

AUDIÊNCIA DO DIA 23/08/2007

Manoel Rangel*Formado em Cinema pela Universidade de São Paulo (1999);**Mestrado em Comunicação e Estética do Audiovisual pela Universidade de São Paulo;**Presidente da Comissão Estadual de Cinema da Secretaria de Estado da Cultura de São Paulo (2001-2002);**Assessor Especial do Ministro da Cultura Gilberto Gil (2004/2005);**Secretário do Audiovisual substituto (2004/2005), quando coordenou o grupo de trabalho sobre regulação e reorganização institucional da atividade cinematográfica e audiovisual no Brasil;**Membro da Diretoria Colegiada da Agência Nacional do Cinema (Ancine) em 2005;**Diretor Presidente da Ancine desde 18 de dezembro de 2006.**(Transcrição Ipsis Verbis)*

Não identificado – Nós estamos um pouco atrasados, mas, boa tarde pra todos. Estamos aguardando a presidente, que deve estar descendo. Vamos dar início a nossa apresentação: tá presente o Conselheiro Clover, Ministério Público Federal, e hoje o presidente da ANCINE fará a apresentação dentro das nossas audiências públicas, por favor.

Manoel Rangel (Presidente da ANCINE) – Bom, eu, em primeiro lugar, gostaria de agradecer o convite do conselheiro Prado, do CADE, à direção do CADE pra estar aqui hoje presente nessa audiência pública. É pra debater o tema da convergência tecnológica e seus impactos concorrenciais. É, queria chamar atenção de que considera-se a iniciativa da mais alta relevância. É, esse é um tema que já vem se impondo a pelo menos dois, três anos no país. O mercado já vive profundas transformações derivadas da convergência tecnológica, há um debate intenso no Congresso Nacional sobre a matéria e a iniciativa do CADE aprofunda, amplia e alarga as condições pra que esse debate chegue a bom termo e resulte na prevalência do interesse público numa reorganização desse ambiente. Eu vou pedir desculpas a vocês, eu tô um pouco gripado, então vou com alguma dificuldade aqui, mas vou até o fim, vamos lá. Bom, essa apresentação tá dividida em quatro partes, mercado audiovisual no Brasil e no mundo, e os princípios da regulação dos controles áudios-visuais, os controles áudios-visuais e a convergência, o caso da TV por assinatura no Brasil, a convergência e a regulação audiovisual no Brasil. Eu vou passar por questões bastante elementares, mas achei que era importante tá bastante articulada o conjunto das questões pra que a gente situe o terreno onde estaremos debatendo. Vou pedir ao senhor a gentileza de me manter sempre com água aqui. É. Bom, pode passar aí. Bom, o que é conteúdo audiovisual? Pelo menos nesse debate que estamos travando a palavra vem à tona em diversas situações, se referindo a diversas questões, sabemos todos do que estamos falando, mas é sempre bom a gente passar um pouco do que exatamente, de que aspectos exatamente nós estamos tratando, do fragmento de imagem e movimento com ou sem som, uma obra audiovisual em si, um filme, uma novela, uma minissérie, um capítulo de televisão, um programa de televisão, o canal de programação, portanto, o conjunto de obras audiovisuais condicionadas, um pacote de programação, são algumas dessas definições das formas como nós temos utilizando o conceito de conteúdo audiovisual no meio desse debate. No cenário convergente, todo e qualquer conteúdo pode ser comercializado através de qualquer tipo de rede com plataformas digitalizadas de distribuição de sinais, e esse é o dado decisivo desse processo da convergência digital. O fato de que já não há mais distinção entre as diversas plataformas tecnológicas, todas elas estão a serviço da distribuição de qualquer sinal, porque, em última instância, o que nós estamos distribuindo são os canais 01, 01, 01, e isso pode ser conteúdo audiovisual, isso pode ser voz, isso pode ser dados de toda ordem, portanto, já não há mais limites, que no passado houve pra distribuição de conteúdos de audiovisuais em determinadas plataformas, já não há mais essa distinção em todas as plataformas, em todas as redes nós podemos trabalhar com a distribuição de conteúdos audiovisuais. Num cenário convergente, portanto, o conteúdo audiovisual é nó central, porque ele enlaça as atividades de telecomunicação com as atividades de comunicação social, esse é o X da questão, é em torno dele que está se organizando, que estão se organizando os diversos agentes econômicos, que se organizam os grupos de pressão legítimos defendendo seus, defendendo a melhor forma como organizar o seu processo de desenvolvimento econômico e pro melhor desempenho de sua empresa, de sua atividade, mas esse é o nó central do cenário convergente. Há outras questões que derivam desse cenário convergente. Vocês já visitaram esse tema ao longo desse último período, a telefonia, o serviço de voz tem uma consequência pro serviço de voz, tem uma consequência pro universo da banda larga como o tráfego pra todo tipo de serviços e todo tipo de informações não exclusivamente o conteúdo audiovisual, mas eu diria que aí tá o nó central, e em torno dele se trava o embate não por acaso, por que ele enlaça as atividades de telecomunicações com as atividades de comunicação social e de certa maneira a Constituição brasileira separou as duas, e agora nós temos um cenário, não precisamos refletir sobre como ela se separa e como ela se articula. O mercado audiovisual mundial é absolutamente relevante, tem crescido, é um mercado presente futuro de grande potencial, movimentando, no ano de 2005, 342 bilhões de euros em venda de serviços baseados em conteúdos audiovisuais. Esse valor é quase o dobro das vendas mundiais de eletrônicos de consumo de áudio e vídeo em busca dependente dessa outra, é 30% superior às vendas mundiais de servidores, computadores e periféricos e apresentou um crescimento médio anual de 5,6% ao ano de 2000 a 2005. Nós acreditamos que isso tende a crescimento exponencial em processo. No Brasil nós estamos falando de um mercado de 5,46 bilhões de faturamento no ano de 2005 pra manter a comparação com os números mundiais. Esse, o total do mercado brasileiro corresponde aproximadamente a 1,5% do que circulou internacionalmente no ano de 2005. Ele é semelhante, o total do faturamento mercado audiovisual do Brasil ao faturamento da 20ª empresa mundial do setor. É, representa menos de 20% do faturamento da maior empresa internacional em venda de produtos audiovisuais, a Time Warner, e nesses números nós estamos contando que 700 milhões de faturamento de seguimento de salas de exibição em 2005, 1,1 bilhões para o seguimento de vídeo doméstico, 5,1 bilhões para televisão por assinatura, 9,5 bilhões de reais para televisão aberta tá em reais essa abertura do mercado brasileiro. O mercado audiovisual brasileiro tem grande parte do seu faturamento derivado da exploração de obras de audiovisuais estrangeiras no País, portanto, nesses números que tão citados acima, 700 bilhões, 1,1 bilhões, 5,1 bilhões, especial nesses mais também o montante de 9,5 bilhões da televisão aberta há uma dose grande de obras audiovisuais estrangeiras responsáveis por esse faturamento, que significa remessas ao exterior em última instância. Somente no seguimento de TV por assinatura, com apenas 4,6 milhões de assinantes nós, ele foi responsável por remeter ao exterior o equivalente a 500 milhões de reais em divisas no ano de 2006. Os mercados, quando

