

PROCESSO ADMINISTRATIVO**Nº 08012.003048/2001-31**

Representante: Associação Neo Tv e Outras.

Representadas: Globosat Programadora Ltda. e Globo Comunicações Ltda.

PROCESSO ADMINISTRATIVO**Nº 08012.003048/2001-31**

Representante: Associação neo tv e outras.

Advogados: Fernando de Oliveira Marques, João Sarti Júnior, Vicente Bagnoli e outros.

Representadas: Globosat Programadora Ltda. e Globo Comunicações e Participações Ltda.

Advogados: Simone Lahorgue Nunes, José Américo Pereira dos Santos Buentes, José Carlos Benjó e Outros.

Relator: Conselheiro Paulo Furquim de Azevedo.

Publicado no D.O.U.: 08.06.2006.

DESPACHO/gab PFA nº 030/2006

Pauta-se o presente despacho na apresentação de uma proposta de Termo de Compromisso de Cessação (TCC), resultante de discussões travadas com os representantes da empresa Globosat. Essa representada, durante o curso deste processo no CADE, novamente oficializou seu interesse em firmar um acordo, nos moldes previstos no art. 53 da Lei nº 8.884/1994, frustradas as tentativas no mesmo intuito ocorridas com a Secretaria de Direito Econômico (SDE) na fase instrutória.

Após discussão sobre o desenho das restrições cabíveis ao mercado em questão, com a presença de demais Conselheiros e do Procurador-Geral do CADE, o termo de compromisso apresentou-se como a melhor solução ao encerramento deste feito, não apenas capaz de gerar menos ônus à Administração e às empresas envolvidas, mas igualmente a terceiros sobre os quais porventura recairiam gravames em reflexos à decisão definitiva de mérito.

A conveniência e a oportunidade da assinatura de um TCC, sopesadas ante aos princípios da razoabilidade e proporcionalidade, apontam esse acordo como um meio efetivo de solucionar as questões argüidas nos autos, da forma menos custosa possível para as partes envolvidas. Afora isso, recai sobre o compromisso a vantagem da eficácia imediata e a garantia de cumprimento contíguo de obrigações favoráveis à concorrência no mercado envolvido, resultando, em última análise, em benefícios aos consumidores.

Cumprе salientar, nesse mérito, que a Associação Neo TV requereu, em petição colacionada aos autos e face aos princípios do contraditório e do devido processo legal, que, como representante, fosse ouvida com relação à proposta de TCC. Sobre tal ponto, destaco que o termo de compromisso é decorrente de atividade discricionária, cuja competência limita-se ao CADE e à SDE, ad referendum do Conselho neste último caso. A possibilidade de celebração de um acordo envolve única e exclusivamente a Administração e a parte denunciada no processo, com vistas a uma solução satisfatória sob os auspícios da livre concorrência.

Ressalto que, segundo a lei, o CADE poderá celebrar um TCC, o que não se apresenta, tal qual se tem decidido no Judiciário, como uma verdadeira obrigação, senão mera faculdade. Não se trata, portanto, de um poder-dever, mas de uma ampliação de suas atribuições discricionárias, que, por óbvio, visam sempre ao interesse público. Ademais, é forçoso lembrar a imprecisão em se evocar os princípios do contraditório e da ampla defesa em face de parte sobre a qual não paira qualquer acusação, posto não lhe recair o poder sancionatório do Estado. Tais garantias não devem ser extensivamente ampliadas àqueles que meramente suscitaram o processo.

Com o intuito de apresentar o TCC, em anexo, este despacho divide-se em quatro seções. A primeira delimita o objeto do processo administrativo que lhe deu origem e, conseqüentemente, o alcance das medidas nele contidas. A segunda apresenta sucintamente algumas características da indústria de televisão por assinatura, relevantes para o entendimento do desenho do termo de compromisso. A terceira discute os principais remédios sugeridos pelos órgãos pareceristas ao longo deste processo e suas conseqüências sobre as condições de concorrência. Finalmente, este despacho conclui com uma síntese do TCC.

DELIMITAÇÃO DO OBJETO

Conforme consta no relatório, trata-se de processo administrativo originado de representação interposta pela Associação Neo TV ("Neo TV"), em face das empresas Globosat Programadora Ltda. ("Globosat") e Globo Comunicações e Participações Ltda. ("Globopar"), ambas integrantes das Organizações Globo¹.

Nota:

1 A Globosat, cujas quotas pertencem majoritariamente à Globopar, é uma empresa produtora de conteúdo, programadora, licenciadora e distribuidora de programação para televisão por assinatura, detentora dos direitos de comercialização de diversos canais, dentre eles o canal Sportv. A Globopar,

por sua vez, é uma empresa holding, sem atividades específicas. Essa representada controla a TV Globo e sua estrutura de produção, além de, direta ou indiretamente, várias subsidiárias nas áreas de publicação, de Internet, de gravação de discos e de televisão por assinatura. A Neo TV, da qual é sócia, entre outras, a Tevecap S.A. ("TVA"), empresa ligada ao Grupo Abril, é uma associação que tem como principal objetivo a aquisição centralizada, para seus associados, de programação para televisão por assinatura, no intuito de obter ganhos de escala.

Em despacho instaurador, o Secretário de Direito Econômico estabeleceu a necessidade de se investigar condutas capituladas pelo art. 20, II e IV, c/c o art. 21, IV, V, VI, XII e XIII, ambos da Lei nº 8.884/1994, em particular a criação de obstáculos ao acesso de novas empresas ao mercado, criação de dificuldade ao funcionamento e desenvolvimento de empresa concorrente, impedimento ao acesso de concorrentes às fontes de insumo, discriminação de adquirentes de bens ou serviços e recusa de venda. Essas condutas imputadas à Globosat referem-se à concorrência entre programadoras de canais para televisão por assinatura e o efeito de suas estratégias sobre o mercado a jusante (downstream) de operadoras de televisão por assinatura.

Esse processo administrativo não trata, portanto, do mercado de venda de direitos de transmissão dos principais eventos esportivos nacionais, etapa a montante da cadeia produtiva. Assuntos absolutamente relevantes para um adequado desenho de soluções para esse mercado - tais como formas de venda do direito, cláusulas de renovação preferencial (english clauses), conduta concertada para compra e venda de direitos de transmissão e a venda de direitos com exclusividade - não foram objeto de instrução do processo administrativo em pauta. Tampouco dele participaram os detentores originais desses direitos, os clubes de futebol e suas associações.

Sobre esse assunto, tramita no Sistema Brasileiro de Defesa da Concorrência (SBDC) outro processo administrativo, de nº 08012.006504/97-11, que trata precisamente do mercado de venda de direitos de transmissão do Campeonato Brasileiro de Futebol, o evento esportivo nacional de maior relevância. Caso a análise desse segundo processo administrativo conclua que o modelo vigente de venda de direitos de transmissão constitui uma infração à concorrência, dele devem decorrer remédios para tratar especificamente o mercado de venda de direitos de transmissão.

