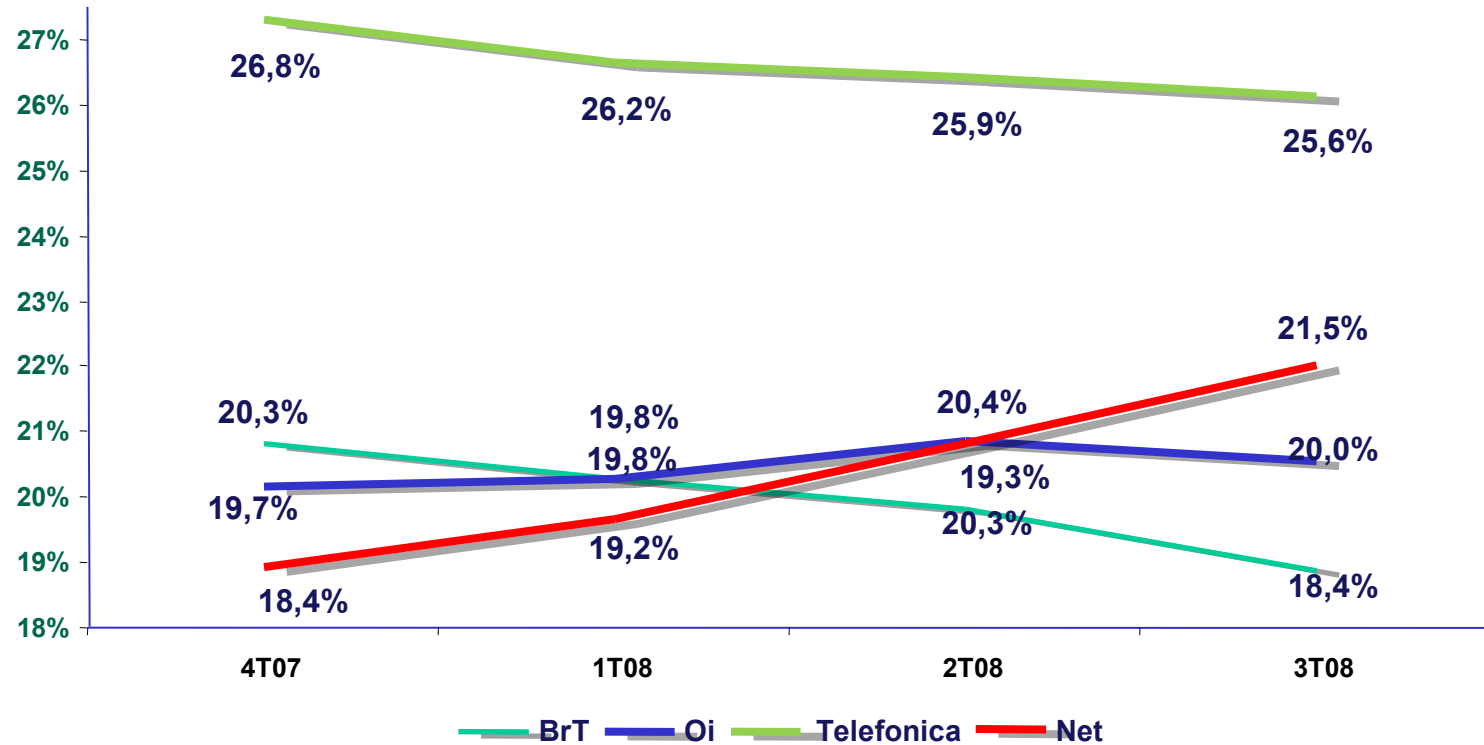
Teles	<b>5564 Municípios</b>
-------	------------------------

