

Doutrina

AUDIÊNCIA DO DIA 12/07/2007

Ricardo Knoepfelmacher
Presidente da Brasil Telecom.

(Transcrição *Ipsis Verbis*)

Não identificado – Vamos dar início à segunda palestra do dia. Nós temos o prazer hoje de ter aqui o doutor Ricardo Knoepfelmacher, presidente da Brasil Telecom que vai fazer então a sua palestra, seguida de debates.

Ricardo Knoepfelmacher (Presidente da Brasil Telecom) – Muito obrigado. Alô, tão me ouvindo? Boa tarde a todos, muito obrigado conselheiro Cueva. Só o conselheiro Cueva pra conseguir falar meu sobrenome com essa fluência, nem eu acho que tenho mais essa fluência, e ele que estudou na Alemanha certamente consegue muito bem falar meu nome. Bom, eu sou Ricardo K da Brasil Telecom, estamos aqui em casa, Brasília, cidade que eu fui criado, e queria agradecer então a oportunidade de estar nessa audiência pública e falando com vocês sobre convergência tecnológica e seus impactos concorrenciais. Presidente Farina, boa tarde. Conselheiros, boa tarde. Por favor. Bom, certamente se eu não tô enxergando daqui, imagina como os senhores tão fazendo aí atrás. Mas basicamente o que esse quadro tá mostrando, a importância do setor de telecomunicações, aqui nós temos, como o Moreira mesmo ressaltou, investimentos vultuosos, é, nesses 10 anos, nós já investimos 176 bilhões dos quais, 141 bilhões em, na modernização e expansão e melhoria da qualidade do serviço e da, da nossa infra-estrutura. É uma indústria que emprega hoje 311 mil vagas de trabalho, vamos lembrar que antes da privatização esse era um setor que empregava 100 mil empregos. Hoje nós temos 311 mil vagas de trabalho, 120 mil na prestação de serviço, propriamente dito, 116 mil nos *contacts centers*, controlados pelas concessionárias, 52 mil na implantação, nas empresas que implantam e fazem a manutenção da rede, e 21 mil na indústria, nos fabricantes, 6% do PIB, é, as prestadoras de serviço arrecadam muito, uma das formas mais fáceis de você conseguir arrecadar, obviamente, é em conta de telefone. Nós temos 33 bilhões de reais em tributos arrecadados, mais de 40% da receita operacional líquida dessas empresas foram arrecadados no ano de 2006. Nós somos os maiores, certamente, entre os três maiores arrecadadores em cada um dos estados que nós atuamos, nas áreas onde nós atuamos preferencialmente no mercado de massa e finalmente os impactos na cadeia que o aumento de produtividade, vamos lembrar que há 10 anos atrás colocávamos uma linha telefônica na nossa declaração de imposto de renda, esperávamos dois anos pra receber o telefone. Tínhamos que entrar num plano de expansão, depois aumentou a produtividade, claro que o rendimento ainda é um drama para todas as nossas empresas, mas a qualidade intrínseca do nosso produto hoje é muito grande. Quando acaba a luz na nossa casa, nós ligamos, usamos o telefone, que tá funcionando, pra reclamar e pedir que a luz seja religada. Isso tá trazendo muitas novas oportunidades de negócios e redução de desigualdade social regional. Queria, também, lembrar a todos que hoje no Brasil com 39 milhões de telefones fixos, é, nós já temos, por exemplo, a Brasil Telecom que tem na sua, no seu mercado de massa entre o Acre o Rio Grande do Sul e que um quilombo no Acre com 100 habitantes numa aldeia indígena sem luz elétrica, sem esgoto, tem uma placa solar da Brasil Telecom e um telefone público instalado, funcionando numa aldeia que às vezes não fala nem português. Então esse é um fenômeno da universalização, num País continental como o nosso. Então nós estamos seguindo exatamente a linha e os principais itens que o CADE pediu. Vamos primeiro falar um pouquinho de convergência tecnológica, no nosso ponto de vista. Por gentileza. Os limites e as diferenças que hoje nós temos nas indústrias que eram muito compartimentadas, tecnologia da informação, TV por assinatura, provedor de conteúdo, operadoras fixas e móveis, hoje, esse mundo tecnológico, ele não existe mais. Hoje isso faz parte de um grande *cluster* de um grande, de um grande bloco de indústrias que na verdade se inter-relacionam e hoje é nós, por exemplo, não tem mais aquele muro de uma operadora fixa, pra uma operadora de TV por assinatura. Não deveria ter esse muro, infelizmente, no Brasil, nós ainda temos esse muro. Eu vou poder explicar um pouquinho mais depois quando a gente tiver um pouquinho mais na frente. Esse quadro é, falando sobre a convergência pra ser completa, o que ela precisa. Pro usuário final qual, o que ele vai tá usando pra receber informação, se ele vai tá falando no telefone, se ele vai tá falando no Skype. Por exemplo, meus filhos moram nos Estados Unidos, eu posso falar com eles quando eu tô, quando eu tô em Brasília, eu uso obviamente a Brasil Telecom, mas quando eu tô no Rio de Janeiro ou em São Paulo eu uso o Skype e eu pago, eu uso o protocolo a Internet e eu faço uma ligação de voz, do nosso computador, então, e consigo conversar com ele com muita fluência. Aqui nós temos os *devices*, os aparelhos celulares, *notebooks*, hoje com mobilidade. O mundo realmente tá mudando, muito rapidamente e a o que o cliente quer é poder tá com acesso onde ele estiver, do jeito que ele tiver e com o aparelho que ele tiver. O que tá mudando na cadeia de valor, na evolução dos conteúdos, é aplicação dos consumidores, é que nós estamos saindo daquele modelo tradicional, tava falando aqui pro conselheiro Cueva que há 100 anos a indústria de telecomunicações trabalha com um modelo de negócios e esse modelo de negócio mudou e hoje tá deixando de ser voz fixas e voz móvel, obviamente a voz fixa tá sendo substituída pela voz móvel. Todos nós já nos deparamos dentro das nossas casas com o telefone fixo do nosso lado e a gente usando o telefone celular pra fazer uma ligação. É, essa é até a razão de um produto, do sucesso de um produto que nós lançamos que é o telefone único e quando você tá em casa ele entende que você tá fora da rede GSM e ele faz a ligação com uma linha, um telefone fixo e você paga 84% a menos de uma ligação, quando você tá fora de casa, ele entende que você tá na rede móvel e ele faz a ligação móvel. Agora essa migração pro móvel, quer dizer, voz tá deixando de ser a grande aplicação e hoje em dia, né, também há cinco anos atrás não sabíamos o que era Google, né, há 10 anos atrás nós não sabíamos o que era Internet. Só pra dar uma idéia pros senhores, o Google hoje com o Youtube é uma empresa que vale 173 bilhões de dólares e a Brasil Telecom vale 6 bilhões de dólares. Então, os modelos de negócio tão mudando e isso é o que tá acontecendo em conteúdo, principalmente essas aplicações interativas, entretenimento, tudo o que precisa de banda, que precisa de capacidade tá vindo pra cá. Eu não vou entrar nos exemplos propriamente ditos, mas é o que nós estamos vendo hoje no mundo, nós temos mais de 200 operadoras de telecomunicações que hoje fazem o serviço de TV por assinatura através do seu par metálico de cobre, qualquer uma dessas que a gente clicar, então, por exemplo, eu devo clicar aqui na Verizon, por gentileza. Tem uma oferta de IPTV, já tem 350 mil assinantes no serviço de IPTV que eles acabaram de lançar. Tem 330 canais para que esses clientes escolham, hoje são 20 canais de HDTV, 60 títulos de vídeos sobre demanda, vídeos que as pessoas podem alugar sem ir na locadora da esquina. Então realmente esse é um mundo que tá mudando e mudando muito rapidamente e essa fronteira da empresa de telecomunicações fazer com a tecnologia que ela investiu pra ter o serviço de TV por assinatura, ela é absolutamente livre em quase todos os países do mundo hoje. Esse quadro eu coloquei pra explicar um pouco o que que nós estamos aqui fazendo, o que a gente chama de *triple play* híbrido, desculpe o estrangeirismo, mas esse é uma, é um termo consagrado internacionalmente e *triple play* significa que nós vamos oferecer voz, dados e TV por um único é, de, de, com uma única rede. Se a gente tiver fazendo isso numa única rede, nós teríamos o que é *triple play* puro. É isso que nós temos hoje em, por exemplo, em um grande *player* brasileiro que é o grupo TELMEX,

