

**Doutrina****AUDIÊNCIA DO DIA 28/06/2007****Evandro Guimarães***Formado em Administração pela Fundação Getúlio Vargas do Rio de Janeiro em 1970;**Iniciou sua carreira profissional na Ciba Geigy como Gerente de Produtos, trabalhou por muitos anos na Bicycletas Caloi S.A. como Gerente de Marketing e ingressou na TV Globo de São Paulo em 1980, onde desempenhou diversas funções voltadas para o mercado interno;**Criou a Central Globo de Afiliadas e Expansão, quando, sob o seu comando, foram implantadas mais de 50 emissoras nas diversas regiões do País;**Vice-Presidente de Relações Institucionais das Organizações Globo em 1997, onde, desde então, passou a ser o responsável pela coordenação do relacionamento das empresas do grupo com os Poderes Executivo e Legislativo.*

(Transcrição com revisão)

A exposição agora é do senhor Evandro Guimarães, diretor de Relações Institucionais das Organizações Globo.

**Evandro Guimarães** – Boa tarde! Muito obrigado por essa oportunidade. Queria cumprimentar vossas senhorias conselheiros, procurador Badim, conselheiro Rigato, conselheiro Cueva, conselheiro Prado.

Nós assistimos, há pouco, uma apresentação de alto nível tecnológico pelo Valim, portanto diferente do pessoal da radiodifusão, que ainda é analógica no Brasil. Nós somos o único grande serviço que é prestado na tecnologia analógica, diferentemente do MMDS, do DTH, do ADSL, da TV a cabo, da TV a cabo digital que permite uma apresentação altamente digital.

Eu vou fazer uma apresentação absolutamente analógica, simplificada, muito mais baseada na emoção, porque eu, junto com os meus companheiros, que temos acompanhado todas essas exposições, sentimos que existe em relação à TV aberta um tratamento de uso e costume em que frequentemente não se faz justiça ou não se presta atenção à importância que tem a TV aberta para o Brasil. Eu gostaria de comentar com os senhores sobre ameaças ou oportunidades para a TV aberta nesse ambiente de convergência tecnológica, de aperfeiçoamento, de mudança de tecnologia, de mudança de patamar dos sistemas de comunicação e de comunicação social.

Eu vou seguir um roteiro rapidamente, espero fazer essa apresentação de maneira bastante rápida. Eu gostaria de falar um pouquinho sobre a televisão aberta e algumas das suas características. Eu vou ler ali, porque eu percebo que as pessoas aqui no auditório não conseguem ler nessa distância. Vou falar também um pouquinho do conteúdo da TV aberta, mas prometo falar de maneira muito objetiva, só lembrando os conteúdos que as centenas de televisões abertas no Brasil produzem. Vou fazer algumas reflexões sobre o papel da radiodifusão, que é realmente para tentar levantar e conseguir aqui, dos conselheiros e da equipe do CADE, uma atenção diferenciada para esse importante instrumento de inclusão cidadã e de integração nacional.

E, por fim, vou fazer uma comparação, que eu já fiz numa outra oportunidade, entre radiodifusão e telecomunicações, coisa que acho necessário, já que se fala frequentemente da necessidade de modernizar os marcos regulatórios e apresentar uma visão da radiodifusão, e que trilhos esses marcos têm que ter em mente na hora de alterações.

Televisão aberta no Brasil é um modelo absolutamente bem sucedido. Ele é, acima de tudo, preciso lembrar isso, um modelo federativo. Nós temos redes de televisão que transmitem programação nacional, notícias, entretenimento, cultura, programação político-partidária, programação eleitoral, comerciais, quer dizer, divulgação de bens e serviços. E esse modelo federativo é um sanduíche em que há a programação nacional e há a operação regional ou local na qual se inserem programações próximas do fato gerador, seja o jornalismo, seja o esporte, etc e tal.

E seja também a questão de você fornecer para a cidadania, uma questão de você ter instrumentos fortes de comunicação para o horário político e partidário ou eleitoral gratuito, e eu vou ressaltar, durante a apresentação, como nós consideramos a importância da radiodifusão no rádio e na televisão aberta no Brasil, com enfoque maior sobre televisão, que achamos que há um momento em que as pessoas precisam parar e prestar atenção *vis-à-vis* à necessidade de novas atitudes regulatórias sobre esse instrumento para a cidadania, para a soberania, para o País.

Ali realmente não vai dar pra ler, mas eu vou tentar ler para vocês daqui e essa apresentação será distribuída depois, estará no CADE. No Brasil, nós temos 458 televisões abertas e mais 69 editais que estão ainda para serem desembarçados, ou seja, nós temos cerca de 500 geradoras de televisão que se distribuem entre a Globo, o SBT, a Bandeirantes, a Record, a Rede TV!, a TVJB, a TV Gazeta. Depois, no outro grupo, a MTV, a Rede 21, a Rede Mulher, o Shoptour, a CBI, Canal Brasileiro de Informação.

Aí tem um grupo de televisões mais voltadas à questão do proselitismo religioso, a Rede Vida, a Século XXI, a Rede Internacional da Graça de Deus, a Canção Nova, a Rede Família, a Rede Gospel da Igreja Renascer, a LBV. Depois tem um grupo de 193 geradoras educativas, eu diria que aí tem educativas e pseudo-educativas. Muitas concessões pseudo-educativas que foram dadas e que hoje, na verdade, não têm um papel importante, funcionam precariamente, ou seja, tem quase 500 geradoras no Brasil que operam (esse número ali é importante) com cerca de 5.000 retransmissoras primárias.

O País tem 5.500 municípios, tem 12.000 distritos, 18.000 localidades. Isso significa o seguinte: praticamente, grande parte da população brasileira tem cobertura terrestre, com televisão aberta, televisão de recepção livre e gratuita. Aqui está um pouquinho mais claro, mas eu quero dizer o seguinte: essas exibidoras estão distribuídas por todo o Brasil. Aqui são os estados, aqui nós mostramos que há 33 no Rio Grande do Sul, 27 em Santa Catarina, 47 no Paraná, 67 em São Paulo e assim por diante. Ou seja, o Brasil tem uma distribuição espacial, uma distribuição na geografia nacional que contempla toda a federação. Programação nacional e possibilidade de geração local ou regional que permite fazer com que as ofertas de bens e serviços se façam próximo do domicílio, ou seja, no distrito daquele consumidor ou mesmo daquele leitor.

Televisão brasileira, televisão terrestre analógica tem uma característica que é pouco divulgada. Aqui esse número é um número de 36.000 clientes. Foram os clientes que só a TV globo teve (nacionais, regionais e locais, no ano de 2006). Esses

36.000 clientes ativos tiveram a seguinte característica (estão distribuídos por todo o Brasil): 92% desses clientes anunciaram, em 2006, menos de R\$ 50.000,00 no ano. 25.000 anunciaram menos de R\$ 15.000,00. Ou seja, é também para desmistificar um pouquinho a circulação de bens e serviços, que é certamente junto com a informação, entretenimento e com outros serviços, certamente a televisão cumpre um papel importante de informar e dinamizar a circulação de bens e serviços nacionalmente e em todas as regiões.

Isso daí é só para ilustrar uma distribuição geográfica. Só a Rede Globo, esse espelho geralmente se aplica às outras redes, com variações para mais ou para menos, nós cobrimos do ponto de vista terrestre 5.400 municípios. Falta aí eliminar alguns, porque tem municípios onde você não tem cobertura nos distritos ou nas localidades. Aí tem um grande sistema que é o sistema de integração nacional, que é o satélite através daquela parabólica da banda C, que todos nós conhecemos, que complementa a recepção livre e gratuita por quase 98% da população, de acordo com o IBGE.

Uma outra informação sobre o sistema e o modelo brasileiro de televisão aberta é que no Brasil a televisão aberta, à mercê do grande sistema que é, detém 60% do investimento publicitário total, ou seja, tem novas mídias aqui crescendo. A Internet tem crescido, o sistema de TV por assinatura cresceu substantivamente. São dados de 2006, mas ainda assim 60% do total da verba publicitária no Brasil é destinada à televisão aberta.