TV a Cabo	<b>280 Municípios</b>
-----------	-----------------------

MMDS	<b>84 Municípios</b>
------	----------------------

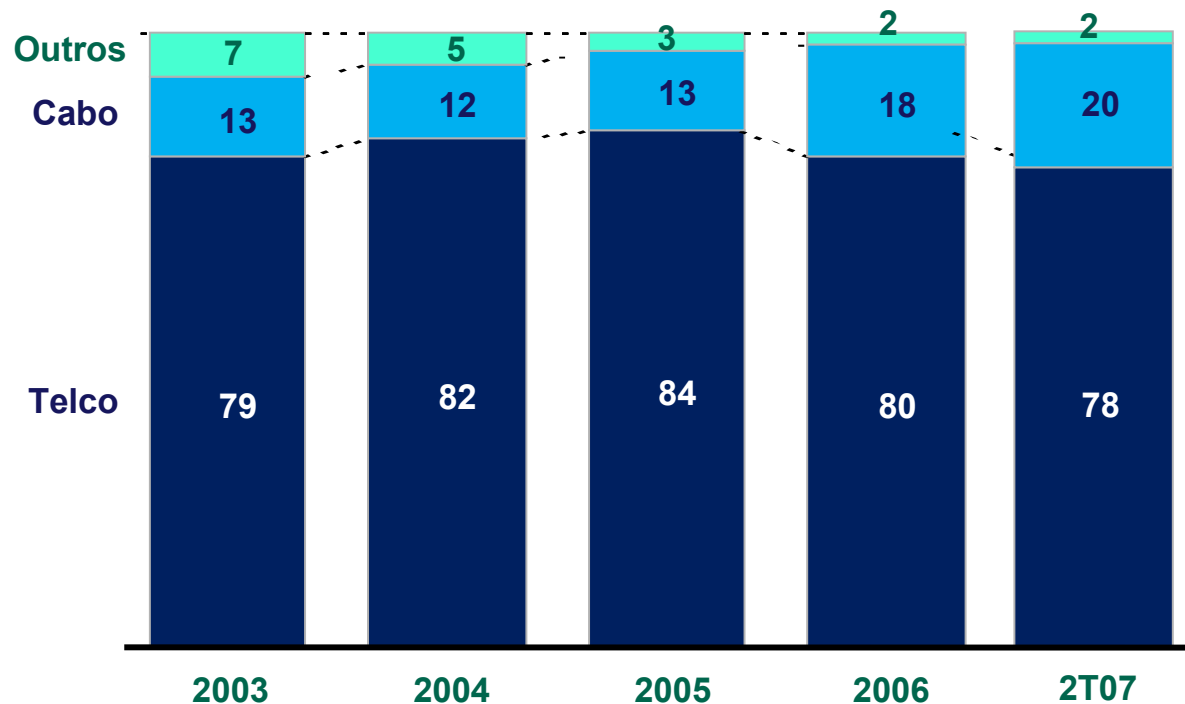
este desequilíbrio mostra que TV por Assinatura é um negócio de pouco valor para as teles. Oferecer vídeo é apenas uma medida para defender seu mercado principal: voz e banda larga

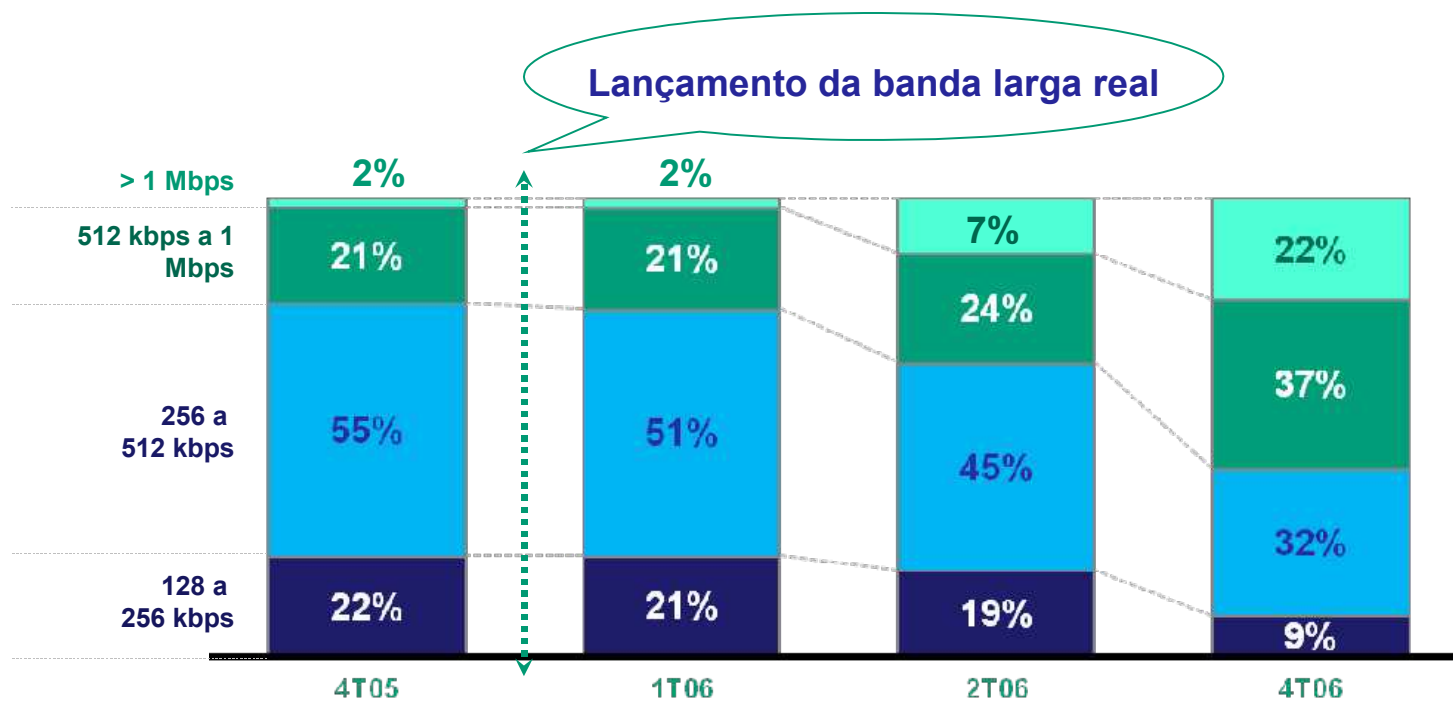
# EVOLUÇÃO DE MARKET SHARE DE BANDA LARGA



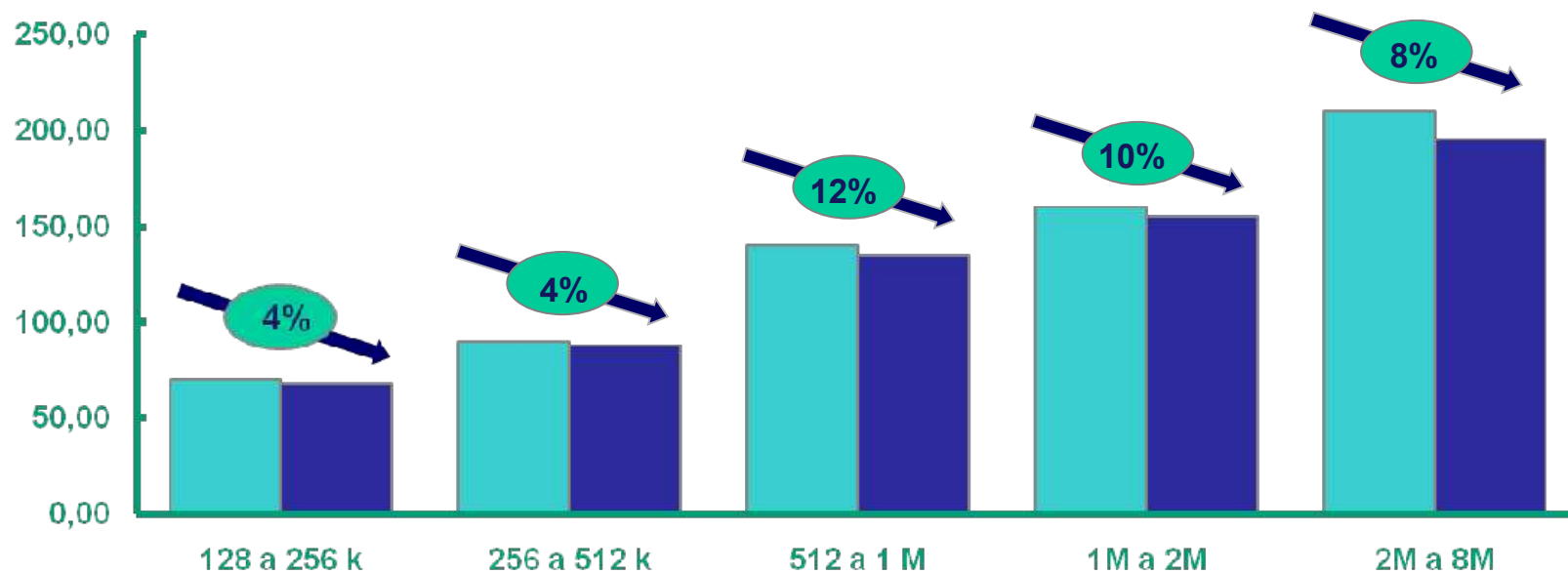


# EVOLUÇÃO DE MARKET SHARE DE BANDA LARGA





**A ITU (*Internacional Telecommunication Union*) adota definição de banda larga como a capacidade de transmissão que é superior a 1.5 ou 2.0 Megabits por segundo (Mbps)**



- Redução média de 8% nos preços praticados pelo mercado
- Faixas mais altas com maiores quedas – incentivo à migração da base de usuários

\* IP dedicado não considerado; valores das oito prestadoras de serviço no Brasil

Fonte: IDC – Barômetro Cisco da Banda Larga – 4º TRI/06



## DESAFIO #3

**Deve-se estar atento para impedir que os monopólios controlem simultaneamente múltiplas redes e sufoquem os mercados competitivos**

***“para se assegurar que a competição efetivamente se desenvolva, é necessário que o órgão regulador atente também para as prováveis tentativas dos operadores visando dominar o mercado. Uma das maneiras possíveis é a acumulação de outorgas para diferentes serviços...”.***

**(Ministro Sérgio Motta na exposição de motivos da LGT)**



# CONTEÚDO NACIONAL

- **Cotas: política ineficaz, complexa e intervencionista**  
**As reservas de mercado levam**
  - à baixa qualidade do conteúdo
  - ao alto preço
  - ao cerceamento da livre disseminação de idéias e conteúdos
  - à intervenção nos meios de comunicação
- **Política para o audiovisual nacional exige:**
  - Subsídios para a produção
  - Incentivos para a distribuição em todas as janelas de exibição

(Cinemas, DVDs, Locadoras, TV por Assinatura, TV aberta, etc...)



# NOVAS SOLUÇÕES

**A Convergência veio trazer novas e arrojadas propostas para superar o problema da economia de escala do conteúdo nacional**

- **Conteúdo gerado pelo usuário (*User Generated Content*)**

**Exemplos:** *YouTube*, *FizTV*, *Copa do Mundo*

- **Proliferação de Blogs e Wikis voltados para comunidades**



## **DESAFIO #4**

**Regular o mínimo indispensável  
para não engessar o futuro,  
mas o suficiente para garantir a competição**



# OBRIGADO

[annenbergl@abta.org.br](mailto:annenbergl@abta.org.br)