através das suas empresas que até teria uma outra caixinha aqui se a gente dividisse a voz, voz móvel e voz fixa, nós teríamos a Claro aqui, mas a Claro, a Embratel e a Net podem oferecerem um *triple play* puro e essa distorção regulatória obriga que a gente ofereça um *triple play* híbrido, ou seja, eu hoje eutenho um, eu tenho um acordo com a Sky Directv, que é uma operadora DTH que é uma operadora de TV por assinatura por satélite e nós temos que oferecer separadamente pacotes de descontos pros clientes que queiram comprar os dois produtos, né. Eu não consigo oferecer isso dentro da minha rede, eu não consigo ter uma TV por assinatura dentro da minha rede de cabo de par metálico. Então esse é um grande problema, porque eu não consigo repassar essa economia que eu posso ter de escala pro meu consumidor. Eu vou entra um pouco mais nesses assuntos, um pouco mais à frente. Vamos então um pouquinho aos aspectos concorrenciais da convergência e aí eu vou poder dar um pouquinho dos exemplos, porque acho que são exemplos importantes pro Brasil. É, esse primeiro exemplo é que as concessionárias como a Brasil Telecom, a Telemar e a Telefônica elas não podem utilizar suas redes já existentes de banda larga pra prestar serviço de TV por assinatura. E por quê? Porque tem uma súmula da Anatel e essa súmula ela diz explicitamente que não podemos fazer esse tipo de serviço de transmissão de informações, porque eu estaria infringindo a famosa lei do cabo, uma lei anacrônica, uma lei que foi feita antes da lei geral de telecomunicações. Essa é uma condição muito injusta porque ela priva à sociedade de se apropriar de benefícios, de possibilidade de escolhas que nós poderíamos dar e o menor preço, é. Nós fizemos uma análise em vários países do mundo e vimos que em todos os países em que as operadoras de telecomunicações puderam, é, dar o serviço de TV por assinatura, através de suas rede, pros seus consumidores, os preços baixaram violentamente. O segundo exemplo é que o tratamento legal e regulatório é, distinto pra tecnologias diferentes na prestação dos mesmos serviços, eu costumo dizer que no Brasil a gente tem alguns exemplos como, por exemplo, você tem uma lei que regula tecnologia e não regula serviço e você ter no serviço de TV por assinatura, realmente alguns entraves como os da nacionalidade de capital, e o da restrição de competidores, que no STFC a gente não pode, realmente, por exemplo, no último edital que a Anatel, inclusive eu soube de uma liminar ganha pelas concessionárias, e nós não podemos entrar na participação da licitação das frequências de Wimax. O Wimax é uma nova tecnologia sem fio, não é, que certamente permitiria universalizar muito o serviço em localidades mais distantes, nós gostaríamos de poder investir, mas não podemos investir na nossa região de concessão. Eu vou dar alguns outros exemplos depois. Então a gente acha que é muito importante fomentar a competição e não fomentar a segregação e essa assimetria regulatória, ela cria alguns problemas, dando alguns exemplos, pegando tecnologia, o serviço que nós temos há limitação pro capital estrangeiro, tal como instrumento legal e, e vejam que IPTV eu só posso fazer vídeo sob demanda. Eu não consigo fazer IPTV, é, na minha é, *broadcasting* na minha rede apesar dela de terem gasto 141 bilhões pra construir essa rede que nós temos, nós não podemos por causa da lei do cabo e do contrato de concessão, aliás uma cláusula estranha, que não participou de consulta pública, cláusula 14.1 é uma cláusula que foi colocada no novo contrato de concessão que inibe a gente de prestar esse tipo de serviço. Exemplo 3. É, outro problema, além do problema de você tá, não tá regulando serviço, você não está regulando, você começa a criar restrições aos modelos de negócios que na verdade criam assimetrias com a nossa relação híbrida com a Sky Directv. Nós não conseguimos baixar o preço a um ponto que a gente consegue ser competitivo, por exemplo, com o *triple play* da Telmex. Então é da mesma forma o art. 15 da Lei do Cabo; essa cláusula do contrato de concessão é a gente e só pode ofertar TV por assinatura por meio de uma participação minoritária no capital ou em parcerias comerciais por empresas de TV acabo o que é o que a gente faz hoje. Na página 13, essa página, falando um pouquinho sobre mercado, queria mostrar para os senhores que a ADSL, o grande ciclo de universalização de voz no Brasil, ele foi um enorme sucesso, é, como eu disse, é, pequenas cidades e vilas com 100 habitantes tem telefone público e cidades acima de trezentos habitantes tem telefone na casa das pessoas e qualquer pessoa no interior do Acre ou de Rondônia pode pedir um telefone que, em 7, dias nós vamos instalar. Agora banda larga que é uma coisa bastante nova tem cinco anos e que hoje já tem muito mais do que TV a cabo no Brasil, eu queria mostrar alguns, algumas vantagens assimétricas em que um *player* possa oferecer *triple play* tem e que nós não temos. Por exemplo, no nosso crescimento, comparando o primeiro trimestre de 2006 com o primeiro trimestre de 2007, em instalação de banda larga foi de 33% e o deles foi 84. Por quê? Porque eles oferecem um pacote imbatível. Eles dão a TV por assinatura mais a banda larga e entrega a telefonia de graça e nós não podemos, nós temos que entregar só a banda larga e a telefonia então nós não temos a TV por assinatura. O *market share* hoje, para vocês terem idéia, uma empresa só, um grupo econômico tem 76% é do *market share* de TV a cabo, mas o mais impressionante é que por conta dessa universalização que as empresas foram obrigadas a fazer no Brasil vocês nós temos municípios atendidos por banda larga por um por é, acessos a ADSL quase 2.000 e nós só temos 159 municípios atendidos por TV a cabo. Por quê? Porque é antieconômico eles irem pra mercados com menor interesses. Por favor, você podia entrar no *link*? Qual que é o grande problema esse *link* mesmo? Pode voltar ou pegar ou perdão, volte. É. Isso. Esse aqui é o estado do Paraná. Essas aqui são as redes de TV a cabo, são 27 cidades atendidas é, no Paraná. O que que acontece? O cliente só pode ver TV a cabo nessas 27 cidades. Nós temos ADSL instalado em 333 cidades. Esse é o nosso mapa, nós tamos privando os consumidores de terem acesso à TV por assinatura nas outras 306 cidades. Eles só podem ter TV por assinatura em 27 cidades do Paraná e isso tá acontecendo no Brasil inteiro. Acho que esse é um grande problema, eu acho que o foco, ao invés de eu começar um trabalho de autoflagelação, dizendo que uma grande empresa de Telecom, dizendo que é uma empresa que perde mercado, porque a telefonia fixa tá acabando, etc. O que eu quero só dizer é o seguinte: é muito bom que tenha competição. Vou mostrar pros senhores os números reais de *market share* da GVT, que é a única espelho que deu certo no nosso Brasil, que é na nossa região e da Net, mas é muito importante que pra corrigir ou pra fomentar a competição e a baixa do preço, a melhoria do serviço pro consumidor a gente não cria uma nova simetria e essa simetria grave que nós tamo criando aqui (*interrupção*) tá brigado. É a simetria da gente tá criando um monopólio com preços altos pro mercado de TV por assinatura. Esse é que é o grande problema que eu vejo e esse que eu vou querer abordar na minha apresentação. Então a gente acho que esse também é um número que impacta muito para mostrar que TV por assinatura existe no Brasil desde de 1992 e na do Brasil que é um País com uma renda *per capita* semelhante a esses outros países: uma penetração de apenas 8%. Oito por cento de penetração comparado com outros países com uma dimensão, por exemplo, a Índia que tem uma penetração de 40%, uma renda *per capita* inclusive muito menor, é um País com dimensões grandes, uma China, mesmo Chile que é um País muito comprido, nós temos aqui, é, penetrações de TV por assinatura muito maior. No Brasil, esse mercado de TV por assinatura não se desenvolveu e não se investe nesse mercado de TV por assinatura. E eu acho que essa é uma, uma lâmina muito impactante porque ela mostra que, é, as operadoras de TV por assinatura atendem a menos de 9% dos municípios brasileiros e a falta de concorrência tem provocado um aumento dos preços. Muitas das cidades há um operador único. Eu vou pegar o exemplo aqui, de 2005 pra 2006 houve um aumento de 8,5%. A informação de 2007 nós ainda não temos, mas deve ser mais do que isso, apesar da inflação ter sido de 2%. Temos aqui, por outro lado, o valor que nós cobramos pra diferentes velocidades, em banda larga pros nossos clientes na nossa região. Então os pacotes médios de ADSL da Brasil Telecom, por exemplo, em 256 k nós caímos 8,3, em 512, 7,7 e assim por diante. Próxima lâmina por favor. Vou dá um exemplo pros senhores do que que acontece é, na Espanha, na Itália e na França. A barrinha azul é o preço da TV por assinatura com cabo, a barra nesse azul clarinho é por satélite, DTH e a barra verde é o, a com ADSL. Em todos os países em que você começa a ter TV por assinatura provida a partir de acesso ADSL,