Eu gostaria de falar um pouquinho sobre o futuro muito breve da TV aberta. A TV aberta estava morrendo. Graças aqui ao doutor Ara, estava presente, desde o ano de 2000 nós já nos considerávamos atrasados na decisão sobre um sistema de televisão digital porque, como eu disse, somos o único sistema importante, com essa magnitude, que está ainda utilizando tecnologia analógica. Mas a TV digital terrestre, enfim, no ano passado foi decidido o sistema, um sistema híbrido, um sistema nipo-brasileiro em que há um aperfeiçoamento importante na parte de *hardware* e também na parte de *software*.

Na parte de *hardware*, estaremos utilizando o MP4 e na parte de *software* estaremos utilizando o *middleware* e complementos de *software* desenvolvidos pela universidade brasileira. As características essenciais são: recepção aberta e gratuita, quer dizer, a televisão continuará gratuita mesmo no horário de pico, nos ônibus em São Paulo e Rio, onde a pessoa passa 2 horas, poderá ligar uma televisão portátil e receber perfeitamente. Ela terá alta definição, recepção e áudio simultaneamente e terá mobilidade, portabilidade, interatividade.

Existe interatividade em dois níveis: uma que se dá na residência, no *Set Up Box*, que é aquela informação que fica ali acumulada e tem a interatividade realmente plena. Essa depende de um meio de telecomunicações que faça o canal de retorno. Sobre isso já se falou muito, das diversas estruturas para isso. E tem uma importante preocupação do governo de que boa parte dessa migração se faça com a indústria nacional, seja na área de transmissores, seja na área de equipamentos, seja na área de receptores, de televisores mesmo, de monitores de recepção. E já falei, há uma importante participação da universidade do centro de pesquisas brasileiras.

O cronograma de implantação da TV digital terrestre, eu gosto sempre de lembrar isso, TV digital terrestre, ao contrário de algumas pessoas que usam a palavra "digital" como se fosse mágica, é lento e não acontecerá para todos. Começa em São Paulo, certamente nos primeiros 6 a 8 meses estará apenas em São Paulo. Depois começará nas principais outras capitais, provavelmente até o fim de 2008, 4 ou 5 outras capitais. Em 2009 a gente espera que algumas geradoras de municípios importantes, municípios ricos como Campinas, Santos, São José dos Campos, Londrina, Maringá, municípios que têm uma cobertura significativa, que têm apelo, possam instalar, já que o sistema analógico vai funcionar simultaneamente com o digital. Posteriormente, serão digitalizadas as retransmissoras nas capitais. Só pra lembrar a vocês, são milhares de retransmissoras. E por fim no horizonte de dez anos, serão digitalizadas as retransmissoras dos demais municípios.

Esse cronograma poderá ser cumprido ou acelerado, caso haja uma redução significativa dos custos dos equipamentos que a gente espera que possa acontecer e temos exemplos disso. Todo mundo se lembra que quando se comprava uma parabólica há 20 anos atrás, você pagava 2.400 dólares. Quando se comprava um DVD, há poucos anos atrás, você pagava 1.300 dólares, 1.400 dólares. Hoje você está comprando por menos de 100 dólares.

Então essa é a perspectiva. A TV digital terrestre foi a chance de preservação e de renascimento da televisão comercial aberta e batemos na trave, estamos entrando aí com grande perspectiva, mas com este quadro que é lento, demanda investimento e prestará um grande serviço. O Valim comentou na apresentação anterior que boa parte da audiência da TV aberta se dá nas TVs pagas. Nós temos conhecimento que nas TVs pagas a TV aberta é muito assistida e, frequentemente, o consumidor de TV paga, o assinante de TV paga, compra a assinatura também por que é muito importante vê-la com qualidade.

Boa parte da televisão analógica tem chuveiro, fantasma. Isto para todas as camadas da população, inclusive as mais pobres, nós vamos eliminar isso rapidamente começando, dentro do cronograma, por São Paulo. Teremos um grande benefício, uma grande penetração no sentido das camadas mais inferiores, que poderão ter no principal instrumento de comunicação social que tem no Brasil, efetivamente uma melhor qualidade.

Eu agora queria passar muito rapidamente, só pra fazer uma lembrança, como eu disse eu não pretendo nada mais a não ser lembrar um pouquinho a importância e o tamanho da TV aberta no Brasil. Os conteúdos da TV no Brasil são: vinhetas e chamadas, eu quero chamar atenção para tudo que é produzido, ou seja, tudo aquilo que emprega os talentos artísticos, intelectuais e culturais na televisão brasileira, seja uma televisão com uma sede importante no Rio ou São Paulo, seja uma televisão regional.

Nós produzimos vinhetas, produção comercial, propaganda partidária eleitoral, novelas e mini-séries (aqui já é um centro), jornalismo, isso aqui praticamente em todas, o que permite a preservação do interesse local e regional, esportes, inclusive também o local e regional. As televisões produzem também programas rurais, programas educativos, programas de ação civil, mobilização comunitária, shows musicais. Elas exibem o cinema nacional e aqui há uma grande sinergia, há uma necessária sinergia entre a exibição na televisão do cinema e a própria produção do cinema.

Todos percebem que o *casting* mais importante do cinema nacional, desde que a televisão é importante, é um *casting* televisivo. Programas humorísticos, que permitem valorização e divulgação do talento regional e programas de auditório. Além disso, eu poderia lembrar que os conteúdos da TV aberta têm o seguinte resuminho: 70% da programação é produzida no Brasil e 90% é no horário nobre. Queria chamar a atenção para a importância da TV aberta que emprega, que tem capacidade de empregar, empregos muito caros se comparados com qualquer economia do mundo. No Brasil, nós estimamos 60.000 horas de produção nacional, 110.000 horas de produção jornalística. O Brasil exporta para mais de 130 países do mundo e a gente estima a geração direta ou indireta em todas as redes de cerca de 200 mil empregos, incluindo as redes que fazem quaisquer tipos de programação.

O que eu quero dizer, para encerrar essa parte é o seguinte: o Brasil tem tido o benefício para sua enorme população, um País que fala português, cercado de países amigos que falam espanhol, um mercado homogeneizado, um mercado estabelecido, coberto desde 81 em tempo real. O Brasil tem tido a sorte de ter desenvolvido isso, que alguns chamam de senso comum de ser brasileiro. Isso se deve, em boa parte, porque os principais autores brasileiros, mesmo sendo o País um grande ilha, nessa grande América do Sul, nós produzimos praticamente todos os principais autores brasileiros: Jorge Amado, Machado de Assis, José de Alencar.

Eu acho que não há nessa sala quem possa se lembrar de um importantíssimo autor que não tenha sido adaptado para a televisão. Alguns com muitas obras, isso aí é apenas um exemplo e demonstra a importância para a soberania, para a identidade nacional. A televisão construiu um senso comum de ser brasileiro que, frequentemente, é esquecido, é ignorado. Quando se tem na televisão aberta alguma reclamação, é colocado em segundo plano, aquilo de importante que a televisão fez para a auto-estima, a soberania e o interconhecimento nacional.

Eu queria fazer, muito rapidamente, algumas reflexões para passar para a parte final do meu trabalho sobre o modelo de televisão aberta no Brasil, quer dizer, o que é esse modelo que eu já defini para os senhores como venturoso, como útil, como necessário para um País com essa característica, com diversidade de ocupação demográfica, com diversidade de renda. O que é a televisão aberta às vésperas desse conjunto de fatos consumados, onde o ambiente regulatório frequentemente interrogado pelos fatos consumados. O que é o Brasil? O que é esse modelo frente ao Brasil?

Se a televisão aberta tem os predicados de características federativas a que eu me referi anteriormente, pode ser discutido, o executivo, o legislativo e os brasileiros e todos aqueles formadores de opinião, como os senhores conselheiros, precisam atuar, porque os países não desistem de objetivos sociais, políticos ou culturais simplesmente porque as informações são transmitidas analógica ou digitalmente. Ou seja, o que eu estou querendo dizer é que objetivos sociais, políticos e de soberania devem ser um princípio.