discutimos conteúdos audiovisuais, nós estamos oscilando entre duas dimensões estratégicas igualmente importantes, que é a dimensão econômica *stricto sensu* e a dimensão cultural, elas articulam os mercados nacionais, são absolutamente fundamentais pra que os produtores locais consigam escala mínima de produção para fazer frente à disputa que se dá em nível global. Aqui é importante salientar que apenas a produção audiovisual norte-americana conta com uma estrutura de distribuição mundializada dos seus conteúdos, todos os outros produtores de conteúdos, o brasileiro, o francês, o espanhol, o coreano, o australiano, o canadense ele não conta com uma plataforma mundializada de distribuição de seus conteúdos, significa que ele não recupera os custos do investimento em escala internacional, ele não conta com estruturas próprias de distribuição no cenário internacional, não significa que ele não participe com pequena parcela desse mercado internacional, mas ele participa com pequena parcela e sem deter as estruturas de distribuição, no caso, aqui, pra não confundir com o conceito de distribuição que eu vou trabalhar mais na frente; ele não domina as estruturas de programação e de empacotamento de escala internacional que significa que o ponto da produção nacional, ela parte fragilizada e ela tem apenas o seu mercado interno como elemento central de recuperação dos investimentos balizados para produzir. Os mercados nacionais, portanto, apresentam-se como os espaços legítimos da disputa pela produção dos conteúdos audiovisuais, é natural que os estados nacionais detenham, definam seu mercado interno como espaço a ser preservado em certa medida para o produtor de conteúdo nacional, para o programador nacional pras empresas que atuam na produção e muitas vezes na de distribuição de conteúdos audiovisuais. Essa disputa se dá em nível econômico e em nível simbólico cultural. Aqui é importante salientar que, no mundo em que a gente vive, a obra audiovisual tem uma dimensão econômica muito forte e gera divisas de empregos de alta qualificação, é mais do que isso, cumpre um papel fundamental na organização do conjunto da cadeia econômica, porque são os filmes, as novelas, as produções publicitárias audiovisuais que veiculam ou carregam âmbitos de consumo que acabam incidindo no conjunto da exploração econômica nos mais diversos níveis, nos mais diversos produtos de consumo, portanto, é importante frisar isso. E é também importante frisar que são os conteúdos audiovisuais, as obras audiovisuais que encarregam de maneira mais condensada o modo de fazer viver de todos os povos; é; portanto; tendo um elemento importante de permanência, de identidade, trabalhar articuladamente os interesses da nacionalidade enquanto projeto, enquanto projeto de país. Pode passar. A legitimidade dos estados nacionais de manter e implementar políticas próprias, pra proteção e promoção de diversidade cultural incluindo conteúdo audiovisual foi reconhecida pela UNESCO através da Convenção das diversidades das expressões culturais; essa convenção foi aprovada aí em 2005 por quase unanimidade da assembléia geral da UNESCO, com a inserção de dois países, Estados Unidos e Israel, que a apóiam os Estados Unidos nessa votação. E essa convenção foi, é, essa convenção foi, sofreu forte boicote por parte dos Estados Unidos, sobretudo porque ela permitiria o conjuntos dos estados a articular no interior da OMC regras excepcionais para a produção e distribuição de conteúdos, de conteúdos produzidos localmente, de regras que favoreçam o mercado interno. O cenário brasileiro ratificou a convenção em dezembro de 2006, o Brasil é signatário e é membro do bordo desta, desta convenção da UNESCO, medidas ativas de proteção do mercado audiovisual nacional comunitário no caso da Europa, mas sem que isso signifique deixar de tratar também a especificidade de cada membro da comunidade européia. Têm sido adotadas em benefícios dos conteúdos produzidos localmente em várias partes do mundo. Isso ocorre na Europa, no Canadá, na China, na Coreia do Sul, e vários outros países de economia aberta. É, portanto, eu diria, quase uma regra no conjunto dos países que se mantém ou aspiram continuar se mantendo como sendo os produtores de conteúdos audiovisuais. Em vários países a regulação econômica e a defesa da concorrência caminham juntas pra fazer com que o mercado audiovisual abra espaço para a produção audiovisual nacional com diversidade e em benefício do consumidor cidadão. Costumam receber atenção especial, nesta atividade de regulação e de defesa da concorrência, a produção audiovisual independente, a produção regional, os programadores independentes, as empresas nacionais atuantes no setor como fomentadoras e organizadoras dessa, do conjunto e dessa cadeia, ou seja, são aspectos, que estão inseridos dentro da idéia de favorecer dentro do mercado interno o espaço para a produção local. Eu gostaria de comentar, a seguir, alguns princípios. Pode passar, por favor. Alguns princípios norteadores da regulação do audiovisual em vários países. Como foco na economia, a promoção da competição efetiva nos meios antigos e novos de comunicação social eletrônica, com atenção especial à verticalização da cadeia e a existência de acordos de preferência exclusivas, entre elas os distintos da cadeia. Entre atividades distintas exercidas por empresas nesse setor, procura observar a promoção de novas formas de acesso à informação e entretenimento que possibilitem serviços mais baratos aos consumidores e procuram assegurar a promoção da competitividade na produção, exportação de conteúdos audiovisuais. O foco na cultura procura trabalhar a promoção da cultura nacional, da diversidade regional, o fortalecimento dos produtores de conteúdo, especialmente os produtores independentes, mas não apenas eles com garantia de acesso aos diversos seguimentos de mercado, e tem também um foco importante no aprimoramento da democracia, significa ampliar a diversidade de fontes de informação e entretenimento à disposição do conjunto dos cidadãos numa determinada sociedade. Portanto, esses princípios são, em geral, os princípios norteadores da regulação do audiovisual na legislação dos diversos países. Aqui eu menciono alguns casos históricos de regulação econômica e de defesa da concorrência no mercado audiovisual e gostaria de chamar atenção pra esses dois primeiros casos, porque são casos que se dão na catedral do liberalismo dos Estados Unidos, num mercado onde supostamente não haveria necessidade de intervenções na organização desse mercado audiovisual. Eu chamaria atenção para o primeiro desses casos que ocorreu ainda antes da prevalência da comunicação social eletrônica, quando ainda estávamos nos terrenos dos conteúdos audiovisuais no império da estrutura dedicada exclusivamente ao cinema, que é o caso conhecido como Estados Unidos *versus* Paramã, onde a Suprema Corte dos Estados Unidos decretou que as *meiors* deveriam desfazer-se de um dos olhos das suas atividades. Deveria se desfazer ou dos estudos onde produziam ou da estrutura de distribuição que elas mantinham ou das redes de salas que elas mantinham atreladas à sua distribuição. É por isso que nós conhecemos aqui no Brasil, que ainda existe o mono, ainda existem em vários casos o Sineesmetro, coisas assim, porque elas eram pertencentes à empresa distribuidora e estudo de produção. As *meids* em geral optaram por desfazer-se da cadeia de exibição cinematográfica, mantendo em suas mãos a estrutura de distribuição e a estrutura de produção, e manter a estrutura de produção não por acaso é porque neste mercado, nesta operação de, do mercado audiovisual, é a estrutura de distribuição tradicionalmente chamada de distribuição, mas que no caso da comunicação social eletrônica eu já chamaria de empacotamento ou programação à atividade crucial; é ela que organiza o mercado, é ela quem dispõe do preço, é ela que impõe as condições da ponta e daquele que está antes da sua atividade, que é o produtor do conteúdo. Isso é absoluto no caso do cinema no caso da comunicação social eletrônica em outras variantes e outras atividades no meio dessa operação. O Apesi, já na década de 50, tá anotado aí, mas já na década de 50 começa a adotar as primeiras medidas relativas ao disciplinamento da televisão aberta, estabelecendo percentuais máximos de redução interna das redes de televisão nos Estados Unidos. O objetivo naquele momento era evitar a quebra das grandes empresas de produção e distribuição de produtos audiovisuais existentes, as distribuidoras de cinema procurando, portanto, fazer com que a televisão interagisse com a indústria cinematográfica, e a indústria dos estúdios passara a produzir um conteúdo específico para televisão. Em 1970, o FCC nos Estados Unidos criou normas adicionais para televisão aberta que beneficiaram normalmente a produção independente, a veiculação da produção regional. Esses atos foram conhecidos como aptar, onde,