os preços têm sido empurrados pra baixo, beneficiados os consumidores com produtos de altíssima qualidade e oportunidade de escolha. Então é, do ponto de vista de convergência, o que eu queria deixar como mensagem é que o fenômeno da convergência ele define uma, uma nova, é, no futuro ele vai criar um *cluster* diferente. Hoje já se fala em muitos países da Europa que voz fixa e móvel são perfeitos substitutos, mas claro que isso não é uma realidade num País como o Brasil, País que tem ainda grandes assimetrias de renda, que inclusive universalização dos serviços, em cidades que não possuem a voz móvel, mas eu tô dizendo como uma tendência, de fato, é empírico e nós podemos demonstra que nós tamos perdendo voz fixa pra móvel, mas que também os mercados de transmissão de dados e TV por assinatura eles fazem parte deste cluster da indústria e que talvez um dia, não hoje ainda, o, o, o a definição de mercado relevante vai ser muito diferente do que a que temos hoje.

Troca de fita

Ricardo Knoepfmacher (Presidente da Brasil Telecom) – Queria mostrar também pros senhores esse dado desse gráfico, que é impressionante, que é o seguinte: nós caímos 3% comparando o primeiro trimestre de 2007 comparando com o, o, aqui tá o, o, não sei porque que tá o segundo trimestre de 2006, mas vamos imaginar esses nove meses, nós caímos 3% o número de terminais isso em fixos e em serviço. O operador *triple play* aumentou quase 500%. Em banda larga, nós crescemos 13%, ele cresceu 96% e em TV por assim, nós perdemos pra esses mercados. Podem ser observados que são as principais cidades da minha região, a região 2 da área de concessão, das áreas de concessão. Então nós pegamos o filé mignon na nossa região, Curitiba, Brasília, Goiânia, Florianópolis e Porto Alegre e a participação dele tá se concentrando, ele tinha 80% do mercado, agora ele tem 83% do mercado. E quase todos os novos clientes ele querem é, o *triple play* puro, eles são clientes que compram os três serviços, eles querem os três serviços, nós não conseguimos ofertar. Vamo pra próxima a, essa acho que também é uma lâmina interessante (*interrupção de pensamento*). E ela mostra um número acachapante que é o seguinte: na nossa região de fato, no Brasil, quem tem maior número de penetração de ADSL, nós temos 16,7% das nossas linhas com serviço com ADSL, as outras operadoras tem menos e nós fizemos uma opção de investir nas cidades onde nós já estamos a ADSL. Então vejam, dos 1864 municípios, 1349 nós temos ADSL disponível. Nós temos 18 cidades que só são atendidos pelo monopolista do serviço de TV por assinatura. Então esses 18 municípios concentram, é só 1%, do, do, do, da, da amostra, né, da amostra não, da região, é 1%. Eles conseguem pegar 17% da população e, e, e toda a renda *per capita* alta, então eles fazem o que a gente chama, pegam o filé mignon e, portanto, eles tão aqui atendendo, não, tão deixando de atender 99% da população que a gente podiatá atendendo com a banda larga já instalada na cidade. Vamo para o próximo por gentileza. E por isso que quando se fala que nosso *market share* é muito alto, é, eu queria depois dar alguns dados reais do *market share* da GVT, do *market share* da Net. A GVT é uma concorrente muito competente, altamente concentrada em mercados de alta renda, não tem as metas de universalização que uma concessionária de serviço público tem e ela tá aqui ó atendendo 63, apenas, dos municípios da região com 1.864 municípios. Então ela tá atendendo 3,4% dos municípios, 21% da população e, e, é, 89% aqui é do PIB. O que, quê acontece? GVT realmente cresceu, mas GVT é uma empresa que vale na bolsa 4 bilhões e 700 milhões de reais. Uma empresa que saiu do zero, uma empresa espetacular, muito bem gerida e que foi a única espelho que deu certo e que sempre obrigou a Brasil Telecom a competir mais na região dela. Então, é, só pros senhores terem uma idéia, é, tenho números aqui bastante recentes, numa cidade como por exemplo, Curitiba, a GVT do números de acesso ela tem 17%, então quer dizer, numa empresa que começou do nada. Não, não tá em nenhum lugar, isso eu tô tirando da minha cabeça aqui. É só pra mostrar que, vou pegar um número de Porto Alegre, em banda larga a Brasil Telecom tem 47% dos acessos de banda larga. A Net, Embratel, Telmex tem 41 e a GVT tem 12. Então realmente a nossa hegemonia ela se dá no acesso local de telefonia de voz nas comunidades pobres onde o serviço foi universalizado, porque onde tá o filé mignon eles concorrem com a gente e concorrem ferozmente. Então obviamente que se eles tivessem nessa universalização pra dar TV a cabo, naqueles 1.300 municípios eles iriam, mas eles não têm. Vamo pra próxima lâmina por gentileza. Esse quebra-cabeça a gente acredita que o que a gente deveria expandir a oferta pra municípios não atendidos por TV por assinatura. É, a gente acha que isso traz muito, muita competição que é o que tá faltando no mercado deste. Eles dizem que as concessionárias não têm, maseles é que não têm no mercado deles. É, isso estimularia novos investimentos, expansão e modernização das plataformas de comunicação e aceleraria a universalização da banda larga dando um, uma inclusão social mais ágil e melhor pra sociedade brasileira. To indo muito rápido? Tá tudo bem? Bom, regulação e fomento da competição. Quê, que nós temos hoje? Hoje as outorgas que eram outorgas verticais, nós temos que acabar com isso com outorga vertical, nós temos que começar a pensar no consumidor, no que é que ele quer. E como é que a gente olha isso do ponto de vista horizontal. Hoje em dia nós não temos mais isso, quer dizer, o conteúdo ele pode vir no computador, ele pode vir no, no telefone móvel, é, ele pode vir na televisão, ele pode vir em várias formas diferentes e hoje com a rede IP você não pode ter esse tipo de fronteira, você não pode regular tecnologia, regular verticalmente, pelo menos é isso que a gente vê, que tá acontecendo no mundo. Então aí o que a gente acredita é que a gente tem que trazer mais competição pra ter novos investimentos e mais benefícios pra sociedade. Vou dá um número pra vocês, um exemplo recente. A Verizon nos Estados Unidos, que é até um exemplo que o Moreira usou agora há pouco ela decidiu fazer *fiber to the home*, fibrar lugares de alta densidade populacional e, e, e resolveu investir 18 bilhões de dólares em, em numa região do, do nordeste americano, então pegando Nova York, Boston, esses, essas cidades com alta concentração, e fez este investimento que certamente tá trazendo grandes vantagens pro consumidor. Tá criando mais competição e lá a competição com TV a cabo é feroz e isso tá fazendo com que os preços despenquem e que o serviço melhore. Você tem hoje, é, é televisão de alta definição, você tem mais de 300 canais sendo oferecidos. Na Alemanha que um processo semelhante foi ensejado, é, obrigaram a Deutsche Telekom a fazer que o acesso local e a chegada no consumidor final fosse uma coisa absolutamente livre. Quê, que aconteceu? A Deutsche Telekom não investiu. Então isso esbarra na questão do *unbundling* até que ponto que a gente tem que especular ao que ponto você permita a passagem neutra e absolutamente livre de alguém que pagou pra construir aquela rede, que você vai também inibir o investimento de alguém que tá pronto pra fazer aquele investimento. Hoje as plataformas diferentes, as tecnologias diferentes, como elas são replicáveis, não faz mais sentido você falar dessas, é, é que você tem o monopólio geográfico, a Verizon tá construindo uma rede de fibra em cima da rede de cobre dela, então ela tem as necessidades com a FCC de universalização que tão em cima da rede de cobre e não tem em cima da rede fibra ótica que é uma nova tecnologia. Então esse era só um exemplo, porque eu acho que investimentos em geral fazem bem pra sociedade porque baixam o preço do produto e aumentam a competição. Vamo falar um pouquinho sobre a nossa visão, é, nossa humilde visão de qual seria a visão do Estado pra fomentar essa competição e garantir um conteúdo e o acesso ao conteúdo pra todo mundo. Durante a história dos últimos 100 anos, o que a gente vem notando é que as pessoas, há uma demanda, um clamor da sociedade por tá conectado em algum tipo de meio de comunicação mais tempo, ou seja, hoje em dia nós já tamos aqui na casa dos 40% e nós vamos ter metade do tempo livre, acho que todos nós aqui, que temos um, um *palm* na mão ou um *blackberry* ou um computador em casa ou uma linha ADSL, todos nós sabemos que nem no nosso horário de lazer nós queremos entrar na Internet, nós queremos saber o que que tá acontecendo, nós queremos nos manter informados e isso tá trazendo e, é e E o Estado tá observando isso e isso tem mudado muito, quer dizer, o telefone pra ele chegar na