A capacidade tecnológica de fazer não deve ser entendida como a lei da gravidade. O que nós queremos do País deve ser o princípio. O resto devem ser os meios. E é importante ressaltar isso, os senhores verão à frente porque a convergência digital deve estar a serviço do nosso projeto de Brasil. Até segunda ordem, a gente entende que o nosso projeto de País está expresso na Constituição. O Brasil, entendemos, se você consultar os bons valores nacionais, quer ser produtor de conteúdos em língua portuguesa, quer ter presença no mercado interno, não quer ser apenas um consumidor, ele não quer ser produzido, envolvido pela produção cultural das economias centrais, sejam aquelas que falam espanhol ou que falam inglês.

O Brasil precisa ter estimulado o desenvolvimento e a diversificação dos meios de distribuição, mas preservada a produção, a programação e o provimento de conteúdos brasileiros por empresas brasileiras. Eu costumo dizer, assim como anteriormente me disseram que havia um bordão na área de concessão, aqui há o bordão: o corpo já foi, vamos proteger a alma. Em todos os países do mundo, é politicamente correto reservar, como meio estratégico para a soberania, o controle sobre telecomunicações e comunicação social.

No Brasil, porque a gente precisava fazer caixa, o ministro Sérgio Mota conseguiu, com emendas constitucionais, vender o corpo. Nós abrimos para capital estrangeiro, praticamente sem limite, o único limite que resta são as operações de cabo, a propriedade dos meios de telecomunicações no Brasil. Essa propriedade não é liberada internacionalmente, esse modelo não tem comparação no mundo. Felizmente, naquele momento, o ministro percebeu que vender a alma, ou seja, permitir que o conteúdo fosse produzido no País e distribuído no País poderia ser demais. Então, sacrificou-se o corpo e a alma foi relativamente preservada.

De novo, agora, a alma está ameaçada por esse fenômeno da convergência, pelo fenômeno de fatos consumados, produzidos pela aceleração da proximidade tecnológica. A gente acha que produção, programação e provimento de conteúdo devem estar reservados aos agentes brasileiros. Isso é politicamente correto em qualquer País do mundo e qualquer País do mundo deveria ter para os seus cidadãos regras que assim o permitissem. Até na União Européia, que tem uma forte integração, agora se estima que é necessário separar a regulação da transmissão da regulação do conteúdo. Isso é uma coisa muito importante, porque vai mais do que afetar aspectos concorrenciais, pode descaracterizar a nação.

O nosso modelo de radiodifusão fortalece expressões culturais regionais e fortalece, digamos assim, a própria federação e o desenvolvimento econômico social dos estados e municípios. Nós temos a expectativa que, com a TV digital terrestre, isso será bastante ampliado. Espero que centenas de novas emissoras regionais de pequeno porte, com uma tecnologia mais barata, que consomem menos energia, tenham uma maior robustez, uma maior capacidade para ser consumida em movimento, com as tecnologias que venham a ser implantadas no futuro.

Mas a gente acha que isso tem que ser feito com liberdade de expressão. Esse *slide* nº 20, eu resolvi colocar hoje simplesmente porque tem-se falado muito de interferências dos Estados nos sistemas de comunicação. As empresas de televisão aberta, sejam as que existem hoje, sejam as que vão existir, estarão aptas a continuar prestando serviços sem necessidade de interferência do Estado, porque é esse modelo que funciona, porque no Brasil o modelo é complementar entre estatal, público e privado. No caso da televisão privada, a gente espera que essa não interferência seja poderosamente preservada.

Eu agora entrarei num conjunto de observações comparativas entre radiodifusão e telecomunicações para mostrar porque originalmente houve uma diferença na regulamentação, no dispositivo regulatório que existe até hoje e chamar atenção para a nossa expectativa com relação a essa nova quadra, que todo dia se desenha como uma grande emergência.

Coloquei do lado esquerdo radiodifusão e do lado direito telecomunicações. Estou tentando facilitar uma subdivisão no nosso raciocínio para chegarmos a algumas conclusões ao final dessa minha fala. Comunicação social é entendida, e esse é o espírito da Constituição brasileira, como transmissão do 1 para n, de 1 para milhares, de 1 para milhões, e dirigido ao mercado interno brasileiro. Ela é dirigida ao público em geral. Essa é uma expressão muito presente na literatura, na legislação de rádio e comunicação social.

Telecomunicações, desde que foi concebida e ela vem sendo ligeiramente alterada, é a comunicação, é o serviço que é prestado para que um emissor se comunique com o receptor. Ou seja, nós temos as centrais telefônicas, nós temos as estações tandem, nós temos os *multiplex* mas, no final, o que as companhias de serviços telefônicos, as companhias de telecomunicações provêm, criam, é um serviço que permite um emissor interativamente trocar voz ou dados com um receptor.

Radiodifusão é comunicação social, ela tem um tratamento constitucional, ela se baseia na questão da responsabilidade

editorial e na produção de cultura e educação. Os senhores não encontrarão na regulação de telecomunicações nada que fale desses aspectos. telecomunicações está voltada para utilização dos meios de transportes de sinais. Comunicação social tem uma enorme preocupação regulatória voltada, digamos assim, para a sua dimensão social. telecomunicações tem uma importante regulação voltada para a utilização dos meios, para o tráfego e para o transporte de sinais.

Agora esse *slide* nos diz que a radiodifusão, ou seja, rádio e televisão, tem o objetivo de ser recebida aberta, gratuitamente e livremente, recebida pelo público em geral, financiada pela publicidade. telecomunicações, sem nenhuma outra hipótese, é paga. Quer dizer, aquela história que não há almoço grátis. As empresas de telecomunicações existem para cobrar de quem usa os seus serviços de interligação de um emissor e um receptor. Ela tem acesso restrito. As pessoas a acessam mediante senhas, mediante números, mediante discagem. Ela está mais regulada por condicionamentos econômicos.

Radiodifusão fala com o telespectador. telecomunicações fala com o assinante. Poderia dizer: radiodifusão fala com o cidadão, telecomunicações fala com o freguês. Comunicação social fala com toda a sociedade, como o nome mesmo diz, como o artigo 220 da Constituição, uma Constituição moderna, sabiamente reservou. telecomunicações é um negócio que permite cobrar serviço. Quando eu digo que é um negócio, não estou diminuindo a importância, estou apenas querendo ressaltar o enfoque tradicional da regulamentação. Telespectador é diferente de assinante.

Radiodifusão tem um papel fundamental para a integração nacional. Todas as medidas importantes, estratégicas em relação à radiodifusão, em relação à televisão brasileira foram tomadas tendo em vista a integração nacional. Quando o satélite foi lançado na Base de Coru, o Brasilsat 1, o Brasil já usava o Intelsat. As televisões o queriam para preservar as áreas de cobertura das diferentes emissoras, ou seja, para impedir invasão de sinal, de sinal comercial, de sinal político-partidário etc e tal.

Nós tentamos codificar os sinais, ou seja, tentamos fazer com que fossem necessários receptores para que individualmente, seja fora do Brasil, seja nas fronteiras do Brasil, estes sinais fossem captados. Nós fomos proibidos de fazer isso porque não se admitia à época que nenhum destacamento de fronteira no Brasil ficasse sem receber, em tempo real, aquilo que é um dos principais elementos da integração nacional.

As telecomunicações não têm compromisso federativo, vocês não vão encontrar esses compromissos federativos na legislação até aqui promulgada, até aqui publicada. Radiodifusão trata da língua portuguesa, da cultura brasileira, da educação, falamos disso anteriormente. As telecomunicações em geral, estou falando aí até das telecomunicações mais próximas de comunicação social, que dizer, das empresas de TV a cabo, das empresas de DTH. Elas transmitem projetos e programações que frequentemente são programações que têm viabilidade pan-americana.

Eu dou como exemplo um jogo de basquete, que eu gosto muito. Na ESPN tem um áudio em inglês para os Estados Unidos, tem um áudio em espanhol para América Latina e tem um áudio em português para o Brasil. Frequentemente, vocês vêm nos intervalos a receita publicitária, que é importante também, ela divulga marcas e produtos que são vendidos em toda a América Latina. Alguns produtos das programações que estão no cabo têm enfoque pan-americano. Os direitos de eventos são comprados nessa escala. Não estou querendo dizer que isso é ruim, estou querendo dizer que esta é a característica fundamental entre comunicação social, radiodifusão e telecomunicações.