resumidamente, as emissoras de televisão abertas foram impedidas de programar, no horário nobre, conteúdos audiovisuais produzidos por ela mesmas; a produção própria era permitida apenas para os telejornais. As emissoras locais, mesmo as coligadas e afiliadas às grandes redes, foram também impedidas de veicular no horário nobre toda a programação emitida pelas grandes redes nacionais de televisão, aí havia o objetivo de diversidade de fontes de informação. É, com isso, se opor radicalmente à busca de conteúdos de produção independente, não de terceiros na veiculação disso; portanto, gerou-se demanda e, na seqüência da demanda, a oferta, porque é assim que se estrutura nesse caso o é, do mercado audiovisual como quase todos os outros, mais aqui particular é pela operação da demanda que se organiza é, se organiza o mercado. É, essas regras caíram em 1995, mas só caíram em 1995 após o fato de que a TV aberta no país detinha conjuntamente menos de 65% da audiência de televisão em geral nos Estados Unidos, sofrendo uma forte concorrência dos canais de TV por assinatura. É, pode passar. Bom, aqui entramos então nos conteúdos audiovisuais e a convergência, destacando alguns aspectos, o processo, processo de agregação e combinação dos setores de telecomunicações, os serviços de rede e a venda desses serviços de meios de comunicação, produção e difusão de conteúdos ainda hoje confundidos na sua condição, às vezes de detentor de rede com sua condição de produtor de conteúdo e as tecnologias da informação, os serviços diversos de Internet, portanto, o processo da convergência, em síntese, a combinação desses três fatores. O objetivo dentro desse cenário de convergência pra sociedade brasileira no nosso entender é aumentar a produção e a circulação do conteúdo nacional diverso plural gerando emprego, renda e fortalecimento da cultura brasileira. E a finalidade deve ser dotar o usuário, o cidadão da capacidade de acessar qualquer conteúdo através de qualquer rede ou plataforma por meio de múltiplos aparelhos receptores. O acrescentaria a preços mais baixos em boa qualidade e com diversidade ampla de conteúdos, é, de diversas origens. Pode passar. A dinâmica empresarial nesse ambiente convergente é que nós vamos vivendo, já vivemos há alguns anos, há pelo menos 10 anos esse processo tá em curso, é antes a formação de conglomerados convergentes com a atuação unificada de empresas conglobando redes de diversos tipos e diversos serviços midiáticos especialmente os serviços audiovisuais, portanto nós assistimos o nascimento de grandes conglomerados com estruturas verticalizadas detentores de redes de diversos tipos, prestando todo tipo de serviço em particular, que é o nosso foco aqui os serviços, os serviços audiovisual, audiovisuais. A formação desses conglomerados decorre da convergência tecnológica, portanto da possibilidade existente e da sinergia possível na combinação das diversas plataformas pra melhor cobertura dos territórios, pra melhor alcance das redes, portanto, o esforço de maximização do uso da rede e de maior eficiência do uso da rede é, combinando as vantagens de cada uma das tecnologias existentes, deriva, decorre da desregulação que na verdade não foi uma desregulação, mas uma re-regulação desses mercados e aqui eu tô mencionando é, especificamente o processo de privatização da televisão no ambiente europeu de privatização da telefonia no ambiente europeu, que ao tornar possível a atuação de agentes privados nesses dois universos o fez construindo novas regras, regras pra distribuição de conteúdos audiovisuais, regras de propriedade das empresas que poderiam deter alguns desses serviços. Alguns desses casos estabeleceram regras de propriedade nacional pra algumas dessas, pras redes e também pra distribuição dos conteúdos, portanto, volte, por favor, nós estávamos diante, na verdade, de uma nova, de uma nova regulação desses mercados. No caso latino-americano esse processo foi, digamos, assim feito sem nenhum tipo de salvação: ele foi apenas realizado, o processo de passagem da condição de empresas públicas pra empresas privadas sobretudo no caso das telecomunicações, sem fazer nenhum tipo de outros condicionantes dentro desse universo. E esses conglomerados convergentes decorrem ainda dos processos naturais de concentração empresarial, que é uma tendência no mundo contemporâneo e nos mais diversos ramos da atividade econômica. O cenário é semelhante àqueles que surgiram nos primeiros marcos regulatórios em defesa da concorrência, em 1890, na gênese da indústria de rede na Sherman nos Estados Unidos e os princípios modernos do direito concorrencial. Nós estamos diante de capitularidade das redes de algumas poucas grandes empresas que detêm grandes infovias, é, do grande poder de influência dos detentores dessas infovias ou do detentor dos conteúdos junto aos consumidores e fornecedores, portanto, podendo dispor de preço, podendo dispor da organização do serviço da velocidade maior ou menor da expansão desse serviço, da qualidade desse serviço e do tipo de conteúdo que vai chegar. É, a exclusão de concorrentes ou desafetos, o acesso à rede via integração vertical, via acordos tácitos ou contratos de preferências exclusivas e esse ambiente todo resultando em preços maiores para os consumidores e restrições de oferta isso, vários desses fatores podem ser observados no ambiente da TV por assinatura, eu destacaria aqui o fato de que no momento em que a lei do cabo foi aprovada no Brasil e no momento em que forem editados os decretos disciplinando o DPH e o MMDS, o Ministério das Comunicações e a ANATEL faziam uma previsão de que em 2004 o Brasil teria aproximadamente 13 milhões de assinantes da TV por assinatura no Brasil. Mas em dois anos atrás, em 2005, tínhamos aproximadamente 3,5 milhões, hoje temos aproximadamente 4 milhões e oitocentos, 4 milhões e novecentos assinantes e esse salto ocorrido de 2005 pra cá é derivado diretamente da entrada em cena do *triperplay*, é derivado diretamente das possibilidades oferecidas pela convergência tecnológica na oferta de múltiplos serviços por uma mesma rede. É, pode passar. Tem uma música tocando aí. Bom, o conteúdo audiovisual, a gente vai com trilha sonora. É no meu computador, né? Só um minuto que eu vou desligar isso aqui. Desculpa. Desculpa. É. Bom, nesse ambiente o conteúdo audiovisual desponta como o mais cobiçado dentre os serviços, a venda dos serviços de distribuição de conteúdos audiovisuais desponta como o mais cobiçado dentre os serviços despropiciados desse ambiente convergente, primeiro porque ele é passível de circular em qualquer tipo de rede e detém o maior valor agregado e, a partir daí, a nós estamos diante de um potencial de conflitos e de parcerias entre empresas pela comercialização de distribuição desse conteúdo audiovisual, determinadas parcerias entre empresas ao longo da cadeia de valor da distribuição do conteúdo audiovisual podem gerar efeitos concorrenciais negativos e falhas de mercado, tais como ocasionar a marginalização de produtores e de difusores programadores independentes que se encontram fora dos circuitos estabelecidos ou que não detém nenhum tipo de rede, podem deixar o consumidor final sem o acesso a determinados conteúdos, prejudicando a diversidade cultural e o direito de escolha do cidadão e certamente eleva os preços ao consumidor, o que poderia ser mitigado no ambiente de concorrência. Isso é facilmente demonstrado quando se compara, eu infelizmente não trouxe essa transparência, quando se compara o preço da oferta dos pacotes de canais de programação na Europa, nos Estados Unidos e no Brasil, eles são substancialmente mais elevados no Brasil do que nos países europeus do que nos Estados Unidos. A mesma coisa pode ser verificada na disponibilidade de serviço de banda larga, é também nesses mesmos países nesses mesmos, nessas mesmas regiões. Portanto, que elementos considerar, pode passar, por favor, aí a transparência. Portanto, que elementos considerar para regular o audiovisual no cenário convergente. Primeiro o entendimento de que o conteúdo audiovisual pode ser um fragmento de imagem e movimento, uma obra audiovisual, um canal de programação, um pacote de canais de programação, atividades distintas produzem conteúdos que variam nessas diversas espécies que eu mencionei. Trata-se do uso de instrumentos de regulação econômica do mercado audiovisual e meios de instrumento de regulação social sem descartar aqui a eventual necessidade que os países adotem instrumentos de regulação social; eu quero enfatizar que a perspectiva que a agência nacional do cinema traz aqui é uma perspectiva exclusivamente de regulação econômica do mercado do conteúdo audiovisual. Cada país resolve, decide em que termos, em que condições adota outros instrumentos de regulação social deste mercado ou da distribuição de conteúdos audiovisuais. Aqui eu gostaria de dar ênfase da dimensão econômica, e várias atividades econômicas são necessárias pra levar o conteúdo