mão de 50 pessoas, na mão de 50 milhões de pessoas no mundo demorou 74 anos. O rádio demorou 38 anos, o computador pessoal 16, a televisão demorou 13, o celular demorou 5 e a Internet demorou 4. Quatro anos pra chegar na mão de 50 milhões de usuários. Então essa revolução tecnológica, de fato o arcabouço da lei geral de telecomunicações, ele é espetacular e ele trouxe o Brasil de novo pro um momento muito bom de, de posição muito boa na sociedade mundial de telecomunicações. Mas se a gente não tiver revendo constantemente o que que tá acontecendo, quando o Ministro Sérgio Mota decidiu, é, é, encaminhar a lei geral e ela foi aprovada em julho de 1997, ficou muito explícito naquele momento que serviço de Internet era um serviço de valor adicionado. Imaginem só, não era um serviço de telecomunicações. Tanto que ficou totalmente fora. Hoje, só, somente 10 anos depois nós temos uma situação e que tudo trafega por pacotes de dados na Internet. As redes são redes de protocolo na Internet, redes IP. Então, ele não podia há 10 anos atrás imaginar que isso ia se dá com essa velocidade. Então óbvio que ajustes são necessários e que realmente o mundo tá andando muito rápido, então nós vemos o papel do Estado como obviamente garantir a produção e a diversidade de conteúdos, preservando a cultura nacional, regional e local. Importantíssimo corrigir essas restrições regulatórias, hoje a gente tem lei do cabo, lei geral das telecomunicações, plano geral de outorga, é, que impedem, que a gente possa competir na distribuição desse conteúdo. A universalização de acesso a essa diversidade de conteúdo e incentivo da competição do serviço, é isso que a gente acha que o governo tenta fazer, tenta fazer na medida do possível. E o que que a gente vê como tecnologia e o que que tá acontecendo na tecnologia, por quê que me frustra tanto a da TV a cabo no Brasil? Isso aqui é pra mostrar pros senhores. Nós temos 8 milhões e 300 mil linhas fixas na nossa região, 16,7% dessas linhas têm ADSL. É um número maior que os das outras operadoras, foi uma opção estratégica que hoje tá rendendo frutos. A Brasil Telecom é uma empresa que conseguiu num mercado em decadência, que é o mercado da telefonia fixa, triplicar o valor dela no mercado de ações em dois, dois anos e tem muito a ver com a opção estratégica que ela tomou. No próximo, no próximo quadro eu queria enfatizar de novo que a isso aqui é a curva da TV a cabo. TV a cabo chegou aqui ela parou. Ela só, só tá nos locais em que ela acha que tem atratividade comercial. Por outro lado, a banda larga que nós já temos aqui 4 milhões e meio de bandas largas instaladas no Brasil, nós já chegamos em 10%, mais de 10% dos domicílios brasileiros. Ela já passou à TV por assinatura, à TV a cabo. A grande pergunta é a seguinte: como a maior parte dessa, dessa linha aqui tá em cidades que a TV a cabo não está, porque são cidades que têm uma população menor ou têm uma renda menor ou são mais distantes, a gente pode privar esses consumidores de terem esse serviço? Então é isso que a gente gostaria de poder oferecer pra sociedade brasileira, a capacidade de eles não atenderem. E em termos de tecnologia o que a gente sente e isso é uma situação no mundo inteiro, os contratos de concessão das concessionárias de telefonia fixa comutada são contratos que obrigaram a metas de universalização. E quando o, o quando foi feita a privatização e o ágio foi pago pela concessão todo mundo sabia que eram aquelas as regras do jogo e investiram e então foi criado é, é esse investimento desproporcional onde pelo, pela rentabilidade que nós conseguimos nos mercados ricos, nós investimos nos mercados pobres. Então, têm soluções que certamente definidas na classe A e B que são soluções que o próprio mercado se encarrega de resolver, ou seja, que tem problema de elasticidade de preço e tem o problema de miséria no Brasil então é pra esse pessoal que não tem dinheiro a, é óbvio que pode haver um novo ciclo de decisões de política pública para incluir esse pessoal dentro para que eles possam consumir este tipo de produto agora aqui no meio do caminho o que faz sentido pro mercado e o que faz sentido pro governo fomentar ou subsidiar através de uma política pública um pedaço enorme de uma população que poderia tá tendo acesso a isso e hoje não tá, porque nós já investimos pra universalizar a voz naqueles 1.834 municípios, nós já investimos numa rede também de ADSL também em que nem podemos oferecer banda larga, infelizmente hoje nós não podemos oferecer o serviços de TV por assinatura na nossa rede, essa é a angústia que nós temos porque nós achamos que muitos milhões de brasileiros estão aqui à deriva sem ter sem ter uma política de inclusão social e sem ter renda e sem ter a disponibilidade da, da tecnologia pra poder ter o serviço a não ser que ele mude de cidade, que ele vá para umas das 18 cidades lá na nossa região. O quê, que nós temos então aqueles 141 bilhões fizeram com essa curva espetacular que o Brasil hoje tem orgulho de mostrar nomundo inteiro, quer dizer, nós já temos hoje no Brasil 39 milhões de, de telefones fixos, que obviamente vão cair como tão caindo no mundo inteiro, substituídos pelos celulares que já são 104 milhões e aqui nessa pontinha nós temos a banda larga fixa e hoje na casa dos 5.7 milhões é de banda larga que é o que o Brasil tem entre os ADSL já instalados. Sobre as mudanças institucionais nós vamos dar nós vamos tocar em alguns assuntos rapidamente, mas sem querer ser competitivo, promover a justa competição no mercado convergente, ampliar as redes de distribuição de conteúdo, estimular a inovação e a diversificação é, é das ofertas e criar as condições pra inclusão digital. Algumas mudanças pontuais e algumas alterações de arcabouço. Mudanças pontuais eu listei algumas. A lei do cabo, ela tem dois artigos polêmicos principalmente, o artigo sétimo e o 15 que trata da questão do, do de ser ou não nacional apesar de que eu, é, eu acho que a grande questão aí é o seguinte que o conteúdo tem que ser nacional, ninguém tem dúvida, agora a distribuição tem que ser nacional e olha que nós somos uma empresa brasileira e e o artigo 15, alteração das cláusulas restritivas nos contratos de concessão que é aquele item 14.1 parágrafo primeiro. É aquela consulta pública é de revisão no número máximo de licenças por municípios, isso aí a gente não sabe exatamente como tá andando. O MMDS foi perguntado pelo doutor Moreira, se tinha condições de concorrer. Hoje já tem 270 mil assinantes por MMDS no Brasil, agora com a digitalização, nós podemos duplicar o número de canais possíveis. Então com a digitalização, isso pode voltar a ser uma realidade. E, e mudança do artigo terceiro, do regulamento de serviço multimídia, a Resolução nº 272 de 2001. Termos de alterações do arcabouço, aí eu acho que tem que haver uma alteração da regulamentação da TV por assinatura pra estabelecer essa questão de neutralidade tecnológica que qualquer um pode chegar, pode chegar pelo ar, digital, por cabo, por pode chegar por par metálico. A gente não pode é restringir que uma tecnologia não pode chegar à TV por assinatura, e a regulamentação única pra serviços convergentes como a Europa hoje faz. E finalmente pra não cansar mais os senhores e a senhora, é, nós acreditamos que a convergência tecnológica já é uma realidade e ela vai tá mudando a vida das pessoas. Eu vejo meu filho de 15 anos como ele se relaciona com o computador e eu vejo a minha filha de 12 como se relaciona com o computador e a minha de 10. Tá um melhor que o outro, né. Então realmente, eu ainda sou meio analógico, meio anacrônico, vou sofrer muito pra com esses meus filhos daqui a 10 anos. Mas eles de fato com essa profusão de *handsets* diferentes, de novas tecnologias, eles vão mudar, tendo informação de um jeito muito diferente. Hoje nós temos restrições regulatórias que impedem, impedem a competição e esses canais de distribuição tem que aumentar, incluindo a gente na TV por assinatura pra evitar essa concentração que continua aumentando e aí a gente acha que precisa ter um novo marco regulatório. E eu quero agradecer a paciência e pedir desculpa por ter sido tão repetitivo. Muito obrigado.