Radiodifusão tem auto-regulamentação, com responsabilidades bem definidas. Pouca gente sabe, mas o Brasil tem uma experiência internacionalmente conhecida, que é o CONAR, Conselho Nacional de Auto-Regulamentação Publicitária, em que os anunciantes, agências e veículos autocontrolam, auto-regulam a disposição e a questão da verdade nos anúncios de bens e serviços. Auto-regulamentação é muito importante em radiodifusão, em várias áreas, em vários conteúdos. Em telecomunicações, a regulamentação é muito específica e muito ligada ao meio e absolutamente distante dos conteúdos. São realmente mecanismos de transporte, mas são diferenças que devem ser observadas.

Por fim, radiodifusão está destinada a fazer uma oferta eficiente, nacional ou local e regional, de bens e serviços via publicidade e campanhas de mobilização. As telecomunicações têm a possibilidade de fazer informação segmentada e paga. Novamente surge essa diferença. Nós somos voltados ao público em geral. telecomunicações é voltada a públicos definidos que, digamos assim, têm o seu endereço conhecido na ponta da linha.

Radiodifusão está preocupada com a ampla disseminação de informações e com o acesso democrático, porque acessam a radiodifusão todas as camadas, todas as pessoas, todas as populações. As telecomunicações têm como característica central, quaisquer empresas de telecomunicações ou qualquer sistema, uma alta concentração, uma alta dependência de capital e alta dependência de escala. Não estou fazendo crítica nenhuma, mas é assim.

Radiodifusão é um mono serviço, é um serviço dirigido ao público em geral. Telecomunicações vêm-se caracterizando e, também, com as resoluções que foram recentemente, de 1995 para cá, elas se caracterizam por múltiplos serviços. Radiodifusão é um canal único, telecomunicações utilizam uma diversidade de faixas. Tanto se fala sobre essa história, que a televisão usa parte do espectro, que o espectro é público. Bom, o espectro é público, seja para as empresas de radiodifusão, seja para as empresas de telecomunicações, mas as empresas de radiodifusão utilizam canais únicos.

Radiodifusão é um canal por localidade. telecomunicações tem pluralidade de canais. Radiodifusão tem compromissos com cessão de horários gratuitos, de programação educativa, institucional etc e tal. As telecomunicações trabalham com disponibilização de meios, a história do *unbundling* ou desagregação de rede, eu prefiro em português, que a gente sabe que ainda é relativamente mal resolvida. Radiodifusão tem uma alta volatilidade do intervalo comercial, ou seja, a publicidade é correia que sai do couro, é derivada do nível de atividade econômica, derivada do nível de expansão do PIB. Nós estamos vinculados ao produto exibido e ao financiador no intervalo comercial. telecomunicações estão mais fixas, na base permanente de assinantes.

Radiodifusão tem milhares de proprietários em todo o Brasil. Milhares. A gente tem a tendência a chapar as representações. Quando se fala da Bandeirantes, pensa-se na Rede Bandeirantes de maneira monolítica. Não. A Bandeirantes tem lá dezenas de empresários que são alinhados à Bandeirantes, são franqueados pela Bandeirantes para retransmitir a programação nacional e operam localmente sob outra titularidade. A Rede Globo, por exemplo, tem 121 geradoras que compõem a rede. Apenas 5 são emissoras próprias. As telecomunicações, ao contrário, têm grande concentração de poder em mãos de poucas empresas. Nós poderíamos citar um número de empresas de telecomunicações importantes no Brasil. Nós não vamos encontrar semelhanças entre essas duas características.

Eu queria resumir que a Constituição Federal separou comunicação social de telecomunicações, dos meios que atendem

inclusive, que funcionam como facilidades para a comunicação social. Mas a Constituição separou a comunicação social e protegeu a comunicação social. O artigo 222 reserva a gestão, a propriedade do capital total, inclusive do votante, a brasileiros. 70%, no mínimo, do capital total e do capital votante devem pertencer ao brasileiro e a gestão da programação é da competência de brasileiros. Isso não é nada específico do Brasil. Os países do mundo inteiro têm essa preocupação, com diferentes valores: com 20%, com 25%, com 30%. países onde há uma certa liberdade com a propriedade dos meios de comunicação social têm uma história muito particular. A regra, politicamente correta, é proteger para os nacionais de cada País, o controle da comunicação social, da comunicação de 1 para n.

Comunicação social consiste nessa oferta de conteúdo de 1 para n e é dirigido ao mercado interno brasileiro. Abarca a produção, a seleção, a organização, o empacotamento, a programação ao suprimento de conteúdos. Quer dizer, é uma indústria que tem integração vertical. Nós fazemos a distribuição, mas cuidamos de administrar todo o conteúdo e por ele nos responsabilizamos. O nosso entendimento, e essa é uma frase importante que eu pediria atenção, é de que as empresas interessadas que queiram explorar serviços de comunicação social devem se enquadrar e submeter-se ao que determina o capítulo 5º da Constituição, sob pena de nós estarmos vivendo a mais desleal concorrência que se poderia estabelecer no mercado interno brasileiro.

Se há uma regra para aqueles que têm outorgas, regras essas que estão no capítulo 5º da Constituição, quem quiser fazer o mesmo serviço deve se submeter à Constituição, porque a Constituição, a gente costuma dizer, é a mãe de todos os marcos regulatórios. A gente verifica, frequentemente, que, em seminários, em painéis, as pessoas discutem os aspectos regulatórios: pode ou não pode, isso é superexposição, isso não é; isso é concorrencial, isso não é. Mas todo mundo se esquece que o marco regulatório deriva de uma mãe, que é a Constituição. E na Constituição está expresso: é legítimo, é necessário, é projeto do País que as empresas de comunicação social tenham controle efetivo, real e gestão de brasileiros.

Por fim, telecomunicações no Brasil não se destinam a exploração do serviço de comunicação social. Este lembrete eu preciso fazer porque tudo que a gente escuta falar, fascinados pela técnica, fascinados pela tecnologia, eu costumo chamar isso de síndrome de engenheiro. Todo mundo fica apaixonado por que agora eu posso fazer televisão e, com a ADSL no par trançado, posso fazer televisão assim, assim, assado, 3G, eu vou fazer televisão. Mas comunicação social no Brasil tem regras e, se nós vamos derrogar essas regras na marra, precisamos avaliar um pouquinho se é isso exatamente o que queremos.

Telecomunicação é um serviço complementar ao serviço de comunicação social. Quando o serviço de comunicação social utiliza telecomunicações, ela está utilizando uma facilidade, assim como um cliente daquela empresa. Nós utilizamos *transponder* de 36 MHz da Embratel. Simultaneamente, outros concorrentes também usam para levar o sinal a geradoras ou diretamente à população em todo o Brasil. E, por fim, concluindo, nós achamos, do setor de radiodifusão, que os avanços tecnológicos que permitem a convergência não devem derrogar, com a criação de fatos consumados, a Constituição tal como ela existe.

Eu pretendia, nessa apresentação, apenas levantar alguns pontos referentes à importância da radiodifusão (o País pode não estar bem, mas estaria pior sem ela): a importância para a soberania e para a identidade nacional. Chamar atenção de que alguns aspectos concorrenciais deveriam levar em conta essa questão, esse conjunto que trata de aspectos de soberania, de integração e, de novo, do senso comum de ser brasileiro. Muito obrigado.

**Não identificado** – Obrigado pela sua exposição, Dr. Evandro, que traz vários aspectos que até agora não foram discutidos aqui nessas audiências públicas, mas são muito importantes da relação de conteúdo e da infra-estrutura. E eu vou começar justamente entrando nessa discussão, levantando um ponto de que se, por um lado, a sua definição de radiodifusão de 1 para n é inevitável, que na medida em que haja alterações na natureza técnica esse “1” muitas vezes não está localizado fisicamente no mercado doméstico e isso tem ocorrido de várias formas, através de várias tecnologias disponíveis.

Isso claramente é um desafio, é um problema que nós temos que enfrentar no Brasil. Como nós temos, inclusive o famoso caso da concentração SKY e da DirecTV, uma das preocupações que eu tive foi definir separadamente mercados relevantes de conteúdo nacional, de conteúdo internacional, como um aspecto a ser considerado, na medida em que a preocupação era obviamente se discutir um ambiente concorrencial do mercado de conteúdo nacional. E eu entendia, e continuo entendendo, que esse é um espaço que tem que ter algum tipo de regulação e tem que ter também claramente um ambiente competitivo.