audiovisual até o consumidor final. Pode passar. Deveríamos ainda considerar como elementos nesse processo de regulação do audiovisual no cenário convergente a defesa e a promoção da concorrência nas diversas atividades para que o consumidor cidadão possa ter acesso aos benefícios da convergência e para que venha a ser cumprido o preceito constitucional que determina a garantia a todos os cidadãos brasileiros do pleno exercício dos direitos culturais e o acesso às fontes da cultura nacional. A regulação técnica, no âmbito das redes, não pode se sobrepor à regulação econômica no âmbito dos serviços prestados através dessas redes. Aqui é importante nós frisarmos que o primeiro pra utilização da rede acabando por causar prejuízos e interferências indevidas em particular no serviço de distribuição de conteúdos audiovisuais. Por fim, consideraria que deveríamos ainda levar em conta que os serviços que tenham a comunicação audiovisual como foco as atividades de organização do conteúdo audiovisual devem receber tratamento regulatório específico e diferenciado daquelas atividades que lidam diretamente com as redes e os muitos serviços prestados através delas, portanto, nós teríamos que iniciar um processo de segregação de redes e serviços, deveríamos proceder toda uma transição do atual ambiente que a gente vive e que muitas vezes uma mesma empresa é a detentora da rede e é também a detentora, é também a detentora dos, da condição de, exerce também a atividade de programação, a atividade de empacotamento, e deveríamos começar a tratar especificamente as atividades de organização do conteúdo audiovisual em separado da, do tratamento regulatório das redes. Pode passar. Eu gostaria aqui de me deter um pouco sobre o caso da TV por assinatura no Brasil. Por quê? Porque considero que o caso da TV por assinatura no Brasil ele é o primeiro nó, ele é o nó que tá aí neste momento. É o nó de 2007 e 2008. Ele antecipa o debate e a construção do conceito que nos permitam lidar com o ambiente da Internet ou ambiente IP. E sem estender a esse nó, sem construir conceitos suficientemente flexíveis no desatar deste nó, que é o nó da TV por assinatura no Brasil, nós teremos dificuldades de mais tarde resolver adequadamente as questões relacionadas ao ambiente IP. Bom, a televisão por assinatura, nos seus primórdios aqui no Brasil, tamos falando ali de 95, no momento da lei do cabo, nós poderíamos resumir as atividades da televisão por assinatura basicamente nessas três atividades: a atividade de produzir os conteúdos, a atividade de programar e a atividade de operar o serviço. A atividade de produzir a produção de obras audiovisuais, na atividade de programar a compra de obras audiovisuais produzidas por terceiros, eventualmente a produção por encomenda da programadora dessas obras audiovisuais, o trabalho de organizar essas obras audiovisuais em canais de programação na operação do serviço, o empacotamento desses canais em diversos pacotes pra venda ao consumidor, a venda desses pacotes, a comercialização dos pacotes e o gerenciamento da rede fixa que leva ao usuário os sinais. Porque, em última instância, o que ele está comprando são canais de programação, são obras audiovisuais, é isso que motiva a compra que ele realiza e as atividades todas que estão na operação do serviço é, na verdade, um instrumento pelo qual ele acessa esse conteúdo que ele deseja obter. Pode passar. Nesse momento o operador do serviço recebeu outorga pra montar uma rede, comercializar os canais que contrato junto aos programadores, exercendo quase sempre a função de empacotar os canais que chegar ao consumidor final. A TV por assinatura, num segundo momento no Brasil, se sofisticou e adquiriu esta fragmentação de atividades, eu enfatizo então atividades, e não empresas, porque há empresas que exercem várias dessas atividades. Entretanto, nós podemos identificar a existência dessas atividades, porque há casos em que empresas diversas cumprem cada uma dessas atividades. Então, permaneceu ali a atividade de produção, tal como ela era, permaneceu a de programação, tal com ela era, e começou a existir uma atividade de empacotamento em separado da operação do serviço, portanto, passou a haver um empacotador que disponibiliza seu pacote para operação de um terceiro, geralmente esse empacotador estava vinculado à um operador, à um concessionário, à um operador de TV por assinatura, mas esse empacotador também prestou essa atividade para terceiros operadores do serviço. Isso é facilmente identificável quando a gente abre a cadeia econômica de algumas das, dos serviços da TV por assinatura disponíveis no Brasil. Portanto, aí é a primeira diferenciação. Podemos ir. No momento em que nós estamos vivendo já, desde o ano passado, e nesse ano nós passamos a viver um cenário que provavelmente é um cenário mais afeito ao ambiente convergente em que essas atividades passam a se fragmentar em cinco atividades, cinco possíveis atividades de produção que segue exatamente a mesma, a programação que segue exatamente a mesma, a de empacotamento que acabamos de ver, que segue a mesma, mas, na oferta do serviço ao consumidor, a comercialização do pacote e o gerenciamento do acesso à rede já não são necessariamente feitos pela mesma empresa, é o caso, por exemplo, de São Paulo, em que a telefônica tem como atualizado pacotes de uma rede que é uma rede que pertencente à TVA, portanto é, nós temos uma situação em que aqui surge uma outra possibilidade de atividade, que é o de provimento. Algumas empresas, portanto, que tenham outorga da rede, passam a contar com forte apoio de outras empresas na comercialização do serviço de TV por assinatura, e essa segunda empresa também comercializa outros serviços. Não gostaria de ressaltar que, com a regulamentação do andaque pela ANATEL, quando vier a ocorrer, as atividades de provimento de vários serviços, não apenas dos serviços de TV por assinatura, terão – e de distribuição – terão ainda maiores possibilidades de virem a ser exercidas por empresas distintas, porque isso potencializa, maximiza a eficiência das redes disponíveis. Pode passar. O que nós temos da televisão paga, duas camadas distintas de atividades. Nós podemos dizer que aqui, aqui nós estamos com o serviço de TV por assinatura, portanto, uma comunicação audiovisual de acesso condicionado ou uma comunicação social eletrônica de acesso condicionado, cujo, cuja oferta tem duas camadas principais, uma camada, que é uma camada focada em telecomunicações onde está o provimento e a distribuição, portanto, que é de quem detém a rede e de quem vende o serviço que essa rede distribui, e três atividades que estão focadas no conteúdo audiovisual pra atividade de produzir, de programar e de empacotar, portanto, é a organização e a agregação do conteúdo audiovisual em diferentes níveis, obra, canal de programação e pacote de canais. Se nós trabalhamos essas camadas distintas, se nós trabalhamos a cadeia econômica nessas duas camadas distintas e nessas cinco atividades distintas realizadas, nós teremos, portanto, que ter o esforço de regulação específico pra cada uma dessas camadas e, eventualmente, estabelecer condicionantes, eventualmente para as distintas atividades exercidas dentro de uma mesma camada, a regulação das atividades focadas em telecomunicações, objetivando a maximização e a maior eficiência do uso das redes, que é atribuída a Agência Nacional de Telecomunicações, a regulação das atividades focadas no conteúdo audiovisual, objetivando a maior presença do conteúdo audiovisual brasileiro e a maior diversidade de conteúdos audiovisuais com a ampliação da oferta e do mercado interno, que seria uma expansão das atuais atribuições da agência nacional do cinema, e entendemos que é necessária uma articulação estreita entre a ANATEL e a ANCINE no âmbito de um novo marco regulatório para os serviços de produção, distribuição dos conteúdos audiovisuais, que tenha como foco principal o cidadão, o usuário, o direito desse cidadão ter acesso a serviços mais baratos, de melhor qualidade, com maior diversidade de conteúdos e com presença elevada de conteúdos audiovisuais brasileiros que constatamente, comprovadamente é o fator essencial na decisão do brasileiro de adquirir a televisão por assinatura, que tem índices especiais de audiência dentro dos diversos canais ofertados por diversos serviços de TV por assinatura no Brasil. Pode passar. Bom, no Brasil, nós teríamos que estar atentos na ação de regulação do audiovisual no Brasil ao conhecer situações competitivas no mercado, com reduzido espaço de acesso ao conteúdo brasileiro e fragilidade da diversidade, ou seja, o filme brasileiro, a obra audiovisual brasileira para televisão, ela encontra dificuldades efetivas de acessar as diversas plataformas de distribuição no Brasil, porque se depara com uma forte concorrência do produto estrangeiro que chega ao País com preços subsidiados, já tendo recuperado seus custos de produção no exterior, teríamos que observar o poder-dever do Estado como resultante da

necessidade da promoção da cultura nacional e o relevante interesse público previsto pelo legislador constituinte no capítulo da comunicação social da constituição que estabelece uma série de princípios e uma série de condicionantes que deveriam ser observados. Pode passar. Deveríamos estar ainda atentos ao interesse do cidadão de ter acesso à maior quantidade possível de conteúdos audiovisuais brasileiros, à ampla diversidade de conteúdos audiovisuais por menor preço e em boa qualidade. Temos que ter atenção, a conexão entre o fomento, a produção e a distribuição dos conteúdos audiovisuais brasileiros e a regulação, o estímulo público positivo aumenta a efetividade quando associado a diretrizes regulatórias. O exemplo que eu daria é que o estímulo à produção e o combate ao guardá-las à exibição dos conteúdos brasileiros produzidos por diversos seguimentos de mercado valorizam a distribuição do filme brasileiro, por exemplo, nas salas de cinema, valoriza a colocação do filme brasileiro no ambiente do mercado de DVD, o filme brasileiro e a obra dramaturgicamente brasileira em geral têm sempre na televisão aberta altos graus de audiência e os pacotes oferecidos pelas empresas de TV por assinatura, os canais de televisão aberta via *mastcary* ainda tem os maiores índices de audiência e na oferta desses serviços. Pode passar. Os desafios que nós temos para regulação do audiovisual no Brasil, a regulação da TV por assinatura e futuramente nas novas mídias que incentive programação de conteúdos nacionais. A necessidade de adotar um marco legal que incentive maior pluralidade, programação regional, produção independente, preceitos da constituição federal na televisão aberta. A necessidade de criar um marco legal pra lidar com as questões da convergência e dar mais base a regulação econômica do mercado de conteúdos audiovisuais. A necessidade de incluir progressivamente o risco e a operação com recursos reembolsáveis no financiamento da produção audiovisual brasileira, especialmente na produção cinematográfica. A necessidade de conectar fomento com regulação, para que o fomento, a existência de mais produção audiovisual brasileira tenha maior efetividade por encontrar espaço no mercado pra realização do seu ciclo econômico. Pode passar. Os impactos que nós desejamos neste cenário de convergência na indústria audiovisual brasileira e no aperfeiçoamento do marco legal é que ele resulte num ambiente competitivo em benefício do consumidor de serviços audiovisuais, que ele permita a entrada em cena de novos atores especialmente programadores brasileiros voltados para televisão por assinatura e para as novas mídias comprometidos com a veiculação de conteúdo audiovisual brasileiro, que ele aumente a diversidade e a oferta de conteúdo brasileiro ao consumidor, que possibilite o aumento da demanda pela produção independente e pela produção regional que ele permita a expansão do mercado audiovisual interno para as produções brasileiras e a expansão das exportações dessas produções brasileiras para o mercado internacional e que ele permita um menor investimento de recursos públicos no apoio a produção audiovisual brasileira em decorrência de nós termos um ambiente de mais competitividade, um ambiente de lucratividade, portanto, de realização plena do ciclo econômico da produção audiovisual brasileira. Eu, portanto, destacaria aqui concluindo que se nós pensarmos em duas camadas, na camada de telecomunicações, na camada da comunicação audiovisual, se nós trabalharmos com a conceituação das atividades que estão numa camada e estão na outra camada, na interface entre elas nós temos condições provavelmente de desatar o nó que tá armado entre os diversos agentes econômicos no momento que nós estamos vivendo e de organizar um mercado que, por sua própria conta e risco, ao repido da legislação, a crônica existente, muitas vezes passando ao largo, se infiltrando nas brechas, vai reorganizando o cenário da comunicação social eletrônica no Brasil, o que nos permitira, portanto, decantar o universo e organizar, lidando melhor com as diversas questões que estão postas em cima da mesa, como, por exemplo, a definição do que é uma obra brasileira que tá contida na Medida Provisória nº 2.228, medida provisória que criou a agência nacional do cinema e que define o que é uma obra audiovisual brasileira e define essa obra como tendo uma expressiva participação de técnicos brasileiros, define como pertencendo a uma empresa brasileira essa, essa obra, mas não limita o capital que vai ajudar a realizar esta obra, como, por exemplo, a necessidade de atender ao comando constitucional do capítulo, do art. 222 da Constituição Federal que disciplina a necessidade de haver responsabilidade editorial de brasileiros pelo conteúdo distribuído nos veículos de comunicação social eletrônica. Se a gente enxerga essas diversas atividades na camada de comunicação social, na camada de comunicação audiovisual a atividade de empacotamento ela é, em última instância, a atividade que responde pela responsabilidade editorial dos canais de programação, portanto, quero com isso apenas mencionar que, trabalhando adequadamente, os conceitos, a cadeia de negócios do setor, lidando sobretudo com essa percepção da distinção em duas camadas e da segmentação das atividades exercidas, muito provavelmente nós temos aí elementos suficientes pra chegar a um bom termo neste debate, assegurando a prevalência do interesse público, e eu diria, inclusive, assegurando o interesse do conjunto dos agentes econômicos envolvidos neste debate. Acho que é possível que o conjunto dos agentes econômicos tenha as suas atividades preservadas e potencializadas num bom arranjo legal e regulatório desse universo da produção e distribuição desses conteúdos audiovisuais. Muito obrigado.