Finalmente, é importante também destacar que não está sob investigação a conduta de venda casada ou venda em pacote (bundling) de canais de televisão por assinatura, prática comum nessa indústria. O reconhecimento nesta análise de ser a venda em pacote o modelo de negócios dominante neste mercado não implica qualquer salvo-conduto a essa prática, a qual pode vir a ser objeto de investigação no futuro.

CARACTERÍSTICAS DO MERCADO DE TELEVISÃO POR ASSINATURA

A cadeia de produção dos serviços de televisão por assinatura contém diversas atividades seqüenciais verticalmente separáveis. Para fins deste despacho, essas atividades podem ser representadas de modo simplificado por quatro etapas da cadeia produtiva, conforme ilustrado na Figura 1.

A primeira etapa é constituída pela produção de conteúdo audiovisual a ser veiculado na televisão por assinatura, cujos agentes, por exemplo, são produtores de filmes, shows, seriados, etc. Frequentemente, as empresas que atuam nessa etapa são verticalmente integradas à segunda etapa da cadeia produtiva: a de programação de canais. Conforme consta no Informe da ANATEL², a programação constitui a atividade de agrupar determinados conteúdos audiovisuais em canais que obedecem a uma temática específica (variedades, filmes de lançamento recente, esportes, etc.), obedecendo a uma grade horária própria, de acordo com as estratégias de editoração. As empresas que operam nessa etapa são denominadas "programadoras", que podem ser subsidiárias de programadoras estrangeiras, como HBO e Fox; programadoras nacionais que ofertam mais de um canal, como a Globosat, representada neste processo administrativo, e a Newco (do Grupo Bandeirantes); e programadoras nacionais dedicadas a apenas um canal, tendo como exemplos a Fundação Padre Anchieta (Ra Tim Bum), a RBS (Canal Rural) e a Climatempo (Climatempo).

Nota:

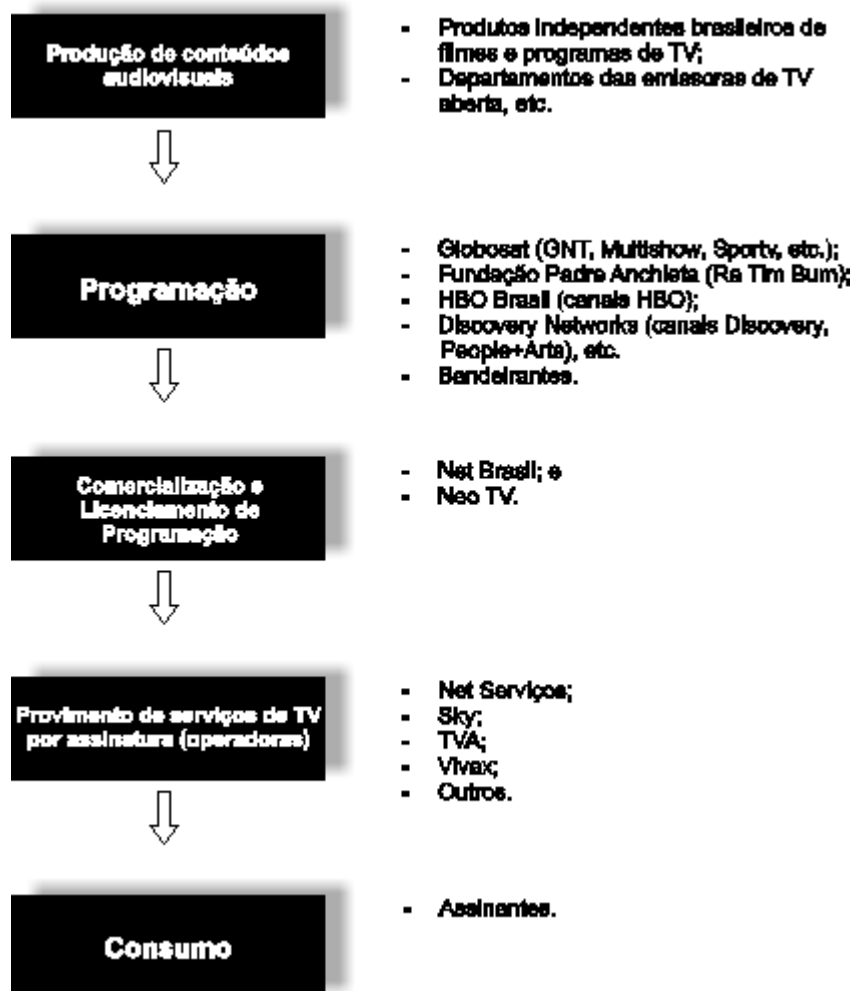
2 Informe nº 70/CMLCE/ANATEL, de 16 de agosto de 2005, fls. 2650/2737.

Os canais são, por sua vez, comercializados e licenciados para a distribuição final ao consumidor. Nessa etapa operam a Neo TV, representante no processo administrativo em pauta, e a Net Brasil S.A., vinculada às Organizações Globo. Finalmente, a quarta etapa da cadeia produtiva consiste no provimento de serviços de televisão por assinatura aos consumidores finais, sendo as empresas nela atuantes denominadas "operadoras". Entre estas destacam-se a Net Serviços de Comunicação S.A. e suas afiliadas, as associadas à Neo TV, tais como TVA e Vivax, a SkyBrasil e operadoras independentes³.

Nota:

3 Entre outras diferenças, as operadoras se distinguem pelo tipo de tecnologia empregada para a transmissão de seus sinais, que pode ser via cabo, MMDS ou DTH.

Figura 1
Cadeia Produtiva da Indústria de Televisão por Assinatura no Brasil
Agentes Econômicos Correspondentes:



As condutas sob investigação neste processo administrativo são imputadas a uma programadora, a Globosat, com possíveis efeitos sobre o mercado de operadoras de televisão por assinatura. Segundo alegado nos autos, a Globosat estaria restringindo o acesso ao canal Sportv e, indiretamente, aos eventos esportivos nele transmitidos, apenas a operadoras de TV por assinatura a ela coligadas, franqueadas ou afiliadas. A denúncia encaminhada ao SBDC, portanto, funda-se na recusa dessa representada em livremente comercializar o referido canal, situação que, para a Neo TV, afetaria de imediato a concorrência no setor de televisão por assinatura.

Cumprido destacar que o futebol foi citado em função de sua especial importância para o consumidor brasileiro. Em razão disso, ressaltou a representada que, diante da impossibilidade de outros canais esportivos transmitirem os principais campeonatos de futebol, o canal Sportv teria se tornado insubstituível, bem como os canais Premiere Esportes (componentes do sistema pay-per-view). Dessa realidade decorreria a gravidade da recusa da livre comercialização, pois envolveria, para a denunciante, um insumo essencial.