A primeira pergunta que eu lhe faria: dadas as características do mercado brasileiro, por um lado da verba publicitária que, no caso de radiodifusão, na verdade é um negócio de dois clientes, em vez de ser um cliente de telecomunicação, tem dois fregueses usando sua tecnologia, que é o anunciante e o público em geral.

O anunciante compra o espaço porque tem público, enquanto o outro caso, o assinante pode incorrer e escolher a natureza do produto que ele quer. Então, há uma limitação por um lado na questão publicitária mas, por outro lado, é um problema de que a qualidade da produção também está limitada no risco. Como se fazer pra aumentar a concorrência em produção de conteúdos nacionais dadas as limitações por um lado da receita publicitária, por outro lado das questões inerentes de TV por assinatura que ainda são muito restritas no Brasil, e como se evitar que esse mercado seja excessivamente concentrado?

**Evandro Guimarães** – Bom, o mercado de produção de conteúdo no Brasil não é concentrado, na nossa opinião. Há uma enorme indústria de produção de audiovisual no País. É verdade que a Rede Globo, alguém achou graça disso, investiu e apostou num grande centro de produção nacional, apostando inclusive em fazer programação para o mercado interno e exportar a programação. Mas não são menos importantes os outros centros de produção no Brasil. Vale a pena conhecer hoje o centro de produções do SBT, o centro de produções da Record, a estrutura central da Bandeirantes, que é integrada com a sua produção com a TV paga. Pelo menos esses quatro centros são importantíssimos.

E eu diria o seguinte: onde há maior investimento talvez haja maior concentração, digamos assim, de recursos totais voltados a atender o serviço de televisão gratuita, curiosamente não está nem na produção. Produção, é claro, minuto a minuto você precisa ter qualidade para você garantir audiência com o telespectador. Mas as redes de comunicação que apostarem no Brasil de maneira descentralizada, essas sim é que terão uma grande massa de recursos aplicados.

Eu vou lhe dar um exemplo. Se você me perguntar se há superioridade de qualidade na transmissão, de geradores, de retransmissoras, de link de transportes de sinal entre emissoras afiliadas da Rede Globo, em vários estados do Brasil, e suas concorrentes, eu diria que sim. Porque a empresa teve o cuidado de selecionar parceiros que tivessem a mesma preocupação em apostar naquele negócio. É muito fácil, se houver uma decisão firme, que os órgãos oficiais do governo

fomentem a produção do audiovisual brasileiro. Isso, aliás, é uma necessidade de um País que, como nós falamos, tem aí quase 190 milhões de habitantes, fala português, produz em português e tem uma grande vocação para produzir conteúdo e para exportar conteúdo.

Nunca houve uma política significativa. Se você me disser que pode fazer o Estado brasileiro mediando esse assunto, eu queria dizer: não é a Lei Rouanet nem o artigo 3º da Lei do Audiovisual, nem o antigo SDAV, Serviço do Audiovisual, que vão competir porque, no caso, por exemplo, os grandes produtores de conteúdo brasileiro lidam com recursos de produção na escala de bilhões e o Estado nunca trabalhou na mobilização de recursos para criar centros de produção de excelência que ultrapassasse a escala de cem milhões.

Provavelmente, porque a atividade é de altíssimo risco. Financiar cinema é um altíssimo risco porque, de cada 10 filmes, 2 ou 3 têm algum sucesso, a maior parte tem prejuízo. Então, de novo, aí tem uma questão da decisão de risco empresarial. Muito mais a questão do risco empresarial do que a questão de concentração por existência de recurso. Eu quero só lembrar o seguinte: em São Paulo, só para falar de uma coisa que interessa muito recentemente, em São Paulo vão entrar no ar com TV digital, pelo menos 5 emissoras, no dia 2 de dezembro. São Paulo tem 21 canais de televisão aberta, 12 geradoras e 9 retransmissoras. Em São Paulo, o cidadão que quiser ver televisão gratuita, tendo uma boa antena coletiva, tendo um bom sistema, ele pode assistir 21 programações diferentes.

Nós temos em São Paulo alguma coisa em torno de 50% de audiência do total dos ligados, da audiência total. Infelizmente, outros programadores não têm colocado, ou porque o interesse é esse mesmo, não tem colocado produtos de qualidade para disputar a atenção do telespectador. Isso nos preocupa toda noite, a gente tem pesadelo. Mas investir em centros de produção, em talento nacional, investir em produtos criativos é o caminho. E esse caminho não está limitado, não há nenhuma limitação. Hoje não há limitação nem sequer para estrangeiros.

A Disney do Brasil pode estabelecer um centro de produção, se quiser, em Manaus ou em Leopoldina, que é a cidade onde eu nasci. Seria ótimo para a cidade. Não há nenhuma limitação para que um banco resolva investir na produção de teledramaturgia no Brasil. Não há nenhuma limitação hoje para que uma companhia telefônica que fatura (os números são setor de telefonia) entre móvel, de múltiplos serviços móvel, fixo etc, em 2006, 90 bilhões. Televisão faturou 7. E televisão por assinatura, que está perto já, na faixa de 5. Quer dizer, ou seja, nós somos um setor que realmente como o senhor disse, Conselheiro, tem, digamos assim, uma certa limitação publicitária, mas a competição e a divisão da audiência não há limitações. Não há limitações institucionais, regulatórias ou mesmo de criatividade para que se aumente no Brasil o fornecimento de produtos gratuitos de melhor qualidade para o telespectador.

**Não identificado** – Gostaria de formular três perguntas. Como é que a TV digital, com a multiplicidade que vai oferecer, pode afetar a receita publicitária que hoje garante que se produza um conteúdo nacional de ampla difusão? A segunda pergunta é: Como é que o senhor vê o projeto que tem sido discutido na imprensa ao menos da criação da TV Pública Nacional? Se ela deve ou não ser criada e, se for criada, como ela deveria ser financiada? Deveria ser financiada nos modos do que há em alguns países europeus ou não? E a terceira pergunta é: Diante dessa exposição sua, que traz algumas questões instigantes, qual seria o modelo regulatório ideal para conteúdo no Brasil? Já que a gente tem visto que iniciativas recentes, como a de classificação indicativa, nós até tivemos um palestrante aqui que tem sido acerbamente criticadas por todo os produtores de conteúdo, pelo setor artístico e outra iniciativas um pouco mais antigas, até do início do atual governo, como a discussão em torno de uma agência de conteúdo também foram muito criticadas.

**Evandro Guimarães** – Ancinav.

**Não identificado** – Exatamente, a Ancinav. Como é que o senhor então vê a criação de uma regulação de conteúdo? Qual seria o modelo que respeitasse os ideais democráticos da Constituição e, ao mesmo tempo, garantisse uma produção diversa e com livre acesso a vários produtores?

**Não identificado** – Só queria acrescentar uma coisa nessa última questão: O senhor é favorável ao modelo como o modelo inglês da Agência integrada (inaudível) de regulamentação de audiovisual no modelo do (inaudível) inglês?

**Evandro Guimarães** – Eu gostaria de, por ordem, responder o conselheiro Cueva. Em relação à verba publicitária, a gente não tem ilusão, é essa mesmo. É que as televisões precisam do sistema digital terrestre para sobreviver. A cada 10, 12 anos, nós temos que trocar nossos equipamentos, nossos transmissores. Só que trocar para o analógico não vamos trocar mais. Nem teremos isso. Não haverá mais esse tipo de equipamento disponível no mundo.

A pior situação que tem uma televisão aberta hoje é aquela em que ela precisa simultaneamente trocar o canal aberto por canal analógico e implantar o sistema digital. Então, nós não estamos contando com o aumento da verba publicitária. A verba publicitária é um fator que tem muito a ver, eu quero homenagear nesse sentido o CADE. Nada é mais importante para a democracia da informação livre e gratuita do que os órgãos de proteção da concorrência, porque é só na economia competitiva é que se aumenta a verba de propaganda. Em alguns países, onde o ambiente interno competitivo, quanto a bens e serviços, existe de fato, é que a verba publicitária aumenta.