Não identificado – Gostaria de agradecer pela sua exposição, certamente foi uma das mais instigantes que foi feita aqui ao longo desse período, trazendo uma quantidade de informações que eu considero de grande importância a nós aqui no CADE. Eu vou iniciar esse debate trazendo duas questões que diversos momentos têm surgido aqui. Primeiro lugar a questão do modelo de regulação de conteúdo para o Brasil. Essa visão. Um dos pontos que tem sido trazido tem sido a experiência do caso britânico da FCOM. Até que ponto a questão da, do modelo da FCOM seria adequado aqui para o Brasil. Caso seguissemos essa linha na provisão, como seria eventualmente, a ANATEL também traria, passaria a ter esse tipo de função ou teria um outro tipo de, seria necessário se desenhar um outro tipo de atividade regulatória. A outra questão e a relação entre televisão e a produção de conteúdo nacional no que se refere a alguns aspectos importantes, como, por exemplo, a questão de cinema, por exemplo, televisão. Uma das coisas que se vê, por exemplo, na experiência europeia tianalfor a televisão francesa é varias vezes o financiamento da atividade do cinema feita por um canal de televisão de alguma maneira pra juntar os dois aspectos da produção de conteúdo brasileiro. Como eu vou ver essa junção entre esses dois focos de pressão da sua área. Assim, qual a possibilidade de se ter um maior número de produção de filmes que de alguma maneira seriam veiculados na televisão ou ao contrário num modelo europeu de alguma maneira financiada também por empresas de teledifusão que teriam alguma forma de prioridade na veiculação desses conteúdos?

Manoel Rangel (Presidente da ANCINE) – É, de fato, na medida em que a gente estabeleça um novo marco legal pra esse setor, e isso é algo que tá subjacente aos três projetos que tramitam na Câmara dos Deputados, Projeto Nelson Marquezeli, do Deputado Paulo do Deputado Nelson Marquezeli e Deputado Paulo Bonrausen e dos Deputados Valter Pinheiro e Paulo Teixeira e também do Projeto do Senador Flecha Ribeiro, portanto a gente pode imaginar que estamos na iminência de um novo marco regulatório, lidando com essa, com a questão da produção e distribuição de conteúdos audiovisuais vai ser necessário definir qual vai ser o modelo de regulação pelo estado dessa matéria. O caso do FCOM, ele é de fato instigante na medida em que ele optou pela fusão das duas agências reguladoras anteriormente existentes trabalhando, portanto, na estreita vinculação entre essas duas dimensões que nós mencionamos aí, essas duas camadas, a camada das telecomunicações e a camada da comunicação visual. No Brasil nós temos historicamente uma resistência muito grande de diversos agentes econômicos e do parlamento brasileiro em tratar articuladamente essas duas camadas. Quando a LGT foi pensada ela tinha, ela foi planejada com escopo mais amplo, procurando lidar com essas duas camadas, ao fim se optou por tratar exclusivamente das atividades inerentemente de telecomunicações. A ANATEL, ao longo dos seus dez anos

de existência, tem tido uma atuação importantíssima, expressiva na organização do mercado de redes. Teria a possibilidade de ter avançado numa série de aspectos relativos aos serviços de produção e distribuição de conteúdos audiovisuais porque haviam competências na LGT e no disciplinamento dos serviços de TV por assinatura pra que a ANATEL o fizesse, ela o fez quando soltou o regulamento do SCM; ela nesse momento tem um debate interno sobre o CEMA, o serviço de televisão por assinatura, uma nova licença que seria uma licença não acoplada a redes, como do SCM já não era acoplada a redes. É. Entretanto, também nesses dez anos aparentemente a ANATEL se defrontou com uma dificuldade de não reunir no seu interior a expertise necessária pra lidar com a especificidade da camada da comunicação audiovisual da comunicação social, ou seja, ela não desenvolveu uma expertise própria no trato das questões concorrenciais ou nas questões da promoção econômica ou da natureza desses serviços que são serviços de produção e distribuição de conteúdos audiovisuais. Isso não significa que ela não possa vir a desenvolver. Em 2001, se criou a agência nacional de cinema, no seu projeto original, ela foi concebida como agência nacional do cinema e do audiovisual, ECINAVE; esse era o projeto que o Presidente Fernando Henrique e o Ministro Pedro Parente tinham em mente em 2001, quando soltaram a medida provisória que criou a agência nacional, quando editaram a medida provisória que criou a agência nacional do cinema. De lá pra cá a agência nacional de cinema está em processo, esteve em processo de implantação, se implantou, está construída hoje, realizou concurso público tem uma carreira de estado no seu interior que são os especialistas em regulação das atividades cinematográficas e audiovisuais, portanto a carreira de estado, os especialistas que ali estão já foram concursados dentro de uma visão abrangente de serviços audiovisuais, tendo que necessariamente conhecer o conjunto da legislação brasileira que disciplina matérias correlatas ou afins à comunicação social e tem, portanto, procurado desenvolver uma expertise que vai muito além daquilo que o seu nome enuncia, ou seja, a agência nacional de cinema, embora seja a agência nacional de cinema assim chamada, ela procurou desenvolver a sua expertise pra além da distribuição de cinema *strito sensu*, o filme na sala de cinema, até porque o filme, a obra cinematográfica já não se sustenta no cenário internacional. Há muitos anos na exploração, na janela exclusiva da sala cinematográfica ou da janela de DVD. Ela já tem a sua principal base de sustentação, na janela de televisão aberta, na janela da televisão por assinatura, portanto, já há fortes implicações. Além disso, a agência nacional do cinema já dispõe de competências em relação à programação internacional de TV por assinatura, em relação a programa, a programação nacional de TV por assinatura, já tem certa atuação nesse universo muito embora a quem o seu marco regulatório não é um marco regulatório adequado pra dar conta dos desafios que estão presentes neste momento. Mas eu diria que o estado brasileiro já investiu na construção de uma expertise para, para esse, pra esse, pra esse trabalho, que já se coloca necessário e tende a se acentuar a necessidade ao longo dos próximos anos. Então, o modelo que eu imagino, sem com isso ter uma visão acabada, porque esse é um debate em curso, portanto, a forma que vai vir adotar, eu diria que ela não é a questão mais importante claramente, mas eu diria que nós teríamos condições de, numa atuação combinada entre a ANATEL, regendo a camada de telecomunicações, as redes e ECINE, regendo a camada de comunicação audiovisual, portanto os serviços de produção, programação, empacotamento de conteúdos audiovisuais combinadamente tendo um marco regulatório claro que lhe forneça princípios claros e que lhe forneça parâmetros adequados, eu acredito que este modelo, dessas duas agências em combinação com o sistema brasileiro de defesa da concorrência e com o CADE, tem condições de dar conta dos desafios que estão presentes no momento em que a gente vive nesse setor. Com relação a parceria entre televisão e cinema de fato, a experiência européia, pensando numa produção que não é hegemônica no cenário internacional, pensando no esforço da afirmação de produção local, é, a experiência européia é a mais bem sucedida. E essa experiência se deu através de um casamento entre a televisão e o cinema já nos primórdios da televisão européia. Então a televisão européia já se desenvolveu com um conjunto de obrigações em relação ao cinema, a sua forma imediatamente anterior. Essas obrigações eram obrigações legais vinculadas à obrigatoriedade de exibição de filmes na televisão em certas condições e em condições especializadas ali específicas. A França, por exemplo, chegou ao extremo de limitar os dias em que poderia se exibir filmes na televisão francesa pra manter a concorrência nas salas de cinema, e eu não estou com isso advogando nada similar, e isso foi lá atrás, mas tô apenas dando exemplos de processos; é, mas, invariavelmente, toda a legislação européia, antes quando a televisão era pública, e depois, quando a televisão passou a ser pública e também privada, manteve a obrigações da televisão de reservar parcelas de seus investimentos para o financiamento da produção cinematográfica nesses países, para a compra de produção independente de televisão, portanto a diretiva, a diretiva televisão sem fronteiras da comunidade européia, e eu acabei, eu coloquei aí na transparência mas acabei não mencionando, fiquei tão focado nos Estados Unidos que esqueci a diretiva televisão sem fronteiras.