A avaliação das condições de concorrência no mercado de televisão por assinatura em que se baseia este despacho, a seguir apresentada de forma sintetizada, acompanha, em linhas gerais, o diagnóstico promovido pela Secretaria de Acompanhamento Econômico (SEAE) e pela Secretaria de Direito Econômico (SDE).

As operadoras de televisão por assinatura (e.g. Net, TVA, Vivax) concorrem por diferenciação, baseada na qualidade da prestação de serviços e, sobretudo, no mix de canais ofertados. Essa proposição é corroborada por pesquisa de mercado, acostada aos autos pela representada, a qual indica que os principais direcionadores de assinaturas são a qualidade de sinal e a variabilidade, entendida como a composição do mix de canais. Em se tratando de produtos diferenciados, a concorrência entre operadoras é desejável não apenas por disciplinar o nível de preços, como também estimular inovações na composição do mix de canais e em serviços agregados, que implicam a melhoria do bem-estar dos consumidores.

Conforme fartamente demonstrado nos autos, canais de esportes tendo por conteúdo os principais eventos esportivos

nacionais, particularmente o futebol, são componente fundamental do mix de canais. Operadoras que não dispõem de algum componente de seu mix de canais, que seja comparável ao de operadoras concorrentes, não possuem os meios suficientes para competir nesse tipo de mercado. É, portanto, condição necessária à concorrência entre operadoras de televisão por assinatura o acesso a canais variados e de conteúdo comparável, embora não idêntico. Essa constatação nos remete ao mercado de programadoras de canais para televisão por assinatura, para o qual são detalhadas a seguir duas características relevantes ao entendimento deste caso: a) mercado de dois lados e b) concorrência no segmento de canais de esportes.

As programadoras de televisão por assinatura têm sua renda derivada de dois mercados relacionados, o que é denominado na literatura econômica por “mercado de dois lados”. Segundo Motta (2004)⁴, mercados de dois lados são aqueles em que a concorrência depende do atendimento a dois tipos de consumidores, como é o caso do mercado de cartões de crédito, em que empresas precisam atrair simultaneamente lojistas e consumidores.

Nota:

4 MOTTA, Massimo. *Competition Policy: theory and practice*. Cambridge, UK : Cambridge University Press, 2004. p. 616.

No caso das programadoras de televisão por assinatura, a receita depende, de um lado, da venda de seus canais para a sua posterior distribuição a consumidores finais. De outro, é crescentemente relevante a venda de espaço de propaganda, seja por inserção em intervalos comerciais, seja por variadas formas de merchandising e patrocínio ainda na etapa de geração de conteúdo⁵. Ambos os mercados são umbilicalmente relacionados, uma vez que a disposição a pagar pelo espaço de propaganda depende do universo de espectadores do programa veiculado pela televisão por assinatura. Quanto maior a audiência, maior impacto terá a propaganda e, portanto, maior a disposição a pagar pela inserção publicitária⁶. Aqui reside o típico trade-off na precificação de mercados de dois lados. Mesmo no caso em que um aumento do preço da assinatura acarrete uma elevação da receita neste mercado – ou seja, caso em que a elasticidade-preço da demanda é menor do que um –, a esperada diminuição do número de assinantes reduz a disposição a pagar pela propaganda, reduzindo o faturamento no segundo mercado. É interessante notar que a recusa de venda provoca perdas nos dois mercados – de assinantes e de propaganda –, de sorte que essa estratégia somente é rentável se dela decorrerem ganhos de outra natureza.

Nota:

5 Esta é mais uma diferença entre o mercado de televisão aberta e o mercado de televisão por assinatura, uma vez que o primeiro apóia-se integralmente no segundo mercado.

6 O preço da propaganda é dado por aquilo que Hebert Simon previu ser a maior escassez do século XXI: a atenção das pessoas, nesse caso, dos consumidores. À medida que aumenta a sobrecarga de informação (information overload), cresce o valor associado à atenção dos consumidores e, portanto, a disposição a pagar pela exposição na mídia.

Essa característica de um mercado de dois lados confere uma importante propriedade ao padrão de concorrência em televisão por assinatura. Os critérios de editoração de um canal ou de múltiplos canais obedecem não apenas as características e desejos da demanda por parte de assinantes, mas também ao perfil do mercado de propaganda. Esta, por sua vez, não se restringe à propaganda veiculada nos intervalos comerciais, mas inclui formas de patrocínio, inserção virtual e merchandising, sendo relevante para explicar os modelos de empacotamento de conteúdo audiovisual⁷.

Nota:

7 A rigor, o canal já é uma forma de empacotamento do conteúdo audiovisual, de modo seqüencial e contínuo, sem sobreposição de conteúdo em um mesmo instante do tempo. É importante destacar o trabalho editorial em conferir ordem ao empacotamento, o que é bastante intuitivo em um único canal, mas também ocorre no empacotamento de conteúdo audiovisual em múltiplos canais.

O segundo ponto a se destacar na concorrência entre programadoras é o segmento de canais com conteúdo esportivo, foco deste processo administrativo. Para que a recusa de venda deste tipo de canal tenha efeitos deletérios na concorrência entre operadoras, deve necessariamente haver inviabilidade de substituição em bases comparáveis do conteúdo do canal Sportv. Havendo concorrência na oferta de canais de esportes, com conteúdo comparável, não há por que se falar em impedimentos à concorrência, derivados do acesso a conteúdo, no mercado de operadoras.

Os requisitos tecnológicos para a produção de canais de esportes, bem como o acesso a talentos humanos para a composição de seu conteúdo audiovisual, não constituem barreiras à entrada relevante nesse mercado. Ao contrário, a convergência tecnológica digital, assim como os mecanismos disponíveis para identificação de talentos, permitem que esse mercado seja potencialmente cada vez mais competitivo. Entretanto, os direitos de transmissão de eventos esportivos de primeira relevância, em particular, no caso do Brasil, o futebol, são ativos fundamentais à concorrência e irreproduzíveis. Para que uma programadora possa concorrer nesse mercado de produtos diferenciados, ela deve contar com alguma oportunidade de diferenciação, o que, no caso em pauta, implica o acesso a, ao menos, algum direito de transmissão de eventos esportivos de primeira relevância.

A Globosat, ao deter os direitos exclusivos de todos os campeonatos de futebol relevantes no Brasil (Campeonato Brasileiro, Copa do Brasil, Campeonato Paulista, Campeonato Carioca, Campeonato Mineiro, Campeonato Gaúcho, Copa Sul-Americana), fechou as possibilidades de diferenciação competitiva de seus concorrentes na produção de canais esportivos com conteúdo nacional.

Procede, portanto, a seguinte afirmação da SDE, à fl. 26 de seu parecer:

“Dado que o futebol é o esporte de maior apelo nacional, tem-se que a Globosat possui uma grande vantagem competitiva, ao deter os direitos de transmissão dos principais campeonatos de futebol do país. Disso decorre a clara superioridade do canal Sportv sobre os demais canais esportivos, o que se reflete nos maiores índices de audiência obtidos por esse canal.”⁸

Nota:

8 É importante frisar que os direitos de transmissão aqui considerados são parte dos ativos da Globosat e, como tal, são relevantes para a análise da concorrência no mercado de programadoras. Não é objeto deste processo administrativo, conforme já afirmado no início deste despacho, a análise do mercado de venda primária desses direitos de transmissão. Sobre este assunto, já trata o PA nº 08012.006054/97-11.