Isto é um percentual do PIB, quer dizer, nós chegamos a ter em alguns momentos no Brasil a mísera situação de termos em publicidade apenas 0,6, 0,7, 0,8 do PIB. Nós tivemos alguns momentos em que o ambiente competitivo era ligeiramente melhor, momentos no processo de industrialização dos últimos 30 anos, em que o investimento publicitário chegou a ser de 1%, 1,05, 1,10, 1,15 do PIB. Nós precisamos de que haja um ambiente competitivo e que haja crescimento econômico. Haverá um aumento espantoso da verba publicitária, seja numa tecnologia analógica ou digital, se houver competição e se houver crescimento.

Quer dizer, nós somos xipófagos dessas duas grandes necessidades que, na verdade, dividimos com o País. Então não estamos contando se você imaginar mas é muito difícil para a vida digital e não tem outro jeito. É como seu televisor preto e branco. Tem que trocar. As empresas vão se equipar, o grande investimento da TV digital será feito não pelos operadores. Cada operador, de novo, isso tem uma coisa que aparentemente é insuportável para a empresa, o modelo da televisão brasileira permite que essa transição se faça. Porque, como eu lhe disse, nós temos, na Rede Globo, 121 geradoras. Nós somos mais de 40 grupos econômicos diferentes. Cada grupo vai arcar com a necessidade em investimento proporcional ao seu tamanho, ao seu porte.

Mas não estamos imaginando que um melhor serviço possa fazer. O que pode significar, isso é desconhecido ainda em vários lugares do mundo, é um aumento importante da comunicação gratuita, é um consumo de mídia em movimento que, como o senhor sabe, a TV Globo vai poder ser assistida em qualquer telefone celular que tenha um chip de recepção da TV

digital em São Paulo. Isso pode significar milhões de novos consumidores no trânsito, nos ônibus, no segundo banco do automóvel, no táxi etc e tal. Mas nós desconhecemos isto e também achamos que isto é menos importante neste momento do que a vinculação com o ambiente competitivo entre empresas que produzem bens e prestam serviços e entre o desenvolvimento da economia.

A terceira pergunta é sobre a questão da Ancinav. O senhor vai me ajudar porque perdi a segunda. Ah! Sobre a TV Pública. Bom. Primeiro, o setor de radiodifusão empresarial acha extremamente saudável um projeto, especialmente esse que o ministro Franklin tem defendido, de dar robustez à comunicação pública, agregando um conjunto disperso de recursos que estão por aí. Tem televisão em estado que tem trezentos empregados, tem televisão no Rio. Na verdade é o seguinte: nós já estamos muito satisfeitos com o projeto de organização para fornecer ao público, de maneira mais sistemática, uma televisão pública que não perca, que tenha produção nacional e produção local.

Mas eu acredito que o sistema brasileiro é definido como complementar com televisão estatal, televisão pública e televisão privada. O que a televisão privada, nesses últimos anos todos, aliás até arrefeceu um pouquinho esse ano, tem defendido é que a televisão que vive do mercado parcialmente, pela metade. 20%, não deve viver do governo. A competição é saudável quando você tem uma fonte de financiamento. Nós gostaríamos que, se as televisões educativas, que hoje vão ao mercado buscar dinheiro sob a Lei Rouanet etc. e tal, vivessem exclusivamente do mercado, a gente aplaudiria com grande efusividade.

O ruim é você deter verbas que vêm do Estado e verbas que vêm de outras fontes. É um mecanismo meio híbrido, mas eu tenho certeza que a TV Pública, pelas declarações, poderá ser um sucesso. Poderá, inclusive, maximizar a utilização, otimizar as instalações. Algumas instalações que existem estão dispersas, sem função, sem panche na relação com os brasileiros. E, como eu lhe disse, diversidade na oferta de produtos gratuitos é uma coisa bem-vinda. As televisões comerciais consideram isso bem-vindo. Nós passamos pelo teste de termos a nossa audiência na disputa com 60, 65, 70 canais na TV paga e continuamos, como disse o palestrante anterior, com mais de 60% da audiência total nesses sistemas também.

A última pergunta é sobre a questão regulatória quanto a conteúdo. Bom. Eu não sei quanto o senhor, Conselheiro, teve a oportunidade de acompanhar a questão da Ancinav. Quando surgiu a idéia de que a Ancinav, uma Agência Nacional do Cinema e do Audiovisual, viesse a ser instalada com a expectativa de fomento para o audiovisual brasileiro, toda a radiodifusão aplaudiu essa questão. Mas, infelizmente, a intenção não passou para o texto. Então, o texto privilegiou a palavra controle.

Existiam regras no projeto da Ancinav que impunham que você teria que mandar o capítulo da novela previamente para conhecimento, em que o registro do comercial de televisão, em nenhuma hipótese, nenhum comercial de televisão, um comercial que você tenha uma oportunidade, uma comunicação de governo, uma comunicação da Petrobras sobre um vazamento ambiental não poderia ser feito sem um prévio envio de material.

Então, tinha tanta distorção voltada para o viés do controle, que a reação foi, aí na minha opinião, desproporcional. Eu nem acho que a quantidade de críticas que os autores do Ministério Público receberam tem significado. Acontece o seguinte: provocou-se uma situação em que aí o irracional, a reação emocional prevaleceu. Essa é a minha opinião pessoal e acho que é a opinião das pessoas responsáveis. Transformar a Ancine, que é um órgão, aliás, é curioso isso. Quando a Ancine foi criada, eu até participei, mas como você sabe, o grupo Globo tem uma importante empresa produtora do cinema nacional, que é a Globo Filmes, que costuma lançar sucessos brasileiros com muita frequência, sucessos importantes.

Boa parte da bilheteria do cinema nacional vem da promoção que a Globo Filmes faz, das co-produções que ela faz com os produtores independentes, mas a agência de cinema foi criada para ser uma agência do cinema nacional. A Ancine era pra ser uma agência. A ementa era: Agência do Cinema Nacional. Ela, durante o período até ser promulgada, ela se tornou agência do cinema no Brasil. Tal a importância dos produtores internacionais do Brasil, tal a importância da *Motion Pictures*, tal a importância dos distribuidores internacionais no Brasil, que o que deveria ser uma agência de promoção do cinema nacional, tornou-se uma agência da indústria do cinema no Brasil.

Nesse momento, nós também nos retiramos um pouco disso, porque o cinema nacional é um corolário do *casting* e dos recursos técnicos. Nosso melhor câmara também faz cinema. Os nossos melhores diretores também ganham dinheiro fazendo comercial de televisão e dirigindo filmes. Então houve, mesmo no governo anterior ao atual, um certo desvirtuamento do foco, mesmo na própria Ancine. Isso não se corrigiu na Ancinav, mas já quero crer e tenho acompanhado que a atual gestão da Ancinav tem procurado muito focar isso. Eu tenho visto que o presidente Manuel Rangel está procurando dar uma guinada nesse assunto, tem feito declarações, tem feito resoluções interessantes.

Portanto, a reação, com relação ao controle, acho que sempre será muito emocional no Brasil, porque os autores, os artistas, os diretores brasileiros, passaram pela censura. E aí se você coloca um pequeno grão de areia, aquilo já vira uma reação monstruosa, o que parece ser saudável.

Por fim, eu acho que eu precisava responder "como é que você vê o modelo das agências reguladoras". É, deixe-me dizer, Conselheiro. Toda vez que nós pegamos um modelo europeu, eu vivi isso durante um ano estudando aí a implementação da TV digital, que havia um modelo europeu que funciona em faixa de 8 MHz e que não pretendia atender mobilidade nem pretendia atender *high definition*. O que acontece? Alguns países do mundo têm uma história muito diferente. A grande operadora de comunicação americana é a BBC, que tem um regime de financiamento, que não é nenhum mercado publicitário. Tem lá alguns mais de um bilhão de libras de financiamento que vem do público. Esse modelo não tem contra-indicação.

O que é importante é que, na nossa opinião, observados alguns comentários que nós fizemos aqui, é que realmente se parta para regular, sabendo claramente que País nós queremos e sabendo, sem nenhum preconceito, que a radiodifusão tem uma importância vital para esse País. Então, seja o modelo inglês, seja uma coluna da Anatel, nós não vemos problema. Nós somos hoje regulados em pontos diferentes por muitas instâncias no Brasil. Classificação indicativa no Ministério da Justiça, algumas questões são a Anvisa que tem tomado conta, a questão do espectro é a Anatel que administra, o Ministério das Comunicações cuida das outorgas e dos atos societários, o Congresso Nacional é que renova as concessões.