Mudança de lado da fita

Manoel Rangel (Presidente da ANCINE) – Mais de 50% de conteúdo comunitário das televisões européias estabelece percentual de no mínimo 10% de conteúdo de produção independente, portanto, isso articula cinema e articula outras produções independentes, e eu queria ainda mencionar que também esse aspecto de articulação de cinema e televisão nos Estados Unidos nós temos também experiência muito estimulante, ela se deu também por condicionantes regulatórias, ela não estabeleceu obrigatoriedade da televisão americana, financiar filmes, mas ela estabeleceu uma limitação para televisão americana de que ela não poderia produzir mais do que 30% do seu conteúdo veiculado, veiculado por ela e a estabelecer que ela não poderia veicular o horário nobre, conteúdo produzido por ela, a não ser telejornalismo; na prática, isso significou um processo de estímulo aos grandes estúdios de produção cinematográfica que passaram inclusive a produzir telefilmes e a produzir obras cinematográficas dirigidas como primeira exibição para televisão aberta e não para o cinema ser responsável inclusive por uma certa, inclusive por mudanças estéticas importantes na atividade cinematográfica foi, foi isso que gerou o surgimento das grandes produções cinematográficas, o surgimento do Cinemascolp, o surgimento dos 70 milímetros, porque era um elemento de diferenciação em relação à forma como o filme chegava na televisão. Portanto, pra dizer que acho que medidas similares, não exatamente as mesmas, nós temos que levar em conta a nossa experiência, a nossa realidade. Mas acho que medidas similares de parceria entre a televisão e o cinema no Brasil seriam muito bem vindas eu imagino que nesse, a gente obtendo uma reorganização desse universo na direção do que eu procurei expressar aqui, eu acredito que naturalmente esse casamento entre cinema e televisão vai mudar e de uma maneira bastante estimulante, que é não pra um caminho positivo, mas por um caminho de articulação de interesses.

Não identificado – Presidente.

Farina – Inaudível. Eu tô estranhando minha voz que não sai. Inaudível. Muito obrigada pela sua presença, interessante a sua participação, trouxe elementos bastante articulados com tudo que a gente anda discutindo por aqui, mas o senhor realmente aguçou a minha curiosidade. Inaudível.

Manoel Rangel (Presidente da ANCINE) – Eu trouxe, só não falei sobre ela.

Farina – Inaudível. Sobre a comparação dos preços dos pacotes nos Estados Unidos, na Europa e no Brasil, que o senhor falou aqui, e esses pacotes são de menor preço, é menor que nos Estados Unidos, e eu fiquei curiosa se o senhor

tiver condições de responder esse momento como essa comparação é feita, porque não é trivial comparar pacotes, alguns, o que é básico no Brasil ou o que que é básico nos Estados Unidos, o que que, qual é o serviço de banda larga acoplado ao telefone, enfim, eu imagino que seja algo complicado a gente comparar esses produtos e, portanto, seus preços. Eu queria ouvir sobre isso, se isso for uma informação, queria me dizer, porque eu fiquei muito curiosa pra ver essa transparência e saber como ela foi produzida. A segunda pergunta que eu tenho tem a ver com um comentário que o senhor fez sobre o fato de que o conteúdo nacional desenvolvido, portanto, desenvolvido no Brasil, é muito bem recebido pelo público e o indicador disso é que nas televisões por assinatura que têm, a televisão aberta é a mais assistida e os programas nacionais são de maior público. Então isso mostraria que há um interesse do público brasileiro pela produção nacional pelos produtos. E aí eu acho que foi natural a minha, a minha dúvida sobre ter a necessidade de ter cotas ou alguns elementos incentivadores especiais pra programas nacionais, se eles já têm essa preferência do público. Então me parece que na verdade o que o senhor sugere é que a convergência tecnológica, a expansão eventual da TV por assinatura, que ainda é muito incipiente no Brasil por conta de ter 4 milhões de assinantes né, é, poderia reverter esse estado, essa preferência esse espaço que o conteúdo nacional tem pela tradição da TV aberta ser a televisão assistida pelo Brasil que é na realidade muito diferente da americana e onde o predomínio já é de televisão por assinatura muito mais importante do que da TV aberta. Bom, enfim, eu queria ouvir sobre esses dois pontos.

Manoel Rangel (Presidente da ANCINE) – Bom, eu não trouxe a transparência não porque desejasse omitir, mas é porque ela não tá pronta, o que a gente tem são um conjunto de indicadores que a gente tá procurando trabalhar pra construir uma, esse quadro procurando indicar uma comparação entre pacotes oferecidos na Europa, nos Estados Unidos e no Brasil, procurando levar em conta o que o tipo de conteúdo que está ofertado no pacote básico brasileiro, então o que que nós temos num pacote básico brasileiro, o tipo, quantos canais de filmes, canal de esporte, canal de notícias, o tipo de conteúdo que é carregado nesse pacote básico, o preço desta assinatura, a quantidade de canais ofertados aí, e comparativamente a mesma especificação, portanto, quantos canais de filmes, quantos canais esportivos, quantos canais de notícias e quantos canais de conteúdo diversificado no pacote básico em diversos países europeus e nos Estados Unidos. Com esses indicadores a gente consegue trabalhar bastante razoavelmente parâmetros de comparação. É, evidente, que se fosse ainda mais profundamente numa análise disso eu deveria também pegar a programação dos canais de filmes e abrir a programação desses canais e lhe confrontar com que tipos de filmes estão sendo ofertados nesses canais. É, o que me salva da obrigação de ter que fazer isso é porque nos pacotes básicos brasileiros, os canais que ofertam filmes em geral, ofertam filmes de catálogo, é, portanto, filmes que já estão num grau de remuneração já bastante próximo do fim do seu ciclo de exploração, portanto, essa comparação facilitada, inclusive por esses, por esses elementos. Eu me comprometo a, assim que esse que esse material tiver montado, em enviar e incluí-lo na minha apresentação, mesmo sem que eu tenha feito aqui pra que fique decantado como elemento a mais de contribuição a nossa reflexão. E acho que isso nos leva diretamente à segunda questão que a senhora aborda, porque na segunda questão tão postas duas questões, na verdade, uma, que é se conteúdo brasileiro, é assim, é interessante, instigante, buscado pelo consumidor porque que ele precisaria de, precisava de espaço? É, a segunda questão, que se colocaria na questão que a senhora formula que assim eu vi é porque que o serviço de televisão por assinatura no Brasil não se expandiu, porque aí também tem um problema, que precisa ser respondido pra normalmente a resposta a essa questão envolve fatores múltiplos, não um fator isolado. Provavelmente a gente vá encontrar uma série de elementos aqui. Eu fixaria num primeiro momento na questão do porque que, então, nós deveríamos ter reserva de espaço, acho que aqui há sobretudo um problema de custo de alteração econômica. É, o custo da produção de um filme, o custo da produção de uma novela, de uma minissérie, de uma série que seja, são bastante elevados, exige uma escala de mercado pra o amortecimento do custo da sua produção, que vai muitas vezes além do que o mercado interno tem pra oferecer. Nesse sentido, menciono aqui alguns casos, um filme brasileiro médio hoje no Brasil tá custando, a sua operação de produção, em torno de 5,6 milhões de reais; pra que esse filme se pague, ele deveria ter uma exploração no mercado de salas que desse pelo menos 1 milhão de espectadores, precisaria vender no mercado de DVD pelo menos uns 50, 60 mil unidades de DVD, deveria ter compras pra televisão aberta com preços por volta de 200, 300 mil reais, deveria ter compras da televisão por assinatura pra diversos canais, eu não sei bem os valores exatos, mas deveria ter também um conjunto de compras na televisão por assinatura e deveria ter a possibilidade de explorar um conjunto de outros seguimentos desse mercado. O filme brasileiro hoje ele dispõe apenas do mercado de salas, residualmente do mercado de DVD para se remunerar. Esse exemplo que eu tô mencionando ele vale também pra produção de uma novela, ele vale pra produção de uma minissérie, ele vale pra qualquer tipo de produção audiovisual. Bom, o que que eu constato? Se nós tivermos um processo em que se desregulamente as redes na TV por assinatura e que, em busca da maior eficiência da rede, maximização do uso das redes existentes, a gente permita que todo e qualquer detentor de rede explore o serviço de TV por assinatura e que ele também possa fazer o empacotamento livremente, que ele também possa fazer a combinação disso com os outros serviços que ele vai prestar. Aonde ele vai buscar o conteúdo que vai abastecer a sua necessidade de distribuição de conteúdos audiovisuais. Ele poderá, se quiser, estar no primeiro time dos que competem pela audiência, buscar na produção de conteúdo brasileiro. Mas quem é que vai estimular, e quem vai financiar essa produção de conteúdo brasileiro? Vai seguir sendo o estado como é no caso do cinema. Vai ser a televisão aberta custeando com o faturamento publicitário, como ela faz pra produção das novelas que ela veicula, a Globo, a Bandeirantes, a SBT, a Bandeirantes quando fazem a Record, quando fazem a produção dramaturgica, é esse o conteúdo que vai abastecer, ou seja, a tendência aqui é eu ter um problema de custo elevado pra obtenção desse conteúdo, desse conteúdo brasileiro. O custo de obtenção de conteúdo estrangeiro pra abastecer a necessidade de distribuição desses conteúdos é muito mais baixo. Eu vou encontrar uma miríade de oferta de canais e de horas de produção de conteúdo audiovisual no mundo que derruba o preço de aquisição lá pra baixo. Portanto, a tendência, é assim que eu imagino esse cenário, se não houver mecanismos de compensações aqui, ali quando nós destravarmos esse mercado. A tendência de um processo que se dê assim sem estabelecer algumas salvaguardas pra que nós tenhamos, portanto, uma presença maciça de conteúdos estrangeiros, como já é o caso da TV por assinatura, com exceção da televisão aberta dentro dos pacotes de TV por assinatura, com a exceção de mais 10, 11, 12 canais não muito mais do que isso, em geral canais de notícias, canais de esportes e canal de variedades, apenas um canal de cinema brasileiro, o que nós temos de conteúdo brasileiro é insignificante na televisão por assinatura, é insignificante. Enquanto nós temos uma miríade de canais estrangeiros na televisão por assinatura, de canais internacionais que não fazem, ou fazem muito residualmente a compra de produto brasileiro. Eu vou dar mais um exemplo. Essa é uma pergunta que a gente faz sempre, ela não é uma pergunta, ela é uma pergunta importante, porque ela o tempo inteiro ela volta pra nós. Quando foi editada a Medida Provisória nº 2.228, se estabeleceu um mecanismo pelo qual as programadoras internacionais de televisão por assinatura teriam que pagar uma taxa adicional ao imposto de renda na remessa dos seus lucros. Uma taxa de 11% que seria convertida em produção de conteúdos no Brasil. Naquele momento a grande questão que tava posta era a seguinte: primeiro, que como iria, como é que iria se criar condições pra haver investimento dos programadores na produção de conteúdos locais, naquele momento as programadoras internacionais no Brasil praticamente não produziam conteúdos locais ou produziam