Ao inviabilizar a oferta de canais de esportes alternativos e comparáveis ao Sportv e Premiere Esportes, a Globosat pode impossibilitar a concorrência de operadoras que não têm acesso ao conteúdo por ela gerado. Note-se que os direitos de exclusividade não constituem, a priori, uma infração à ordem econômica. Trata-se de um mecanismo legítimo de diferenciação, com ampla utilização em todo o mundo. Entretanto, o domínio sobre parte substancial desses direitos de exclusividade poderia impedir as oportunidades de diferenciação de concorrentes, o que constituiria uma conduta anticompetitiva.

REMÉDIOS PROPOSTOS PELOS ÓRGÃOS PARECERISTAS

Ao longo deste processo administrativo, foram considerados alguns remédios para atenuar os prejuízos à concorrência decorrentes da conduta imputada à Globosat. Em síntese, foram levantadas três alternativas para o problema. A SEAE, primeiro órgão parecerista, sugeriu a venda do canal Sportv em bases não-discriminatórias, com a finalidade de dotar as operadoras de televisão por assinatura não-vinculadas ao sistema Net de condições de concorrência. A SDE, por sua vez, ao propor a venda do canal Sportv em bases não-discriminatórias, considerou precedente a sua vinculação à compra do pacote de canais Globosat – constituído pelos canais Sportv 1, Sportv 2, Globonews, GNT e Multishow –, uma vez que este é o modelo de venda da Globosat às afiliadas da Net. Finalmente, a ProCADE sugeriu a liberação do sinal dos eventos esportivos nacionais de primeira relevância. Esta seção discute os três remédios apresentados e, com base nesta análise, justifica o desenho resultante no Termo de Compromisso de Cessação.

COMERCIALIZAÇÃO EM BASES NÃO-DISCRIMINATÓRIAS DOS CANAIS SPORTV POR UM PERÍODO DE 5 ANOS – SEAE

Essa proposta justifica-se pelo fato de o canal de esportes com conteúdo nacional relevante constituir um elemento essencial no mix de canais ofertado pelas operadoras. Uma vez que a Globosat detém controle sobre as possibilidades de diferenciação desse tipo de canal – ao deter os direitos exclusivos sobre os principais campeonatos de que participam os clubes nacionais –, não há concorrentes comparáveis ao canal Sportv, o que dificulta a concorrência das operadoras que são impedidas de adquiri-lo. É razoável estender o alcance dessa proposta a quaisquer outros canais por meio dos quais a Globosat faça uso de seus direitos exclusivos sobre os eventos esportivos nacionais de maior relevo, como o canal Sportv 2 e os canais Premiere Esportes (sistema pay-per-view).

Há, entretanto, três problemas associados a essa alternativa de remédio. Primeiro, o modelo de negócios utilizado pela Globosat para comercializar os seus canais envolve um preço único para todo o pacote de canais, o que decorre não somente das características da demanda por assinatura de canais, mas também pelo padrão de comercialização de propaganda. Em se tratando de um mercado de dois lados, a definição das fronteiras do produto (desenho do pacote) depende das características dos dois mercados – no caso, de assinantes e de propaganda. Como as empresas negociam os contratos de propaganda por um bloco de canais, o rompimento do modelo de negócio apresenta problemas bastante complexos de precificação e de custos de renegociação de contratos privados, que podem ferir o princípio de mínimo ônus da intervenção pública. Ademais, como as afiliadas da Net adquirem esses canais na forma de pacotes, a venda em separado dos canais de esportes da Globosat representaria uma discriminação nas condições de compra por parte de operadoras, justamente o que

se pretende evitar neste processo. Alega a representante, às fls. 3244-3272 dos autos, que houve contratos de venda em separado do canal Sportv. De fato, houve alguns poucos casos isolados, que eram resultado de contratos antigos. Não há registro de contratos novos que não contemplem a venda integral do grupo de canais Globosat⁹.

Nota:

⁹ É importante reafirmar que não está em análise a conduta de venda em pacote ou venda casada. Essa pode vir a ser objeto de processo administrativo se houver indícios suficientes de ser esta uma prática anticompetitiva.

Segundo, conforme desenvolvido neste despacho, é característica do mercado de televisão por assinatura a diferenciação, cujas bases podem ser sustentadas por contratos de exclusividade, como aqueles realizados entre a Globosat e a Net Brasil. O problema no caso em pauta decorre do fechamento das possibilidades de diferenciação de concorrentes e não da ilegitimidade intrínseca da exclusividade. Ao se impedir definitivamente a diferenciação pelo mix de canais, o remédio agora proposto reduz as possibilidades de concorrência por diferenciação e inovações na composição desse mix. Por esse motivo, é desejável impor um limite temporal à comercialização compulsória dos canais de esportes – como, a propósito, sugere a SEAE. Para tanto, é necessária alguma provisão que assegure as condições de entrada no mercado de conteúdo de canais esportivos no longo prazo e permita o desenvolvimento de canais alternativos ao Sportv em condições de concorrência.

Terceiro, a constatação de que os canais de esporte da Globosat, que carregam o conteúdo exclusivo dos principais campeonatos brasileiros, são elementos essenciais à concorrência no mercado de televisão por assinatura, aliada à comercialização em bases não-discriminatórias desses canais, deve agravar as condições já precárias de concorrência no mercado a montante, de produção de canais com conteúdo esportivo nacional. Conforme desenvolvido neste despacho, o mercado de conteúdo é potencialmente competitivo, se forem salvaguardadas as condições de acesso às oportunidades de diferenciação, em particular dos direitos exclusivos de transmissão dos principais eventos esportivos nacionais. Na ausência de solução para esse problema – ou seja, no caso de uma única empresa fechar as oportunidades de diferenciação de seus concorrentes – a comercialização compulsória dos canais Globosat sancionaria um monopólio na produção de conteúdo esportivo nacional.

COMERCIALIZAÇÃO EM BASES NÃO-DISCRIMINATÓRIAS DO PACOTE DE CANAIS DA GLOBOSAT (SPORTV 1, SPORTV 2, GLOBONEWS, GNT, MULTISHOW) E DOS CANAIS PREMIÈRE ESPORTES (SISTEMA PAY-PER-VIEW) – SDE

Essa proposta difere da primeira por respeitar o modelo de negócio em curso no mercado de televisão por assinatura, evitando que o remédio acarrete custos excessivos para a sua implementação – o que poderia torná-lo ineficaz – e que discrimine as associadas ao sistema Net, que são obrigadas a adquirir o pacote de canais. Em contrapartida, seu efeito negativo sobre as oportunidades de diferenciação de mix de canais (o segundo problema abordado no caso do remédio anterior) e sobre a concorrência no mercado de conteúdo é ampliado, sendo estendido para além da produção de canais de esporte com conteúdo nacional, incluindo todos os mercados de que participam os demais canais Globosat, como canais de notícias e entretenimento.