Ou seja, você já deve ter imaginado que eu ando por diversos endereços no Brasil. Eu não tenho a facilidade de algumas áreas nos setores de atividade econômicas, que se dirigem fundamentalmente a uma agência. Uma empresa de energia elétrica vai fundamentalmente à Agência de Energia Elétrica, vai diretamente à Aneel. Nós temos questões que envolvem o Ministério da Educação, nós temos questões que envolvem Ministério da Ciência e Tecnologia. Ou seja, nós estamos amplamente regulados, trocando calor com várias unidades do Poder Executivo. Talvez esse modelo deva ser aperfeiçoado,

mas eu não tenho a receita pronta.

Preservados os aspectos da importância da radiodifusão da televisão aberta gratuita e o papel que ela tem para a cidadania, para a integração nacional, para o senso comum de ser brasileiro, qualquer formato acho que, preservadas essas premissas, nos atenderia.

**Não identificado** – Poderia dar um exemplo um pouco mais concreto para os dilemas dessa área regulação de conteúdo? Até que não tem grandes questões de natureza cultural em si, mas tem a ver com aspectos competitivos. Área de esportes, por exemplo. Uma das questões que já surgiu mais de uma vez é que coisas que não envolvem necessariamente TV aberta, mas envolve TV por assinatura, o componente esporte é um aspecto importante.

Em outros países, há regulações quanto à forma em que é comercializado as licenças de esporte. No caso brasileiro, por exemplo, como nós não temos mecanismos de regulações, ou a decisão nessa área tem que ser tomada sob o ponto de vista *anti trouch* ou, por exemplo, ela não é equacionada, ela não é resolvida. Eu queria entender um pouquinho a sua visão quanto à amplitude da abrangência de regulação em conteúdo no caso brasileiro.

Deveríamos caminhar pra regulação um pouco mais adiante, estabelecendo regras de concorrência, inclusive quanto a licenciamentos dentro desse setor como, por exemplo, é feito; mais uma vez estou dando o exemplo do mercado europeu porque no caso americano é bastante mais regulada, a não ser algumas áreas a Europa tem umas coisas que são mais similares com o nosso caso. E o resto da América Latina tem características diferentes, mas em casos como esse, a seu ver, essas questões devem ser resolvidas só sob o ponto de vista de estranhos? Ou seria produtivo para o mercado se caminhar num ambiente regulatório pouco maior em questões contratuais de licenciamento de conteúdo no que se refere a implicações que têm a ver com concorrência nesse setor?

**Evandro Guimarães** – Bom. Normalmente o regulado não pede regulação. Isso é para todos os setores. Ninguém pede mais regulação, mas eu reconheço que o CADE tem feito um trabalho excepcional e fez esse trabalho recentemente tratando com a realidade. Mas do ponto de vista empresarial, o que eu posso afirmar e eu vou me bastar a isso, é que não tem nada mais concorrencial, nada mais competitivo, nada mais tenso, nada mais disputado, do que direito esportivo no Brasil. Nada mais que isso.

Eu participei de várias situações nos últimos anos. Infelizmente talvez porque não tenha regulação, mas nós chegamos ao ponto de, em algum momento no Brasil, uma empresa internacional tentar comprar os oito principais clubes brasileiros em cidades diferentes para que ela tivesse o mando do campeonato brasileiro, você deve se lembrar. E foi trabalhando com isso na Lei Pelé, no relatório do senador Maguito Vilela e de outros deputados, deputado Gilmar Machado, inclusive, é que se estabeleceu o limite à propriedade de clubes no Brasil.

Nós vivemos no Brasil à beira de um precipício muito maior, que uma única empresa internacional, que depois faliu internacionalmente, chegou a ser proprietária de dois dos principais clubes do Brasil e fez propostas para comprar oito clubes, os oito principais clubes do Brasil. Então, eventualmente pela falta de regulação, algumas distorções concorrenciais podem acontecer, não na questão do direito de transmissão, mas também na questão do direito de Arena, no direito de publicidade estática e nos direitos que envolvem a própria organização estrutural dos clubes.

Eu acho que há, no Legislativo, um grande esforço para esse marco regulatório no esporte, que está em andamento, que é a consolidação do Estatuto do Esporte que está sendo lá. É uma Comissão Especial e acho que esse Estatuto do Esporte poderá minorar as condições, mas eu posso lhe reafirmar que a TV aberta que quiser ter esportes tem que estar muito atenta, disputar os direitos, até porque nós disputamos os direitos hoje com interessados internacionais, que trabalham com moeda diferente da nossa.

**Maria Cristina** – Maria Cristina da CIAE. Atualmente, há uma discussão no Congresso Nacional de PLs em tramitação que estão existindo que empresas que produzam, programem e dêem provimento de produto audiovisual eletrônico, que tenham a maioria de capital nacional. Porém, não está havendo uma discussão com relação ao artigo 222 da Constituição, que prescreve uma série de princípios pelos quais essa produção audiovisual teria que obedecer, principalmente, com relação ao espaço para a produção regional e produção de caráter independente. Eu gostaria de saber do senhor qual a relevância que o senhor atribui à regulamentação desse artigo em prol de mais espaço para produção audiovisual brasileira.

**Evandro Guimarães** – Bom. Eu acho que o artigo 222 deve ser o campo de trabalho do ponto de vista de propriedade, o campo de trabalho sobre o qual se baseia qualquer discussão sobre propriedade e sobre missões dos diversos atores desse cenário. Se não está sendo discutido o artigo 222...

**Maria Cristina** – O artigo 221, desculpa. São os princípios pelos quais a programação televisiva deve ser pautar.

**Evandro Guimarães** – Bom. O artigo 221 nunca foi regulamentado porque, provavelmente, todas as propostas vieram em algum momento, com algum excesso. Mas há hoje em tramitação no Senado e na Câmara dois projetos que podem facilitar isso, que podem facilitar a tramitação. Os projetos, eu quero lhe lembrar, um dos projetos que tramitou no Senado alguns anos atrás previa que 50% da programação de cada emissora devia ser local, sem distinção, sem considerar domicílios com TV. Então, você imagina, se São Luiz do Maranhão conseguiria produzir 50% localmente. Essa não é uma imposição saudável. Com relação à produção independente, eu sou favorável a que esse estímulo se dê no nível do fomento. Não adianta simplesmente você determinar que as emissoras devem comprar produções independentes e o País não ter produção independente de qualidade ou em quantidade suficiente para que isso seja feito. Isso deve ser articulado com medidas de fomento, como eu já falei anteriormente, e nunca foram tomadas. Mas nós somos favoráveis, sim, a essa regulamentação, desde que ela tenha a ver, desde que ela tenha conexão com a realidade e com o projeto brasileiro de fazer uma televisão de melhor qualidade.

**Não identificado** – Calado quer alguma questão.

**Não identificado** – Chega

**Não identificado** – Jéferson do Ministério das Comunicações

**Não identificado** – Eu sabia que você não ia agüentar a tentação

**Não identificado** – Evandro, foi muito boa a apresentação. Apenas no início, quando se falou em portabilidade, e do ponto de vista da radiodifusão, nós estamos falando da portabilidade, isto é, permitir que os receptores portáteis recebam a TV aberta ou também nós estamos falando da recepção do conteúdo que o radiodifusor, ou outros produtores independentes,

produzem possam também, por exemplo, veicular *clipping* via acordos com as operadoras móveis. Quais dos dois que nós estamos, ou valem os dois na portabilidade?

**Evandro Guimarães** – Certamente valem os dois. Depois que a gente se rendeu à possibilidade tecnológica e a Anatel, algum tempo atrás, criou, na minha opinião, o famigerado SCM, que foi contestado, mal contestado na justiça, as operadoras de telecomunicação, por esse serviço de comunicação multimídia, começaram a poder fazer esses serviços. Ara, acho que você é que poderia dar uma aula disso.