Não identificado – Essa interessante palestra do doutor Ricardo, a presidente tem pergunta a fazer?

Farina – Obrigado conselheiro. Obrigado pela palestra, foi bastante clara. Eu tinha uma dúvida que é a seguinte: o senhor falou que é anticompetitivo, a, desculpe, é que comparando com os Estados Unidos, não é que, nos Estados Unidos, na maioria dos países ou em todos os países, as empresas de telefonia podem entrar em TV por assinatura, né, o exemplo, um dos exemplos é os Estados Unidos. Agora os Estados Unidos até por questões históricas de desenvolvimento dessa indústria, ele tem uma ampla rede de TV por assinatura, como senhor mesmo falou, né. É, e muito mais pobre a TV aberta,

quer dizer, lá a TV é por cabo, né, e portanto, mesmo antes de convergência tecnológica etc., essas duas redes acabaram se desenvolvendo...

Ricardo Knoepfmacher (Presidente da Brasil Telecom) – Desenvolvendo. Anh?

Farina – Então você parte de um, de um, como dizer, de um conjunto, de um cenário diferente e a minha pergunta é a respeito da aplicabilidade, é, das mesmas regras lá e aqui, tendo esse início diferente. Então o senhor mencionou que é antieconômico pra TV a cabo entrar na maioria dos municípios. Ela ainda acha que é antieconômico entrar na área dos municípios, porque hoje ela tem vamos dizer, é por causa do aparato regulatório ela teria um, permissão monopolista de entrar com TV a cabo nesses municípios, então ela não entra. É, a gente teve também algumas outras palestras que mostraram que é difícil entrar nesses municípios porque as telefônias fixas já estão e enfim. É, é, pensando em convergência, ela querendo entrar no seu mercado, você querendo entrar no mercado dela. Então eu queria que você me explicasse se as, as, a mesma conformação regulatória que se assiste noutros países onde a TV paga pode entrar, todos podem entrar, mas começa de, essa convergência começa de uma base diferente, se isso seria razoável pensar pro Brasil. É, e aí como outro, uma outra parte da sua palestra, o senhor que aquela visão de monopólio nacional decorrente de uma rede de cabos e etc, ela é superada hoje e um exemplo que se pode-se trazer é da *(termo em inglês)* porque ela mesma coloca uma rede cabos de uma outra tecnologia, fibra ótica, sobre a sua própria rede de cabos é de cobre, é, que eu entendo que seja uma substituição de meio tecnológico. Eu queria saber é na sua avaliação, é se isso faz sentido: duas empresas de mesma tecnologia com duas redes no mesmo lugar. Então eu entendi que a *(ininteligível)* mantém uma rede de cabos e tá botando uma rede de fibra ótica em cima. É, o senhor mencionou que aquela discussão de monopólio natural que decorria de uma empresa ir até a rede, então eu faço uma. Superada porque não existe mais essa superação tecnológica, mas eu queria saber, entender melhor se faz sentido, por exemplo dois, duas redes de cabos óticos, de suas empresas diferentes.