residualmente, tinham seus centros de produção nos Estados Unidos e seus centros de produção eventualmente em um ou outro país fora dessa, dessa escala, faziam poucas compras de produção independente. A partir da existência desse mecanismo que vinculo um pedaço da receita na remessa ao exterior dos recursos dela e que a única maneira dela utilizar esses recursos seria no investimento da produção, da produção, da produção local, é, passou a existir programação de conteúdo brasileiro dentro desses canais de programação internacional, mas só passou a existir no momento que ela teve compulsoriamente que investir um recurso em produção de conteúdo localmente. Essa obra é uma obra brasileira, por exemplo, desfile de carnaval, é uma série produzida pra HBO, produzida pela O2 que é uma das maiores produtoras de audiovisual do Brasil, ou então a série Mandrac, também da HBO, que é uma das maiores, que foi produzida pela conspiração *files*, uma das maiores produtoras brasileiras, séries que tiveram seus custos em torno de 6 milhões de reais, portanto, um custo bastante baixo pro mercado internacional, mas que só foram veiculados no pacote América Latina esses canais, não tiveram veiculação internacional. Não é por conta da qualidade, não é por conta do desempenho, não é por conta do interesse, ou seja, tem a ver com otimização de ganhos que essas, que esses programadores têm da produção que eles realizam no exterior, porque eles têm braços de produção, braços de distribuição, e braços de distribuição a função principal dele é potencializar o braço de produção. Portanto, quando eu digo da necessidade de reserva de espaço, o que eu tô dizendo é que a reserva de espaço ela é fundamental pra estabelecer diversidade, ela é fundamental pra permanecer no país como centro produtor de conteúdos, e eu acredito que, devido aos custos de produção, dificilmente essa sustentação se daria exclusivamente pela, pelo resultado dessas produções em termos de audiência. Não é suficiente, há outros vetores que atuam nessa operação, dou o último exemplo aqui de que o canal Brasil, que é um canal de cinema veiculado, que surgiu com a lei do cabo, ou seja, foi, a lei do cabo fez surgir a existência desse canal Brasil, que é um canal dedicado a filme brasileiro na TV por assinatura, até hoje, 10 anos depois, 12 anos depois, ainda é quase que exclusivamente o único canal exclusivo do cinema brasileiro dentro da televisão, da televisão por assinatura brasileira, ou seja, surgiram dois outros canais que não tiveram capacidade de operar por falta de investimentos, por falta de preços competitivos que ajudassem a custear a produção, uma compra de 30 mil não vai engendrar conteúdo pra um canal, portanto a necessidade de haver mais compromisso com a circulação desse conteúdo. É isso aí.

Não identificado – É uma pergunta rápida. Bem curtinha. O senhor tem alguma avaliação do que que representa as comunidades brasileiras no exterior, no sentido de atrair exportação de conteúdo? E, recentemente, acho que foi a Direct TV, que começou a passar a Globo nos Estados Unidos e rapidamente a condecio botou a Globo de graça aí nos quites do pacote já assinado, de repente começo a receber. É isso certamente tem a ver com uma comunidade brasileira que vive legal ou ilegalmente nos Estados Unidos e em outros países também. Você tem mais ou menos, vocês tem idéia do que que representa essa demanda fora do País?

Manoel Rangel (Presidente da ANCINE) – Não, eu não tenho dados que sustentem uma análise dessa demanda. É. Acompanho essas notícias; sei, por exemplo, que a Globo tem feito um esforço grande inclusive de atingir não apenas a comunidade brasileira, a comunidade hispânica nos Estados Unidos. A comunidade hispânica nos Estados Unidos é gigante, né. Enrolando a língua, né. É o problema da língua. Da língua, portanto acredito inclusive que boa parte dessa operação dos canais, dos canais globo nos Estados Unidos estejam muito lastreados nesse esforço de abordagem do mercado hispânico que vai sendo feito. Eles chagaram inclusive a fazer com um grupo de produção norte-americano parcerias na produção de novelas que já foram feitas aqui em língua hispânica pra melhor penetração no mercado norte-americano, no mercado de fala hispânica nos Estados Unidos, mas eu não tenho dados pra sustentar uma análise do que significaria isso enquanto demanda.

Não identificado – Ministério Público.

Ministério Público – Boa tarde a todos, parabéns mais uma vez pelo CADE, por essa continuidade na discussão desses assuntos, parabéns pela exposição e eu gostaria de, só uma pergunta se coloco bem que a TENCINE. Inaudível. Considerando que o princípio da eficiência deve ser disposto, aplicado no Brasil, e terceiro, passado alguma proposta no sentido de criar uma única agência, isso não seria mais interessante em termos de otimização e até orientação desse para cumprir essas tarefas, juntando as duas camadas referidas. Inaudível.