Nós vamos dar um exemplo em São Paulo, onde uma companhia de telefonia celular para cobrir, telefonia celular, o nome já diz, ele precisa ter o quê? Não sei se tem alguém de celular aqui, mas talvez umas 350, 400 estações para cobrir a cidade, para cobrir a área metropolitana. Nós, em nosso único ponto na Paulista, cobrimos 5 milhões e meio de domicílios com TV, que recebe o sinal analógico e que receberão o sistema em equipamentos portáteis e receberão em movimento. Ou seja, você assistirá num ônibus, num automóvel etc e tal.

Nós esperamos que isso permita que o cidadão brasileiro, gastando apenas porque esse serviço, insisto, é um serviço de radiodifusão. O celular não é um serviço móvel pessoal. Não é o serviço celular que está em questão. É o aparelho celular que pertence ao cidadão que estará equipado para receber do ar a TV Globo, TV Record etc. e tal, TV Cultura. E esse cidadão poderá ter, com o equipamento portátil ou no seu celular, condições de se atualizar, condições de estudar, se assim quiser, condições de ver o seu programa religioso preferido, condição de ver os jogos de futebol, o horário político etc e tal. O que nós estamos dando é o que a televisão móvel, a televisão digital permite, permitindo o consumo dessa mídia gratuitamente em movimento, é democracia pura. É qualquer pessoa sem pagar nada.

Agora, os *clippings*, os serviços de audiovisual que estão nos serviços de celulares hoje, como vocês sabem, ocupam as frequências e as estações das diversas companhias. Isso custa caro e é cobrado. A diferença fundamental é na gratuidade. Portabilidade e mobilidade gratuitas. Isso é que a TV digital vai dar mais à população de um estado como São Paulo com um único emissor, com um único transmissor.

**Não identificado** – Jéferson.

**Não identificado** – Obrigado.

**Não identificado** – Com relação ao provimento de conteúdo, a radiodifusão enxerga no modelo atual de parceria com as empresas de telecomunicações uma alternativa de receita viável e daí diminuída a dependência da receita publicitária?

**Não identificado** – Se as empresas de radiodifusão enxergam, com relação ao provimento de conteúdo, se elas enxergam no modelo atual de parceria de empresas de telecomunicações, uma alternativa de receita viável e daí diminuindo a dependência que elas tem hoje das verbas publicitárias? Depois: o senhor colocou que a radiodifusão seria mono serviço, isso é o que é hoje, mas a digitalização vai possibilitar mais coisas, o oferecimento de mais serviços seria n serviços. Isso se pretende?

**Evandro Guimarães** – Bom. Primeiro a questão aí de receitas adicionais. Certamente qualquer receita é receita. Dinheiro não aceita desaforo, qualquer aumento de 0,5% é dinheiro. Mas não é nada expressivo porque, primeiro é o seguinte, isso tem custo, como eu te falei. Os sistemas, os pesados investimentos de capital intensivo das companhias de telefonia móvel, têm que cobrar para tirar suas frequências. A gente percebe que nós poderíamos ter serviços muito interessantes assim, por exemplo, com a TV digital.

Você recebe no seu aparelho portátil, ou em casa, você recebe uma transmissão em tempo real de um jogo de futebol. Mas teve um gol, como teve ontem infelizmente contra o Brasil, e você quer ver de novo. Aí você acessa com um canal de retorno, ou seja, integrado com a companhia telefônica e aquilo tem um custo. Esse tipo de coisa pode acontecer. Mas a nossa vocação mesmo, o centro do nosso negócio, o foco do nosso negócio, o foco é fazer comunicação, entretenimento, informação, cultura, de um ponto para milhões de pessoas.

Financiar isso através da publicidade de bens e serviços. Então, isso que é o centro. O resto é realmente muito periférico. Com relação a novos serviços que podem ser regulados nós, pelo menos na Globo, não acreditamos muito nisso, podem até vir. Claro que os serviços de telecomunicação, para funcionarem como canal de retorno, virão. Interatividade plena, não é? Isso não é um sonho, o País vai se desenvolver, haverá recursos, brevemente teremos aí o *wimax*, não sei em que formato de licitação que será feito isso.

Já temos hoje a rede de cabos, temos a rede de telefonia fixa, mas eu não diria que isso tem relevância, que isso tem importância, inclusive porque não está regulamentado. Mas, por exemplo, nem alguns serviços que frequentemente se fala que a TV digital permitiria, que é multi-programação está regulamentado. Quer dizer, enquanto eu tenho uma programação, eu tenho uma programação. Sou autorizado, no singular, a botar no ar uma programação. Eu não vejo que um radiodifusor possa colocar para o público em geral muitos canais, a não ser que exista uma autorização do Congresso, autorização legislativa.

Não sei se eu respondi a tua pergunta, se tem alguma... TV digital, TV é uma coisa fundamentalmente assim meio unilateral, sabe? Unidirecional. Nós queremos falar e fazer. Interatividade é realmente um futuro, mas com a penetração que nós temos de TV paga e de Internet no Brasil, vocês não concordam que nós temos uma missão. Temos que atender 98% dos lares, esse é nosso foco. Há a preocupação do Fórum Brasileiro de Televisão Digital, de não deixar legado na implantação da TV digital. Portanto, tudo o que for possível estará planejado, mas não está, digamos assim, no nosso plano de negócios.

**Não identificado** – Posso fazer uma pergunta em relação à TV digital com a TV por assinatura? O senhor vê, com a entrada da TV digital, ela vai ter o impacto de desacelerar a difusão de TV por assinatura, ela é neutra com referência a isso ou, de alguma maneira, ela pode contribuir com melhoria da qualidade de produção? Não sei se tem alguma implicação técnica nisso.

E a outra questão é o seguinte: o crescimento de TV por assinatura, que necessariamente como foi colocado antes, tem um número de canais internacionais, tem uma parcela da sua produção de conteúdo produzida e amortizada internacionalmente, quer dizer, como é que a seu juízo e eu acho que vale a pena falar até a Globo pela importância que ela tem nesse cenário, que tipo de desafio vocês vêm pela frente? Como enfrentar, por exemplo, um crescimento da participação de TV por assinatura, produções de outras grandes redes que é amortizada no exterior? Há uma estratégia específica pra isso? Ou pura e simplesmente o caminho de TV digital já atenderia, no futuro previsível, a garantia de que o

Brasil vai continuar vendo basicamente conteúdos nacionais?

**Evandro Guimarães** – Conselheiro, garantias não há. A verdade é que o ambiente é progressivamente competitivo, seja por que existem projetos de acesso, quer dizer, projetos de atender de maneira panamericana, quer dizer, atender às três Américas. É muito comum isso. Sabemos que esse produto adquire escala global, os valores com que nós competimos, as empresas que nós competimos são infinitamente maiores que a nossa. Não há segurança. A nossa convicção é que, durante esses 40 anos, nós conseguimos criar um hábito e criar uma preferência por produção brasileira bem elaborada.

E nós vamos continuar nisso. Nós vamos continuar usando temática nacional, autor nacional, diretor nacional, ator nacional, produção nacional, com a nossa tecnologia, com a nossa criatividade voltada para um público interno e esperamos com isso combater, digamos assim, essa pressão que vem de fora. Mas o panorama não é um panorama, nunca foi um panorama fácil.

Não me lembro, estou há 30 anos na empresa, eu não me lembro de nenhum ano em que nós tivéssemos um horizonte estratégico tranqüilo, dado que ora os direitos internacionais podem ser adquiridos por empresas internacionais, dado que em algum momento a concorrência, aparece um concorrente que não tem uma completa percepção do negócio. Ora aparece uma pessoa talentosa, como apareceu, por exemplo, a Manchete na época do Pantanal. Aquilo foi um furacão dentro da empresa, conseguiram produzir uma novela de altíssima qualidade que preocupou a gente.

Enfim, não há segurança. É uma atividade de risco, como é o cinema, mas como a empresa reinveste e aposta tudo em comunicação e em conteúdo de qualidade, a expectativa é que a gente continue bem sucedidos.

**Não identificado** – Bem, vou agradecer e, mais uma vez, esse conteúdo vai estar disponível na Internet pra quem tiver interesse. Tem havido muitas solicitações aqui via *e-mail*. Quem quiser ver, basta entrar no site do CADE que está esse material disponível. Muito obrigado.

**Evandro Guimarães** – Obrigado a vocês. Muito obrigado.