O balanço entre os efeitos positivos e negativos dessa alternativa não são de avaliação trivial. Entretanto, é certo que os seus efeitos negativos sobre a concorrência dependem do tempo de duração da medida, de tal modo que sua vigência por curto período não compromete a concorrência no longo prazo. A sobrevivência dos canais com conteúdo concorrente aos canais do pacote Globosat – como, por exemplo, BandSports e BandNews – estaria comprometida se perdurasse a insubstituível dos canais Sportv e Premiere Esportes e todas as operadoras tivessem acesso por tempo indeterminado ao pacote Globosat. Entretanto, se a medida vigorar por um curto período não é plausível que as operadoras não vinculadas ao Sistema Net retirem de seu line up os canais concorrentes ao pacote Globosat. Adicionalmente, a coincidência temporal deste termo de compromisso com as restrições impostas à fusão Sky-DirecTV, particularmente na preservação da demanda pelos canais de conteúdo nacional que compõem o line up da DirecTV, garantem a sobrevivência dos canais concorrentes ao pacote Globosat neste período de transição.

Finalmente, os ganhos de preservação do modelo de negócio e de mínima interferência nos contratos privados também são de curto prazo. No caso em pauta, os contratos de propaganda vinculados aos direitos de exclusividade dos eventos esportivos nacionais de primeira relevância, assim como as decisões de assinatura dos canais que carregam esse conteúdo, baseiam-se objetivamente nos direitos ora detidos pela Globosat, que se extinguem em 2008. Por esse motivo, não é desejável estender a vigência da comercialização compulsória do pacote de canais para além desse período.

COMERCIALIZAÇÃO OBRIGATÓRIA DO SINAL DOS EVENTOS ESPORTIVOS NACIONAIS DE PRIMEIRA RELEVÂNCIA – PROCADE

Essa alternativa tem o mérito de focar sua atuação na causa primária das condições adversas à concorrência na oferta de canais com conteúdo esportivo nacional de primeira relevância e, em segunda instância, no mercado de operadoras de televisão por assinatura. Conforme argumentado, se não houver fechamento das oportunidades de diferenciação no mercado de canais esportivos – i.e., não houver domínio dos direitos de exclusividade sobre os eventos esportivos nacionais de primeira relevância – ampliam-se as condições de entrada e de concorrência. Havendo oferta de canais com conteúdo

esportivo nacional capazes de concorrer com os canais esportivos da Globosat, elimina-se o principal entrave à concorrência no mercado de operadores de televisão por assinatura.

Em que pese focar na causa do problema concorrencial, esta alternativa implica custos de implementação e de interferência nos contratos privados de tal magnitude que pode tornar a intervenção ineficaz. Como primeiro problema, não há preço de mercado ou objetivamente determinado que sirva de base para a comercialização compulsória dos sinais. Qualquer definição dos preços, por meio de arbitragem ou leilão, exigiria tempo e recursos para a sua implantação, além das prováveis imperfeições associadas à forma de venda escolhida. Adicionalmente, vigoram diversos contratos de propaganda – que incluem propaganda virtual e, portanto, incorporada ao sinal –, cuja veiculação é negociada tendo-se como referência o conjunto de canais e os demais participantes da grade de anunciantes. Uma interferência na liberação dos sinais audiovisuais dos eventos esportivos poderia provocar uma intensa e custosa renegociação de contratos.

Finalmente, os direitos de exclusividade detidos pela Globosat garantem aspectos relevantes à concorrência e que não são transmitidos com a liberação dos sinais audiovisuais, tais como o direito de acesso aos gramados e vestiários, de entrevistas com jogadores e técnicos, de definição dos jogos a serem transmitidos, da seleção de cenas, entre outros. Desse modo, a comercialização compulsória dos sinais dos eventos esportivos não resolve por completo a assimetria entre as empresas produtoras de canais esportivos.

PROPOSTA CONSTANTE NO TERMO DE COMPROMISSO DE CESSAÇÃO

O princípio que orientou o desenho do termo de compromisso de cessação foi a redução dos custos de implementação da medida, por meio da preservação do modelo de negócio, no curto prazo, e a solução da causa primária dos prejuízos à concorrência, qual seja, o fechamento das oportunidades de diferenciação na concorrência entre canais de esportes com conteúdo nacional, no longo prazo. Para tanto, a proposta divide-se em duas partes. A primeira, em linhas gerais, trata de uma solução provisória para a concorrência entre operadoras de televisão por assinatura: a comercialização em bases não-discriminatórias do pacote Globosat e canais Premiere Esportes, com vigência para os anos 2006, 2007 e 2008, período em que a Globosat mantém os direitos de exclusividade sobre os eventos esportivos nacionais de primeira relevância e aos quais há contratos privados atrelados. A delimitação do período de vigência desta obrigação obedece ao calendário esportivo e, portanto, corresponde ao ano civil. Estima-se que sua duração é tempo suficiente para viabilizar a diferenciação competitiva de canais concorrentes ao Sportv, sem implicar prejuízos à sobrevivência dos canais que já se encontram em operação, concorrentes ao pacote Globosat, e que sobrevivem no estreito mercado de operadoras não filiadas ao sistema Net.

A segunda medida restringe o uso que a Globosat possa fazer dos direitos de exclusividade a um subconjunto dos eventos esportivos nacionais de primeira relevância, restrição válida para os anos de 2009, 2010 e 2011. O limite de vigência aqui definido decorre de se considerar ser este tempo suficiente para a consolidação de concorrentes aos canais Sportv, sem estabelecer uma restrição excessivamente longa para um mercado sujeito a profundas e imprevisíveis transformações tecnológicas e negociais, como é o caso da televisão por assinatura.

A seguir, são detalhadas as obrigações principais a que se compromete a Globosat, compromissária no termo de compromisso em anexo:

1. A Globosat compromete-se a comercializar em bases não-discriminatórias seus canais de conteúdo esportivo (Sportv 1 e Sportv 2). Entende-se por “bases não discriminatórias” as mesmas condições que a Globosat emprega para as afiliadas ao Sistema Net, o que inclui, entre outros elementos, a venda integral do pacote Globosat. Vigência da medida: 2006, 2007, 2008.

1.1. As operadoras de TV por assinatura podem incluir o conjunto de canais Globosat nos seus respectivos pacotes de canais então existentes aos assinantes residenciais destas já constantes da base de clientes das operadoras de TV por assinatura antes da data da contratação. Aos assinantes residenciais não constantes da base de clientes das operadoras de TV por assinatura até a data de tal contratação pelas mesmas, o pacote Globosat, a exemplo do que ocorre com as afiliadas ao Sistema Net, deve ser incluído no Pacote Básico.