Manoel Rangel (Presidente da ANCINE) – Eu não tenho conhecimento de que esteja sendo pensado em uma única agência tendo uma fusão entre a ANATEL e a ANCINE, eu não tenho conhecimento dada a natureza da questão, como ela envolve formulação de política pro setor, pra dois setores distintos de telecomunicações e de comunicação social como ele envolve uma dimensão que hoje no âmbito do governo tá numa parte, tá na esfera do ministério das comunicações, a outra tá na esfera do Ministério da Cultura, a agência nacional do cinema não, não avança até aí, não adentra esse território porque eu taria exorbitando das minhas, das minhas prerrogativas. O que eu tenho certeza é que há especificidades no trato da camada de telecomunicações e há especificidades no trato da camada de comunicação social. Se nós tentarmos lidar apenas com a camada das telecomunicações sem observar especificidade do mercado audiovisual, nós corremos o risco de desorganizar aquilo que o país já construiu em termos de capacidade de ser centro produtor de conteúdos audiovisuais e de ao mesmo tempo não conseguir aumentar a capacidade do país no desenvolvimento desse mercado. Além de eventualmente não conseguir dar adequadamente com questões básicas como o interesse do consumidor na ponta final como usuário, ou seja, eu tenho dúvidas, se as restrições pra determinadas redes no Brasil há restrições pra que determinadas redes possam distribuir TV por assinatura. Eu tenho dúvidas se essas restrições para determinadas redes possam ser utilizadas para TV por assinatura, se elas são eficientes do ponto de vista do usuário, acho até que, pelo contrário, elas são uma das razões pelas quais o País tem um número tão baixo de assinantes, por acaba tendo um imposto muito elevado; em contrapartida, eu tenho certeza de que a existência de poucas redes e a existência de regras de exclusividade entre empresas que empacotam e empresas que distribuem ou obrigações de carregar pacotes globais, eu tenho certeza de que isso também restringe o ambiente de competição na TV por assinatura no País. Se nós mantivermos a possibilidade de praticar venda isolada de canais de filmes, de canais de esportes, que são canais essenciais pra o serviço de comunicação audiovisual, eu tenho certeza de que não surgem novos programadores, eu tenho certeza de que não se desenvolvem produtores porque não se amplia o espaço de compra de novos produtos. Eu tô mencionando essas questões aparentemente saindo fora do tema que a senhora propõe, mas pra dizer que essas especificidades já estão aí desde 1995. A agência que cuida das redes, e cuida bem, ela não conseguiu adentrar a esse território, ela não se considera detendo a expertise para lidar com essa matéria, portanto esse é um desafio que tá posto e que o estado brasileiro talvez tenha a felicidade de dispor nesse momento, de já ter tomado providências pra reunir um grau de expertise sobre o tema que lhe permite combinar e recombina como for mais conveniente ao legislador e como for mais conveniente à percepção que a sociedade brasileira tiver do tema.

Não identificado – Pergunta relativa à questão do, da cumulação de funções de fomento e regulação numa única entidade. Será que isso não incidiria na mesma crítica que foi feita na época em que se concedeu a Ancinave, uma crítica de

que isso simula um tipo de dirigismo estatal. E segunda, subpergunta, é será que isso também não estimularia a captura dessa agência pelos entes regulados.

Manoel Rangel (Presidente da ANCINE) – Pois não. É. As críticas que surgiram na época da ANCINAVE, aquele debate, elas tinham coisas objetivas e tinham coisas que eram do terreno absoluto da subjetividade que encontravam amparo na proposta de projeto de Lei confeccionado pelo Ministério da Cultura e que não conseguia ser demonstrado nenhum daqueles dispositivos. A agência nacional de cinema já atua, tá indo pro sexto ano de atuação combinando funções de regulação e de fomento. É. Certamente nenhum de vocês ouvia até hoje, eu também não ouvi nenhuma crítica, nenhuma queixa quanto a questões como dirigismo em preferência, porque aqui se confunde no País, o Brasil confunde essa matéria, o Brasil tem pouca tradição de tratar a questão da comunicação como algo suficientemente relevante e de interesse público pertencendo ao conjunto da sociedade brasileira; o tema, isso nos Estados Unidos e na Europa é tratado com essa relevância desde a década de 30 nos Estados Unidos. Mas aqui todas as vezes que esse debate se coloca em algum momento, foi assim na época da ANCINAVE, foi assim quando o Ministério da Justiça foi disciplinar as questões relativas à classificação indicativa, sem entrar no mérito de erros e acertos desses projetos, dessas propostas, certamente eles têm erros e certamente eles têm acertos, se levanta sempre um grande fantasma, que é o fantasma do dirigismo, da interferência e tal. Eu acho que essa é uma boa maneira de evitar que as questões sejam enfrentadas, então respondendo de maneira objetiva, porque eu dei uma volta, respondendo de maneira objetiva eu não vejo que a competência de fomento e a competência de regulação combinadas levem a interferências estatal a dirigismo e acho que a demonstração prática disso são os quase seis anos de existência da agência nacional de cinema sem nenhum tipo, repito, sem nenhum tipo de questão sobre isso, até porque nós não interferimos nas obras que são feitas, não interferimos nas obras que recebem aprovação pra serem realizadas, elas têm que cumprir uma série de obrigações técnicas que não diz respeito ao seu conteúdo, por isso que eu procurei inclusive frisar, durante a apresentação, toda vez que eu debato o tema quando a gente diz que o conteúdo audiovisual leva diretamente a uma discussão, de pó, então o cara tá querendo discutir o conteúdo da obra. O que que vai ser dito, a mensagem que vai ser passada, o que que vai ser falado. Essa é uma confusão muito comum que no jornalismo se pratica todo dia, toda hora, por isso que eu procurei enfatizar que a conversa sobre regulação do mercado de conteúdo audiovisual é uma conversa sobre a regulação do mercado, sobre a regulação econômica. As questões de conteúdo de obras e as questões do que é vinculado e o que não é vinculado, acho que o princípio deve ser o de haver espaço pra mais ampla circulação de todo e qualquer conteúdo pra que ele possa encontrar seu público. A segunda questão essa que vagamente aqui, você pode me...

Não identificado – Já respondi isso mais uma outra pergunta seria o é fácil encontrar uma definição do que seja conteúdo nacional, conteúdo regional, porque aí sim viria ao contrário da atividade de fomento que apenas exige que determinado agente cultural preencha certos requisitos técnicos pra que obtenha financiamento na atividade de regulação de. Bom, precisamos ter tantos por cento de conteúdo nacional, tanto por cento desse conteúdo nacional precisa ser regional. É fácil encontrar uma norma que seja suficientemente abrangente pra incluir questões que ficam numa zona cinzenta ou existe alguma dificuldade em operacionalizar isso.

Manoel Rangel (Presidente da ANCINE) – Eu acho que é possível fazê-lo e é possível afastar completamente a zona cinzenta, chamando aqui a zona cinzenta daquela que envolve delicadezas discricionárias, né, de esse conteúdo pode e aquele conteúdo não pode. Eu acho que isso estará lastreado no caso da ANCINE, a definição de obra brasileira pra nós, que é a definição da Medida Provisória nº 2.228, ela define obra brasileira como aquela realizada majoritariamente por uma empresa brasileira que deve ser dirigida por brasileiros, ou brasileiros naturalizados há mais de 10 anos é muito próxima do capítulo da comunicação social, ela deve ter maioria de equipe técnica de brasileiros, ela deve ter um diretor brasileiro e ela vai até aí. Se veja que ela teve a leveza de não entrar em questões como a língua em que é falado, a casos de definição da obra francesa, por exemplo, que ela entra nesse aspecto, tem que ser falado em francês e tem uma série de outras regras. No Canadá, a definição de obras canadenses são um conjunto de outras regras, a nossa é enxutíssima. A definição de obra regional segue uma variável similar, ela tem que ser produzida dentro da região delimitada, e a região nem precisa ser necessariamente um estado, pode ser uma macrorregião do País, que é uma coisa que eu acho mais apropriado pra realidade, o estágio do desenvolvimento do nosso mercado tem que ser produzida por uma empresa local, tem que ter quadros locais na sua condição e posso imaginar outros critérios complementares a esses, portanto eu acho que é sim possível obter definições bastante precisas. Não diria que num disciplinamento dessa questão do conteúdo de espaço de reserva de espaço do conteúdo brasileiro na TV por assinatura ou mesmo na televisão aberta o serviço de comunicação audiovisual como um todo nós deveríamos fazê-lo por camadas, ou seja, nós deveríamos ter uma reserva de espaço ampla pro conteúdo brasileiro que dissesse respeito ao conteúdo brasileiro produzido por empresas independentes mas também por outras empresas por radiodifusores também, por empresas de telecomunicações também eventualmente ou por terceiras empresas e dentro deste, dessa reserva de espaço, nós deveríamos ter aí uma sub-reserva que fosse definida em relação apenas ao produtor independente. Similar ao que nós temos na diretriz televisão sem fronteiras da União Européia, que nesse momento passa por uma revisão, se transformando numa diretriz das mídias audiovisuais, já se preparando pra lidar com a oferta de conteúdo por demanda, com a plataforma IP, com o conjunto dessas plataformas, portanto nós temos aí um conjunto de legislações internacionais, dessa legislação nacional de diversos países no cenário internacional que nos fornece uma série de balizamentos, o que a gente não pode é simplesmente fazer uma passagem direta, porque é preciso levar em conta o grau de maturação do nosso mercado, o grau de desenvolvimento dele, a sua organização, que evidentemente seria necessário também prever regras de transição de um cenário a outro cenário.

Não identificado – Muito obrigado pela sua apresentação, foi muito, a nós foi muito importante, e essa participação, como já está disponível já imediatamente tem Internet, já está gravada no *site* do CADE e ficará disponível a apresentação quando as transparências para acesso aos interessados. Um intervalo agora de 20 minutos para a segunda apresentação do dia. Muito obrigado.