Ricardo Knoepfmacher (Presidente da Brasil Telecom) – Muito bom a pergunta. É muito bom os pontos, presidente. Primeiro eu queria dizer que eu não quis distorcer a realidade ao inferir que no Brasil a gente é exatamente igual aos Estados Unidos, né. A gente sabe que a realidade nesse País é muito diferente, então talvez, a melhor analogia pra mercados em que a TV a cabo ainda não é tão desenvolvida seriam alguns países do leste europeu, são mercados inclusive que a telefonia fixa também não se desenvolveu tanto, porque não tinha sido feito investimento de infra-estrutura lá e a telefonia móvel, quando chegou, já chegou de forma avassaladora. Então, então são países em que talvez os paralelos fossem mais preciso que nos Estados Unidos e que a TV a cabo já foi, sempre foi muito grande e, e a competição sempre se deu uma forma muito acirrada. Agora é, e, de qualquer forma, eu acho que é, mesmo no exemplo dos Estados Unidos, quando a gente fala de competição, e a realidade de como que as empresas surgiram, é, em alguma, a IPTV é uma agente muito novo. A empresa de TV a cabo nos Estados Unidos ela tem mais de 20 anos, então na verdade, é, se o Brasil não desenvolveu a indústria de TV a cabo, existem várias explicações pra isso, é inclusive falta de capacidade dos agentes financeiros, previsões erradas, falta de adesão, elasticidade e preço do produto, tudo isso afetou muito negativamente a indústria, mas hoje a empresa que tem 76% do *market share* é um monopolista internacional que sabe operar num mercado desse fechado, confinado. Então nosso medo e como os preços continuam aumentando e não caindo é que ao dizer que nós iremos fomentar a competição no mercado de telecomunicações ele tá esquecendo de dizer que no dele ele quer continuar sendo o único a explorar o serviço. E no nosso mercado, é, é, eu acho que a Brasil Telecom especialmente a gente tem perdido muito *market share* nos últimos anos. A Embratel teve aqui agora há pouco e ela mostrou que no mercado de longa distância ela perdeu também muito mercado, isso faz parte do jogo. A gente tem que aprender a jogar esse novo jogo. E esse novo jogo pra uma empresa incumbente como a nossa ou uma jurássica incumbente como a nossa, ela tá como a gente pode desenvolver, como a gente pode ganhar dinheiro em novos modelos de negócios que beneficiem a sociedade. Então a única coisa que eu quero deixar claro sobre a competição é que no momento que a gente pode colocar mais competição na TV a cabo, eu acho que o que falta pra TV a cabo se desenvolver, já que hoje eles não tem a limitação financeira e econômica, porque falta competição. Se a gente pudesse tá explorando o serviço de TV por assinatura em outras localidades em que eles não têm, eles teriam que correr como nós corremos pra impedir o avanço deles. E mais: eu acho que eles hoje, eles jogam com uma arma muito desigual, porque realmente oferecer telefonia local como um brinde dentro do seu pacote, não o, o o Netfone é de graça e eu vou te dá banda larga, quer dizer, aí fica muito difícil pra gente competir, porque nós temos um modelo de negócio que foi concebido na privatização que faz assinatura básica existir. *Interrupção de pensamento*. A assinatura básica que é aquele *subscription fee* que no mundo inteiro todo mundo paga, ela tá ali pra manter aquela rede funcionando. Quando eu dei o exemplo de quando falta luz na nossa casa a gente pega o telefone e tá funcionando, tá funcionando aquela assinatura básica que você paga, agora se ele oferece aquilo de graça e eu tenho que cobrar 45 reais, realmente eu não vou conseguir competir. E é por isso que numa cidade como por exemplo, Porto Alegre, a net já tem 41% do mercado, ela tinha zero. 41% em Porto Alegre, 34% em Florianópolis, no nosso mercado de banda larga. E nós somos os grandes que tamos na casa de todo mundo, que investimos, mas eles têm uma oferta que nós não conseguimos ofertar. A sua segunda e ótima é, é, é ressalva sobre as questão da redes, como é que as redes é, é, como é que funcionam e se vale a pena criar uma nova rede de fibra ótica. Talvez eu acho que não. Minha resposta é curta e grossa, é, talvez que não vale a pena uma outra empresa, como a uma Verizon 2. A consolidação é fenômeno mundial, né. Nos Estados Unidos, em 1984 o monopólio privado da AT&T foi quebrado por um juiz. O juiz Greenquebrou, a senhora conhece bem a história e aquelas Baby Bell's todas se transformaram em quatro empresas. Essas quatro empresa como a Brasil Telecom, a Telefônica e a Telemar hoje tem que tirar uma outra falácia que se costuma espalhar que a gente não compete. Nós não temos como competir na região do outro no mercado de massa, eu não tenho como replicar esta rede de PAR metálico na casa do assinante em Piripiri, como diz o Falco, ou em Ribeirão Preto, porque não vale a pena chegar até lá. Por outro lado, a Brasil Telecom comprou uma empresa chamada MetroRed, que é uma empresa de cabo de fibra ótica e que tem rede metropolitanas ligando as principais cidades do centro-sul brasileiro e lá o banho é sanguíneo, nós competimos com todos os clientes corporativos. Então eu diria o seguinte: de fato, a competição pro cliente corporativo ela é muito alta e é possível que pro cliente de massa de alta renda, ela chegue um dia no mercado de telefonia fixa local. Mas, é assim no mundo inteiro. É, e no ponto de vista de se fazer uma nova rede de fibra ótica eu acho difícil, porque eu acho que eles vão conseguir ofertar um pacote que vai ser suficientemente bom que ninguém vai se sentir atraído em fazer uma nova rede em cima.

(Ininteligível)

Não identificado – Eu agradeço aos dois. Doutor Ricardo, eu tenho duas perguntas. Não são exatamente referentes ao tema central da sua apresentação, que foi TV Por assinatura, mas são dois pontos da sua apresentação que, a, gostaria de um desenvolvimento um pouco, uma fundamentação um pouco maior. O primeiro é: por que que a GVT criou o *(termo em inglês)* em relação às demais espelhos, fato de, dela não contar com a universalização não é uma explicação razoável porque as outras também não tinham essa meta, além disso a meta provavelmente já foi precificada pelos, pelas concessões. Se eu

tenho uma concessão que eu sou obrigado a ter uma precificação, uma universalização, vou precificar de um modo diferente de uma que eu não tenho essa obrigação de universalização. Então, é, é, a primeira é em prever qual a sua visão que compete diretamente com a GVT. O que explica ela ter dado certo em relação às outras? A outra pergunta como é muito diferente eu falo na seqüência.