2. A Globosat compromete-se a comercializar os canais Premiere Esportes (sistema pay-per-view) para as operadoras não afiliadas ao Sistema Net. As operadoras poderão escolher entre dois modelos de contratação: (i) Modelo A, em que há um mínimo garantido, em função do nível de penetração dos canais Premiere Esportes observado no Sistema Net em 2005, a ser atingido em 2 (dois) anos; (ii) Modelo B, que contém acréscimo de 10% na participação devida à Globosat apenas no caso de o nível de penetração ser inferior à média do Sistema Net, em 2005. Vigência da medida: 2006, 2007, 2008.

3. A Globosat compromete-se, a partir da temporada de 2009, a restringir a utilização no território brasileiro, com exclusividade, de direitos de exibição de conteúdo esportivo no mercado de TV por assinatura a, no máximo, (i) 2 (dois) dos 5 (cinco) principais torneios de futebol de interesse nacional, a saber, Campeonato Brasileiro, Copa do Brasil, Libertadores da América, Paulista e Carioca (“Principais Torneios”), ou, a critério da compromissária, (ii) 3 (três) dos 5 (cinco) Principais Torneios, sendo que, neste caso, não será permitida a utilização com exclusividade para uma mesma temporada de direitos relativos ao Campeonato Brasileiro e à Copa do Brasil.

Este termo de compromisso tem efeito a partir de sua assinatura, com previsão de término para 31.12.2011, a partir de quando este Conselho não mais definirá o conjunto de direitos cujo controle exclusivo caracteriza fechamento das oportunidades de diferenciação por parte de concorrentes. O motivo pelo qual é prudente não estender excessivamente o detalhamento da restrição é o reconhecimento do dinamismo dos negócios privados e a imprevisibilidade sobre qual será, a partir de 2012, o conjunto de eventos esportivos nacionais de primeira relevância.

Trago à homologação deste Plenário o Termo de Compromisso de Cessação em anexo, convocando, uma vez aprovado, os poderes de execução e fiscalização do Ministério Público Federal, disciplinados no parágrafo único, art. 12, da Lei nº 8.884/1994, bem como no art. 129, XI, da Constituição Federal, em complementaridade às funções expressamente delineadas na lei antitruste à Procuradoria deste Conselho.

Brasília, 31 de maio de 2006.

PAULO FURQUIM DE AZEVEDO

Conselheiro

TERMO DE COMPROMISSO DE CESSAÇÃO

O CONSELHO DE DIREITO ECONÔMICO – CADE, doravante designado CADE, neste ato representado por sua Presidente, Elizabeth Maria Mercier Querido Farina, conforme disposto no inciso VII do art. 8º, da Lei nº 8.884/1994, de 11 de junho de 1995, em cumprimento ao quanto decidido pelo Plenário na 374ª Sessão Ordinária, realizada em 31 de maio de 2006 (art. 7º, VI, da Lei nº 8.884/1994), e GLOBOSAT PROGRAMADORA LTDA., com sede na Rua Itapiru, 1.209, Rio Comprido, na cidade do Rio de Janeiro, Estado do Rio de Janeiro, registrada no CNPJ sob o nº 00.811.990/0001-48, doravante denominada COMPROMISSÁRIA, neste ato representada por Tércio Sampaio Ferraz Junior, OAB/SP nº 16.854 e inscrito no CPF/MF sob o nº 254.322.498-04, e GLOBO COMUNICAÇÃO E PARTICIPAÇÕES S.A., com sede na Rua Lopes Quintas nº 303, Jardim Botânico, na cidade do Rio de Janeiro, Estado do Rio de Janeiro, registrada no CNPJ sob o nº 27.865.757/0001-02, doravante denominada ANUENTE, neste ato assistida por Ary Marcelo Sólton, OAB/SP nº 74.402, inscrito no CPF/MF sob o nº 040.466.488-13, na qualidade de Representadas no Processo Administrativo nº 08012.003048/2001-31, em que lhes são imputadas as práticas previstas no art. 21, incisos IV, V, VI, XII e XIII c/c o art. 20, incisos II e IV, da Lei nº 8.884/1994, e

considerando que tanto o CADE como a COMPROMISSÁRIA reconhecem os ônus de toda natureza, tanto para a Administração Pública quanto para a empresa, decorrentes da tramitação do presente feito;

considerando que o CADE, na forma de suas competências legais, pode celebrar compromisso de cessação de prática sob investigação em qualquer fase do processo administrativo, conforme o disposto no art. 53 da lei antitruste;

considerando que a COMPROMISSÁRIA tem plena e absoluta convicção de que as práticas investigadas nos autos do Processo Administrativo acima referido não causam qualquer efeito deletério ao mercado, nem configuram infração à ordem econômica;

considerando que a COMPROMISSÁRIA apresenta-se disposta a assumir obrigações positivas e negativas que eliminem preocupações do CADE em relação ao mercado de TV por assinatura, objetivando pôr bom termo ao processo em referência;

considerando que a ANUENTE, apesar de não atuar no mercado objeto do Processo Administrativo em análise, participa da celebração do presente instrumento com o exclusivo propósito de reforçar o cumprimento das obrigações de natureza pecuniária aqui pactuadas, bem como de ter extinto com relação a ela o referido Processo Administrativo; e

considerando que o CADE ainda não proferiu decisão de mérito acerca da conduta investigada no Processo Administrativo;

resolvem celebrar o presente Termo de Compromisso de Cessação, aprovado pelo Plenário do CADE na 374ª Sessão Ordinária, realizada no dia 31 de maio de 2006, cuja ata faz parte integrante deste instrumento, de acordo com as cláusulas e condições seguintes.

CLÁUSULA PRIMEIRA – DA PRESUNÇÃO LEGAL

A celebração deste Termo de Compromisso de Cessação, conforme exposto no caput do art. 53 da Lei nº 8.884/1994, não importa confissão quanto à matéria de fato nem reconhecimento de ilicitude da conduta investigada.

CLÁUSULA SEGUNDA – DO OBJETO

O presente Termo de Compromisso de Cessação tem por objeto a assunção, por parte da COMPROMISSÁRIA, das obrigações previstas nas cláusulas 2.1, 2.2 e 2.3, infra.

2.1 A COMPROMISSÁRIA, a partir da assinatura deste Termo, compromete-se a negociar e contratar, de boa-fé, em termos e condições transparentes, objetivos e não-discriminatórios em relação àqueles praticados para o Sistema Net Brasil de Distribuição, considerado como um todo, com as Operadoras de TV por Assinatura que não integrem o Sistema Net Brasil de Distribuição eventualmente interessadas, a distribuição da programação denominada genericamente no mercado de televisão por assinatura como “Canais Globosat” (Sportv, Sportv 2, GNT, Multishow e Globonews), de acordo com os critérios elencados nas cláusulas 2.1.A, 2.1.B, e 2.1.C abaixo.