Ricardo Knoepfelmacher (Presidente da Brasil Telecom) – Não, então deixa eu tentar me explicar, não sei se eu, é, abordei, é, no ângulo certo. A GVT, é, o Brasil tinha as espelhos das concessionárias, né. Por quê que a GVT deu certo? Eu acho que a GVT ela resolveu atuar só num nicho. A questão da meta da universalização e disso ser precificado pelo mercado, conselheiro Cueva, já tá no valor da ação, quer dizer, aquilo era uma condição de partida das concessionárias. Elas podem ter tomado decisões estratégicas erradas, ter investido mais ou menos em banda larga, ou mais ou menos em celular, ou mais ou menos em algum tipo de cliente corporativo, mas aquilo já tá precificado. No caso da GVT, o, o que ela, o que ela vendeu já, a tese de venda dela dela é o seguinte: eu não tenho que manter infra-estrutura em cidades que não me dão alta rentabilidade. Eu vou focar só nos clientes de alta renda e nos clientes corporativos e eu sou muito bom, criativo, flexível e rápido pra criar novos produtos. Eu acho que eles conseguiram ter um êxito significativo e nós tamos preparados pra perder mercado. Eu acho que tão muito mais competentes que a Vesper, muito mais competentes que a outras espelhos que foram absorvidas por outras empresas, mas eu acho que não é só ter ou não meta de universalização que explica o sucesso dela. Acho que eles escolheram uma estratégia de mercado e essa estratégia só foi possível porque eles não tinham que atender um mercado que nós temos que atender. Se eu pudesse focar hoje só no mercado de alta renda e isso fosse dá mais dinheiro pro acionista, era possível que assim nós fizéssemos, mas nós não, essa é uma condição de partida, que uma concessionária tem que prestar o serviço público. Então nós precisamos ter aquela cidadezinha em Rondônia que tem 100 habitantes e que tem nosso painel solar, o fazendeiro da região rouba o painel solar, que está escrito Brasil Telecom, põe na fazenda dele pra aquecer água. E nós temos que colocar outro painel solar porque temos que continuar existindo porque se a Anatel for lá e o orelhão não tiver funcionando ele vai multar a gente. Nós temos que ter um celular, um telefone público a uma distância de um outro telefone público, dependendo do tamanho da cidade, então nós temos algumas metas, que são muito rigorosas e que têm um custo de operação muito elevado. Eles não. Eles são uma empresa *light*. Então é o modelo de uma empresa de aviação *light* de baixo custo e com uma empresa que nasceu uma empresa de alto custo. Nós, não foi uma opção, nós já nascemos torto assim, foi por fórceps, mesmo. Então foi isso.

Não identificado – Na ocasião da concessão...

Ricardo Knoepfelmacher (Presidente da Brasil Telecom) – A gente não tava lá, né...

Não identificado – Claro, mas foi feita. Então é, precificando essa necessidade, né...

Ricardo Knoepfelmacher (Presidente da Brasil Telecom) – Sem dúvida...

Não identificado – E (*interrupção de pensamento*) a outra pergunta, é, é, foi repetidas muitas vezes, é um item essencial do seu argumento, que o modelo híbrido de (*termo em inglês*) não é competitivo em relação ao modelo puro. E algumas vezes foi citado o problema de escala, mas eu gostaria de uma fundamentação um pouco mais precisa. Por quê necessariamente não e eu diria que o problema de escala, digamos que se a SKY entrasse em voz e a BT entrasse em...

Ricardo Knoepfelmacher (Presidente da Brasil Telecom) – TV por assinatura....

Não identificado – TV por assinatura, mais satélite....

Ricardo Knoepfelmacher (Presidente da Brasil Telecom) – Anh...

Não identificado – É do ponto de vista de escala, é, é, a, haveria uma piora, uma redução da escala...

Ricardo Knoepfelmacher (Presidente da Brasil Telecom) – Anh...

Não identificado – As empresas dividiriam a escala. É, e há alguma coisa é, relativa ao domínio da infra-estrutura, quer dizer, é necessário ser a mesma plataforma tecnológica, tudo por satélite ou tudo cabo de cobre, ou tudo por cabo? E por quê isso exatamente? Porque metragem certamente não é uma boa explicação, não é possível, não sei se vocês fazem isso na parceria, mas fazer uma bilhetagem única e a parceria fica atrás da bilhetagem, inclusive dando o, o que seria equivalente a, entre aspas, a telefonia fixa de graça, né. Não é exatamente de graça, é um pacote que neste pacote são inseparáveis os preços, né. O preço do pacote é tal como que soaria como de graça pra telefonia fixa.

Ricardo Knoepfelmacher (Presidente da Brasil Telecom) – Ótimo ponto. É, é, de fato ele é um item essencial porque todo foco nosso é de que a gente tem que usar infra-estrutura que foi, que nós investimos e que tá disponível na casa das pessoas pra prestar o serviço. A grande questão, eu acho, é de usar a mesma rede. O puro ou híbrido pra mim tem a ver com “posso usar a minha rede ou não posso?”. De fato quando a gente fala de TV por assinatura satelital, é, é, o senhor tem toda a razão no seu ponto. E existem todos os entraves pra uma parceria mais profundas que seria isso. Adoraria poder fazer. Uma empresa que é do mesmo grupo econômico, pode escolher quem é que tá ganhando dinheiro. Vai ganhar mais a Net, vai ganhar a mais a Embratel. Da Claro, por exemplo, decidir usar o código da operadora que era 21, o código da Embratel porque era do mesmo grupo econômico, ela tá escolhendo. Ela tá direcionando os clientes dela, ao invés dela fazer os clientes usarem o dela, ela tá dizendo “usem o da Embratel”. Assim como a Telefônica faz com a Vivo, não é. Então, por exemplo, eu não consigo ter um *billing* único. Pra se ter uma idéia a gente tem, conselheiro, pro senhor ver, a gente tem que usar dois *call centers* diferentes, por duas razões sociais diferentes. A gente, o acordo operacional ele existe, a gente oferece um desconto nos pacotes, mas eu não consigo criar todas essas sinergias operacionais de ter um só *billing*, até gostaria, mas nos Estados Unidos 28% das vendas de TV por assinatura já são feitas pelas empresas de telecomunicações. Porque é outro País continental e tem outros lugares que o satélite é a melhor forma de chega, apesar de que ele tá todo cabeado. Os Estados Unidos é todo cabeado, mas em, em estados, sei lá, em Minnesota, em (*termo em inglês*) em tudo que, em lugares mais ermos, é óbvio que o satélite funciona bem mais e todo mundo tem TV por assinatura, então eu, eu, eu, é, a resposta é que é a rede. Pra nós o que interessa é poder prestar o serviço com a mesma rede. Se a gente fosse entrar no negócio de TV por assinatura, e o senhor tem toda a razão, é uma possibilidade, apesar da SKY e a DirecTV hoje, dentro do serviço e da modalidade tecnológica da TV por assinatura, ela tem mais de 95% então também não tem um *player* pra eu, é, comprar se eu quisesse, então, ou desenvolver ou começar do zero, porque esse é um mercado que já foi tomado por ela e tem uma barreira de preço, mas o senhor tem toda a razão. O que interessa pra gente é fazer o *pure triple play*, que é na mesma rede, a gente prefere usar a mesma infra-estrutura pra oferecer isso. Nós já temos ADSL 2 em mais da metade da nossa rede, ou seja, hoje nós já conseguimos velocidades em mais de 10 megas em mais de metade da nossa rede. Só não podemos fazer IPTV com facilidade em, em quase toda a nossa rede, em termos de velocidade.

Não identificado – Eu tenho uma pergunta na mesma linha do conselheiro Forquim. Me pareceu bem interessante separar *triple play* puro de, de *triple play* híbrido. A sua resposta foi esclarecedora, o que importa é a rede. Mas quais são as barreiras efetivas a que, promessas de se oferecer EPTV a uma vasta gama de municípios de baixa renda que se concretizar...

Ricardo Knoepfelmacher (Presidente da Brasil Telecom) – A lei do cabo...

Por um lado se...

Ricardo Knoepfelmacher (Presidente da Brasil Telecom) – Nada vai mudar a lei do cabo....

Não identificado – Supondo que se modificaria, o que mudaria? Quer dizer, não seria necessário um altíssimo investimento pra que a tecnologia dig...

Ricardo Knoepfelmacher (Presidente da Brasil Telecom) – Não.

Não identificado – A ADSL hoje existente fosse usada pra transmitir TV.

Ricardo Knoepfelmacher (Presidente da Brasil Telecom) – Não conselheiro Cueva. Acho que exatamente essa é que é a questão. O investimento ele é marginal e ele já foi feito no seu grande montante. Quando eu chego numa cidade com ADSL, e isso, qualquer uma, aquela central que tá ali perto da sua casa, se o senhor pedir eu vou lhe entregar. Óbvio que pode ser que o senhor tá num pedaço da cidade que a central que lhe atende ainda não foi feito investimento de se ter ADSL. É natural, vamos ter que instalar uma ADSL, mas o investimento é marginal, é pequeno. A grande, o grande problema é como que eu tenho acesso a esse conteúdo e distribuo. Nós temos em Brasília, é, um piloto de 300 clientes com IPTV. É um negócio absolutamente fantástico, a qualidade, a velocidade com que você troca de canal, como que você escolhe o seu filme. E nós tá tentando ver do cliente o que que ele quer. Ele quer desenho animado, ele quer romance, quanto que ele quer pagar, ele quer comprar três filmes de uma vez, mas o vídeo sob demanda que eu posso fazer, não tá impedido porque não é *broadcasting*. Ele é um modelo que não se sustenta nem aqui, nem em lugar nenhum do mundo. Nós até vamos ter ele, lançamento nacional em setembro, mas é um teste, um teste pra gente sentir o que que o consumidor quer quando vai alugar, alugar ou comprar esses filmes, né. É, então, a grande, a grande resposta é a seguinte: nós temos que mudar o arcabouço, é, é, legal, pra que a gente possa prestar o serviço dentro da nossa infra-estrutura, sem criar problemas pros outros. É isso.

Não identificado – então nós voltamos à segunda barreira, que é o conteúdo, quer dizer, se, se é, o acesso ao conteúdo não andar é como tá o grande lucro...

Ricardo Knoepfelmacher (Presidente da Brasil Telecom) – É verdade...

Não identificado – Como é que...

Ricardo Knoepfelmacher (Presidente da Brasil Telecom) – Eu acho que esse é um problema muito maior que, muito maior que a lei do cabo que anda muito bem relacionados, mas eu acho que tem esse problema, é, é, mas a SKY e a DirecTV por exemplo tem um problema que, tem um contrato, que inclusive em algumas cidades eles têm as TV abertas e, e outras regiões não tem. E, e eu acho que a gente pode ir na mesma linha. A Telefônica, por exemplo, tem um satélite iluminado por um pedaço da América Latina e vai começar a prover o serviço de DTH dentro das próximas semanas se não, mês que vem. Então eu acho que dá pra gente prover, mas este, conselheiro, é um modelo muito ineficiente. O que eles vão fazer? Na verdade, tão usando uma sobra de um satélite que tá iluminado pra poder prestar um serviço aqui no Brasil. Não vão ter os mesmos canais que, o filé mignon que todo mundo quer assistir, os canais abertos das grandes redes e eles vão usar uma outra infra-estrutura que não a deles. Vão ter problemas de *call center*, vão ter todos aqueles problemas clássicos de atendimento, mas acho que se eles pudessem fazer pela rede deles, se nós pudéssemos fazer na nossa rede, a gente ia criar mais competição, o preço ia baixar imediatamente. Acho que esse é o grande medo, é do preço baixar, entendeu?

Não identificado – Outro ponto abordado foi a questão do (*termo em inglês*), né, quer dizer, na primeira palestra a gente viu que o (*termo em inglês*) foi alçado ao, a categoria de panaceia universal. É acho que o senhor é ao contrário, né...

Ricardo Knoepfelmacher (Presidente da Brasil Telecom) – Resolve, né...

Não identificado – Razões óbvias....

Ricardo Knoepfelmacher (Presidente da Brasil Telecom) – Razões óbvias...

Não identificado – Mas será que não existe uma razão, será que a competição não seria incrementada de maneira positiva, até mesmo para as incumbentes de telefonia fixa com algum tipo de (*ininteligível*)? Eu diria que os investimentos já foram feitos, foram amortizados, mas é razoável para o ponto de vista do consumidor para que ele tenha acesso a serviços diferenciados.

Ricardo Knoepfelmacher (Presidente da Brasil Telecom) – É. Eu acho que a razão básica ou óbvia porque que os discursos são diferentes é porque eu acho que não resolve. Então, eu acho que primeiro começando por isso e não resolve por uma questão muito simples. É, se você pegar os municípios que tem densidade populacional e renda pra consumir produtos como pacotes de 100 reais ou de 150 reais de TV por assinatura e de banda larga, é, o cabo tá entrando na mesma casa que a, a rede de telecomunicações. Então quando a Embratel diz: “olha eu não posso prover o serviço na tua casa porque você não me deixa entrar lá ou o *unbundling* é muito caro. Eu quero que ele mostre um exemplo em que ele consiga fazer isso, que quero que ele mostre, ele vai mostrar um exemplo no mundo onde isso funciona de uma forma diferente e que também tenha que tomar cuidado pra você, que é a Inglaterra. É o único País da Europa, em que uma grande incumbente tem menos de 50% do mercado, de fato, quarenta e, quase 46% do mercado e é um mercado em que eles, mas eles acharam uma solução muito interessante para a British Telecom, como eles pregaram uma empresa de infra-estrutura chamada Open Reach com outro *management*, com uma separação total da British Telecom e deram uma renda fixa determinada de rentabilidade sobre o capital investido. Então, isso é o seguinte: olha, pra usar a rede tem aqui a tabelinha, esse é o preço e nós vamos garantir pra vocês uma remuneração mínima de X. E eu acho que o Brasil ainda não tá pronto, pronto pra, pra avançar tanto quanto eles fizeram lá, apesar de algumas pessoas defenderem isso. Nos outros países, eu acho que é, o *unbundling* acabou sendo engolido. É um trem que já partiu, né. É um trem que já partiu e que eu acho que na verdade beneficiou circunstancialmente o cliente quando alguém entrou rasgando dinheiro. Porque a grande questão não é o acesso da última milha ou a chegada na casa do cliente. É tudo que está por trás, aquilo ali é importante, pode ser importante, mas o que tá por trás é mais. É, eu acho que a MMDS pra banda larga pode melhorar, eu acho que o WI-FI pode, o WIMAX,

por exemplo, eu acho que pode melhorar muito a penetração de muito desses serviços. Mas eu acho que a gente falar que o que tinha *unbundling*, como é que você controlaria. Eu não sei. Nós hoje quando a Telefônica ganha de um cliente na, aqui em Brasília, vamo imaginar que eles ganham um ministério aqui, ou a Telemar que acontece muito. Quê, que eles fazem? Eles pedem o acesso pra gente e a gente tem que fornecer. Com prazo, com qualidade, com SLA de qualidade, com tudo direitinho. E eles conseguem prover o serviço. Agora pro mercado residencial eu acho que é mais complicado mesmo. E é complicado aqui e no mundo.

Não identificado – O palestrante se opõe a que a gente consulte a Embratel sobre algumas?

Ricardo Knoepfelmacher (Presidente da Brasil Telecom) – Não, com muito prazer. Por favor.

Não identificado – Alguma dúvida, de telefone móvel, se for o caso.

Não identificado – Bom, então eu agradeço muito a, a palestra e as repostas do doutor Ricardo. Foi um aprazer tê-lo aqui.

Ricardo Knoepfelmacher (Presidente da Brasil Telecom) – O prazer foi meu.

Não identificado – Um debate muito interessante.

Ricardo Knoepfelmacher (Presidente da Brasil Telecom) – Muito obrigado. Obrigado, sim.