2.1.A A distribuição dos Canais Globosat deverá ser contratada diretamente por operadoras de televisão a cabo (“Operadoras de Televisão a Cabo”), operadoras de serviços de distribuição de sinais multiponto multicanais (“Operadoras MMDS”), operadoras de televisão que utilizem distribuição via cabo e sinais multiponto multicanais (“Operadoras a Cabo e MMDS”) e operadora de serviços de distribuição de sinais via satélite (“Operadora DTH”), que atuam no mercado de televisão por assinatura por meio de um conjunto de equipamentos e instalações que possibilitem a distribuição e a recepção dos Canais Globosat, em sua integralidade e sem alterações nas suas respectivas praças de atuação, ainda que através de (i) qualquer sociedade que direta ou indiretamente controle, seja controlada ou esteja sujeita ao seu controle comum; e/ou (ii) aquelas com as quais mantenha, direta ou indiretamente, qualquer associação que resulte em controle e/ou administração dos negócios relativos à programação de qualquer pessoa jurídica de direito privado e suas respectivas controladas (“Operadoras de TV Por Assinatura” ou “MSO”). Em qualquer das duas hipóteses acima mencionadas, a contratação deverá ser realizada de forma conjunta e simultânea e estabelecer um vínculo de solidariedade entre as empresas que contratem com a COMPROMISSÁRIA, ficando esta intitulada a se valer de quaisquer remédios jurídicos necessários à remoção da situação de inadimplência perante qualquer ou todas as Operadoras de TV por Assinatura com as quais tiver contratado conjuntamente.

2.1.B A contratação deverá, necessariamente, englobar a totalidade dos Canais Globosat contemplados no item 2.1, os quais serão obrigatoriamente distribuídos à totalidade dos assinantes residenciais não constantes da base de clientes das Operadoras de TV por Assinatura até a data de tal contratação pelas mesmas, através de um pacote de canais disponibilizado pelo menor preço de assinatura a ser praticado e comercializado a 100% desses novos assinantes residenciais (doravante “Novo Pacote Básico”), ficando facultado às Operadoras de TV por Assinatura incluir o conjunto de Canais Globosat nos seus respectivos pacotes de canais então existentes e/ou aos assinantes

residenciais destas já constantes da base de clientes das Operadoras de TV por Assinatura antes da data da contratação por tais Operadoras de TV por Assinatura e que optarem pela migração para o Novo Pacote Básico.

2.1.C Não serão consideradas discriminatórias, entre outras, as condições negociais que se utilizem dos parâmetros elencados abaixo, desde que os mesmos sejam aplicados ao Sistema Net Brasil de Distribuição, considerado como um todo.

- (i) grau de penetração da programação na base de assinantes da Operadora de TV por Assinatura;
- (ii) volume de assinantes pagantes dos Canais Globosat constante da base da Operadora de TV por Assinatura;
- (iii) forma de empacotamento, assim entendida como o conjunto de canais agrupados em camadas em função de seu preço final aos assinantes e taxa de penetração (ex. pacote básico – canais oferecidos pela Operadora de TV por Assinatura para toda sua base de assinantes; pacote premium – canais opcionais agregados ao pacote básico oferecido por uma Operadora de TV por Assinatura, pelos quais o cliente paga uma taxa opcional);
- (iv) prazo de duração do contrato;
- (v) posicionamento do canal no line-up da Operadora de TV por Assinatura (numeração atribuída pela Operadora de TV por Assinatura bem como seu posicionamento em relação aos canais que o antecedem e sucedem);
- (vi) custos de entrega da programação, assim entendido como o valor despendido pela programadora para distribuição do sinal audiovisual às Operadoras de TV por Assinatura;
- (vii) risco de crédito;
- (viii) forma de pagamento; e
- (ix) custos relativos à tecnologia empregada, assim entendido como o valor despendido com a tecnologia necessária para constituição do sinal audiovisual a ser entregue a determinada Operadora de TV por Assinatura, de acordo com suas demandas específicas.

2.2 A COMPROMISSÁRIA compromete-se a distribuir os seus produtos pay-per-view de conteúdo esportivo de futebol (“Canais pay-per-view”) para as Operadoras de TV por Assinatura que tiverem contratado com a COMPROMISSÁRIA nos termos da Cláusula 2.1 supra, mediante celebração de instrumentos específicos, podendo as operadoras optar por um dos seguintes modelos:

MODELO A (Mínimo garantido com divisão de receitas):

As Operadoras de TV por Assinatura deverão pagar à COMPROMISSÁRIA percentuais da receita líquida por elas auferidas através da distribuição dos produtos, equivalentes àqueles praticados pelas Operadoras do Sistema Net Brasil, ficando, desde já, estabelecido o pagamento de um valor mínimo garantido (“Mínimo Garantido”) calculado de acordo com a seguinte fórmula:

$$MG = TA \times PVSNB \times PL \times PG \times FA$$

Dos quais:

MG = Mínimo Garantido

TA = Base total de assinantes conectados da Operadora de TV por Assinatura

PVSNB = Média percentual de penetração por tipo de venda (pacote ou avulso) obtido, no ano de 2005, pelas Operadoras do Sistema Net Brasil para produtos equivalentes. Entende-se por penetração a relação percentual obtida entre o número de vendas do produto e a base total de assinantes das Operadoras de TV por Assinatura.

PL = Preço de venda líquido de impostos praticado pelas Operadoras de TV por Assinatura (pacote ou avulso)

PG = Participação da COMPROMISSÁRIA nas receitas auferidas pelas Operadoras de TV por Assinatura

FA = Fator de ajuste, devendo ser considerado para tal fim os seguintes percentuais:

- (i) para a Temporada de 2006, 30% (trinta por cento);
- (ii) para a Temporada de 2007, 65% (sessenta e cinco por cento); e
- (iii) para a Temporada de 2008, 100% (cem por cento).

MODELO B (Divisão de receitas):

As Operadoras de TV por Assinatura deverão pagar à COMPROMISSÁRIA percentuais da receita líquida por ela auferida através da distribuição dos produtos, segundo a penetração das vendas dos produtos nas suas bases de assinantes:

(a) Até atingir a média percentual de penetração por tipo de venda (pacote ou avulso) obtido, no ano de 2005, pelas Operadoras do Sistema Net Brasil para produtos equivalentes, a participação devida à COMPROMISSÁRIA será acrescida de percentual de 10% (dez por cento); e

(b) Após o atingimento da média percentual de penetração por tipo de venda (pacote ou avulso) obtido, no ano de 2005, pelas Operadoras do Sistema Net Brasil para produtos equivalentes, será devido o mesmo percentual aplicável às Operadoras do Sistema Net Brasil.

2.3 Fica estabelecido que, a partir da temporada de 2009, só será permitida a utilização no território brasileiro, com exclusividade, de direitos de exibição no mercado de TV por assinatura de (i) 3 (três) dos 5 (cinco) principais torneios de futebol de interesse nacional, a saber, Campeonato Brasileiro, Copa do Brasil, Libertadores da América, Paulista e Carioca (“Principais Torneios”), sendo que não será permitida a utilização com exclusividade para uma mesma temporada de direitos relativos ao Campeonato Brasileiro e à Copa do Brasil; ou, a critério da COMPROMISSÁRIA, (ii) 2 (dois) dos 5 (cinco) Principais Torneios, não havendo, nesta hipótese, restrição à utilização com exclusividade para uma mesma temporada de direitos relativos ao Campeonato Brasileiro e à Copa do Brasil. Não obstante o aqui disposto, caso outro adquirente dos referidos direitos de transmissão, que não a COMPROMISSÁRIA, venha, em qualquer momento, a utilizar tais direitos em desconformidade com o disposto nos itens (i) ou (ii) supra, fica suspensa a aplicação desta cláusula para fins da utilização dos direitos de exibição dos Principais Torneios nas temporadas subseqüentes.

CLÁUSULA TERCEIRA – DA RESPONSABILIDADE SOLIDÁRIA

A COMPROMISSÁRIA assume as obrigações aqui estabelecidas em seu nome, de seus prepostos, terceiros contratados e sucessores, cujos atos sejam de sua responsabilidade contratual ou legal supervisionar, controlar ou deles ser informada, dando-lhes, para tanto, ciência do inteiro teor deste Termo de Compromisso de Cessação.

CLÁUSULA QUARTA – DAS OBRIGAÇÕES ACESSÓRIAS DE INFORMAÇÃO AO CADE

De forma a permitir a fiscaliza o do cumprimento deste Termo de Compromisso de Cessa o, a COMPROMISSÁRIA deverá enviar ao CADE, a cada período de 6 (seis) meses, a contar da assinatura do presente instrumento, até o 15  dia depois de decorrido esse período, relatório sobre o cumprimento das obriga es ora assumidas, consistente nas condi es de contrata o oferecidas às Operadoras de TV por Assinatura, no número de solicita es recebidas, partes e praças envolvidas e contratos firmados.

4.1 Nos termos do art. 53,   1 , c, da Lei n  8.884/1994, as representadas deverão informar   Comissão de Acompanhamento das Decisões do CADE (CAD-CADE) sobre eventuais mudanças em sua estrutura societária, controle, atividades e localiza o da sede e principais estabelecimentos, em até 15 (quinze) dias do ato ou contrato.

4.2 Para viabilizar o efetivo cumprimento da obriga o constante do item supra, as Operadoras de TV por Assinatura que vierem a assinar contratos de distribui o com a COMPROMISSÁRIA deverão expressamente autorizá-la a prestar esse tipo de informa o.

4.3 As informa es, documentos e relatórios que, de acordo com este Termo de Compromisso, devam ser enviados ao CADE serão entregues, na sua sede, em envelope fechado, com a inscri o “confidencial”, assegurando-se o sigilo em seu recebimento e guarda.

CLÁUSULA QUINTA – DA SUSPENSÃO DO PROCESSO

O processo ficará suspenso durante o período de vigência do Compromisso de Cessa o, sem qualquer decisão de mérito, podendo ter continuidade se a COMPROMISSÁRIA deixar de cumprir qualquer das obriga es aqui estipuladas, sem prejuízo da execu o judicial de que trata o   4  do art. 53 da Lei n  8.884/1994.

5.1 Caberá   CAD-CADE, nos termos dos arts. 8 , V, 47 e 48 da Lei n  8.884/1994, c/c art. 23 da Resolu o n  12/1998 (Regimento Interno), fiscalizar o cumprimento das obriga es assumidas neste Termo de Compromisso de Cessa o de Práticas, podendo adotar as medidas necessárias, de acordo com o   4  do art. 53 da Lei n  8.884/1994.

CLÁUSULA SEXTA – DAS MULTAS

Pelo descumprimento das obriga es principais assumidas neste Compromisso, a COMPROMISSÁRIA ficará sujeita   multa diária, enquanto perdurar eventual descumprimento, no valor de 10.000 (dez mil) UFIR, equivalente a R\$ 10.641,00 (dez mil seiscentos e quarenta e um reais), nos termos do art. 53,   1 , b, c/c art. 25, ambos da Lei n  8.884/1994.

6.1 O atraso na entrega dos relatórios e informa es ao CADE, na forma estabelecida na Cláusula Terceira, sem justa causa ou consentimento prévio, será apurado pelo CADE, respeitado o direito de defesa, sujeita a COMPROMISSÁRIA   multa diária de 5.000 (cinco mil) UFIR, equivalente a R\$ 5.320,50 (cinco mil trezentos e vinte reais e cinquenta centavos), computada até o limite de 90 (noventa) dias.

CLÁUSULA SÉTIMA – DE FATO SUPERVENIENTE

Tendo em vista a restri o   utiliza o dos direitos de transmissão do Campeonato Brasileiro de Futebol na TV por Assinatura (cláusula 2.3) e o disposto no art. 53,   3 , da Lei n  8.884/1994, qualquer decisão no processo administrativo ora em instru o na SDE (PA n  08012.006054/97-11) ensejará a revisão do presente TCC.

CLÁUSULA OITAVA – DO PRAZO DE VIGÊNCIA

As obriga es contidas no presente instrumento deverão ser cumpridas nos seguintes prazos:

- (i) As obriga es pactuadas na Cláusula 2.1 e 2.2 do presente instrumento viger o da data da publica o deste TCC no Diário Oficial até 31.12.2008; e
- (ii) As obriga es contidas na Cláusula 2.3 viger o por um período ininterrupto de 3 (três) anos, contado do dia 1 .01.2009 até 31.12.2011.

CLÁUSULA NONA – DO ARQUIVAMENTO

Terminados os prazos assinalados na Cláusula Oitava supra, e verificada a efetiva cessa o das práticas de que trata o presente termo, o processo administrativo indicado no preâmbulo será arquivado, nos termos do   2  do art. 53 da Lei n 

8.884/1994.

CLÁUSULA DÉCIMA – DA PUBLICAÇÃO

A celebração deste Termo de Compromisso de Cessação de Práticas será tornada pública mediante sua publicação no Diário Oficial da União. Da mesma forma, a COMPROMISSÁRIA fará publicar, às suas expensas, extrato deste termo, em até 15 (quinze) dias de sua assinatura em, no mínimo, ¼ (um quarto) de página de 2 (dois) jornais de circulação nacional, de cujo teor não constará qualquer alusão ou opinião a respeito deste TCC.

E, por estarem de acordo, assinam o presente Termo de Compromisso em 4 (quatro) vias de igual teor e forma.

Brasília, 31 de maio de 2006.

CONSELHO ADMINISTRATIVO DE DEFESA ECONÔMICA – CADE

Elizabeth Maria Mercier Querido Farina
GLOBOSAT PROGRAMADORA LTDA.

Tércio Sampaio Ferraz Junior
GLOBO COMUNICAÇÃO E PARTICIPAÇÕES S.A.

Ary Marcelo Solon

Testemunhas:
