

---

# **Desafios para uma regulação convergente**

**Congresso ABTA 2010**

**Manoel Rangel**

**Diretor-Presidente**

**ANCINE – Agência Nacional de Cinema**



# Mercado audiovisual global

## Receitas do mercado audiovisual mundial em US\$ bilhões – 2009 a 2013 (previsão)

	2009	2010	2011	2012	2013
TV aberta e paga	387	393	410	428	447
Salas de exibição e Vídeo Doméstico	87	87	87	86	86
Vídeo Online	6	8	11	14	17
<b>TOTAL</b>	<b>480</b>	<b>488</b>	<b>508</b>	<b>528</b>	<b>550</b>

- Crescimento de 15% no período e de cerca de 4% ao ano entre 2010 e 2013
- No período, o Vídeo Online passa de 1% a 3% do faturamento global do mercado.

Dados: StrategyAnalytics, 2010.

# Mercado Audiovisual Brasileiro - receita bruta por segmento dados 2008

Em R\$ milhões

	2008	%
Cinema (salas)	727	3,41%
Vídeo Doméstico*	1.857	8,70%
TV por assinatura**	6.150	28,82%
TV aberta***	12.605	59,07%
<b>TOTAL</b>	<b>21.339</b>	<b>100%</b>

\*dados estimados;

\*\*exceto banda larga;

\*\*\*apenas TVs comerciais

- Mercado audiovisual brasileiro representa, em faturamento, cerca de 2% do mercado audiovisual mundial
- Faturamento da maior empresa do setor audiovisual (Time Warner) é quase quatro vezes maior do que todo o faturamento do mercado audiovisual brasileiro

# Um entendimento sobre a convergência:

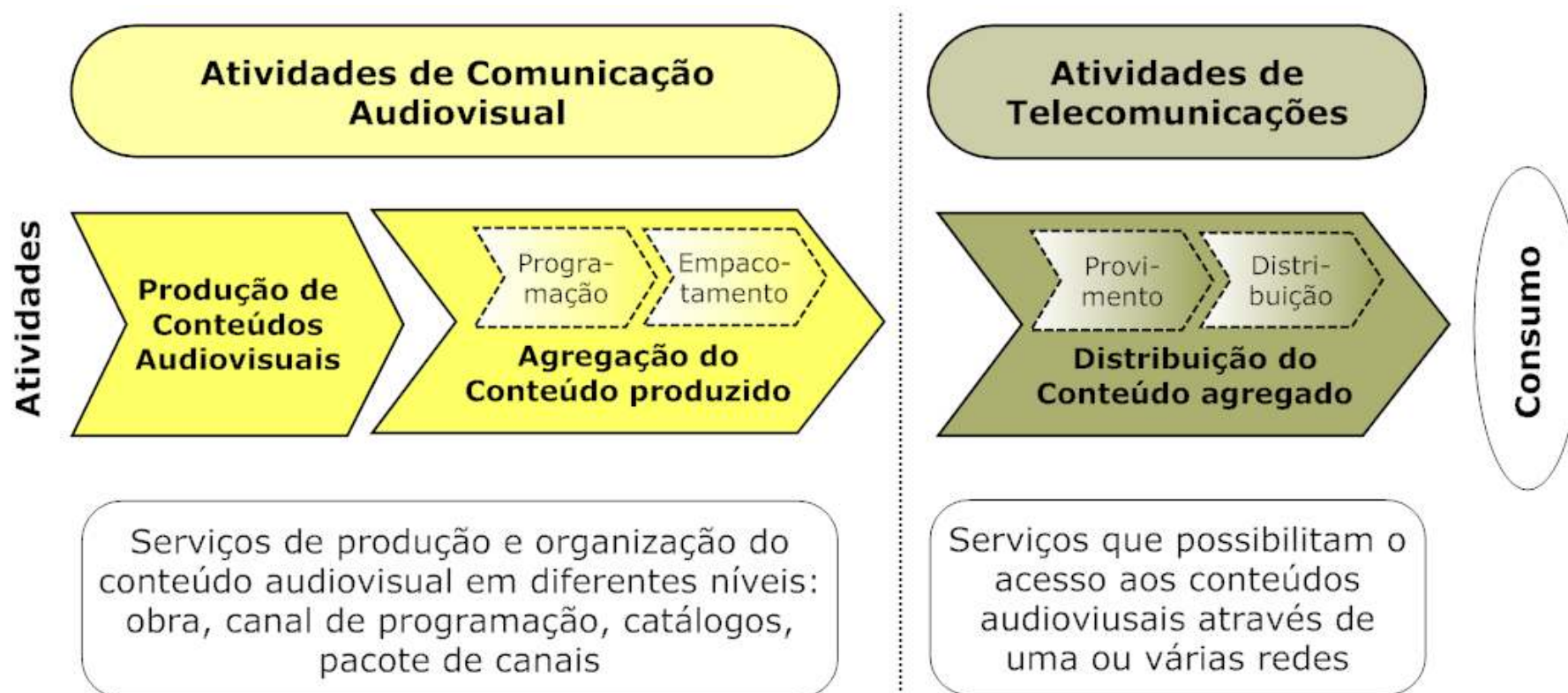
- **O processo:** processo de agregação e combinação dos setores de telecomunicações (serviços de rede), meios de comunicação (produção e difusão de conteúdos) e tecnologias da informação (serviços diversos de internet).
- **O objetivo para a sociedade brasileira:** aumentar a produção e a circulação de conteúdo nacional, diverso e plural, gerando emprego, renda, divisas e o fortalecimento da cultura nacional.
- **A finalidade:** dotar o usuário/consumidor/cidadão da capacidade de acessar qualquer conteúdo, especialmente brasileiros, através de qualquer rede ou plataforma, com qualidade e preços baixos.

# Na convergência, conteúdo audiovisual torna-se o “nó central”

- Nó central porque o conteúdo audiovisual “enlaça” as atividades de telecomunicações com as atividades de comunicação social.
- Todas as redes passam a ser capazes de prover variados serviços
  - Serviços audiovisuais são os de maior valor agregado
- Cadeia de valor passa a se organizar levando em consideração um conjunto de atividades agrupadas em duas camadas:
  - Camada de Comunicação Audiovisual
  - Camada de Telecomunicações

# Camadas de atividades nos Serviços Audiovisuais

- No cenário convergente as atividades necessárias ao provimento de serviços audiovisuais podem ser resumidas em apenas três: produção, agregação do conteúdo e distribuição.



# Conteúdo audiovisual enquanto “nó central” da convergência

- Nó central porque há enorme potencial para parcerias, e também para conflitos entre as empresas que se ocupam das atividades de produção, agregação e distribuição de conteúdos
- Determinadas parcerias entre empresas que desempenham diferentes atividades ao longo da cadeia de valor podem gerar efeitos concorrenciais negativos e “falhas de mercado”:
  - Podem deixar o consumidor final sem acesso a determinados conteúdos, prejudicando a diversidade cultural e o direito de escolha do cidadão;
  - Preços ao consumidor podem permanecer por longo tempo em níveis mais elevados do que ocorreria em ambiente de concorrência.

# Fluxo bloqueados = conflitos latentes



- Agentes econômicos próximos do consumo podem não ter acesso a conteúdos relevantes para a competição e, sem perspectiva de carregar tais conteúdos, não investem nas redes
- Agentes econômicos do início da cadeia podem não conseguir ter acesso às redes e, sem perspectiva de remuneração adequada, não há investimento privado no âmbito das atividades da camada audiovisual
- Em quaisquer desses casos, o consumidor sai prejudicado, seja pelo preço pago, seja pela ausência de maior diversidade



# Comparação de preços de TV por assinatura em países selecionados

- Para comparar:
  - Optou-se pelo 2º pacote mais barato, que possui um número razoável de canais variados
  - 2 operadoras foram escolhidas em cada país (no Chile 3), geralmente na capital, à exceção do Brasil em que foram selecionadas 5 operadoras na cidade do Rio de Janeiro
  - Foram eliminados todos os canais *must carry*, canais locais e abertos nos países selecionados
  - Preços sem qualquer desconto por período determinado
  - Comparou-se a moeda de cada país à moeda brasileira com a cotação de 05/07/2010, de acordo com o Banco Central do Brasil

## Preços do serviço de TV por assinatura – operadoras e países selecionados (julho 2010)

Preço por canal (preço do pacote dividido pelo número de canais) em equivalente à moeda brasileira em 05/07/2010

País	Operadora	2º pacote mai barato das operadoras	Canais (líquido)*	Preço em R\$	Preço por canal (líquido, em R\$)
Portugal	ZON	Total (satélite)	47	38,15	0,81
	Portugal Telecom	MEO Total (satélite)	54	44,52	0,82
Espanha	Digital +	Selecion	54	44,54	0,82
	Telecable	Principal + Cine	31	55,65	1,80
Chile	Directv Chile	Plata digital	45	55,98	1,24
	Telmex Chile	Entretenido + Movie City	43	62,21	1,45
	VTR	Televisión Digital Full	79	85,64	1,08

\* Canais (líquido): número de canais do pacote excluídos canais *must carry*, locais, religiosos, de programação repetida

## Preços do serviço de TV por assinatura – países e operadoras selecionados (julho 2010)

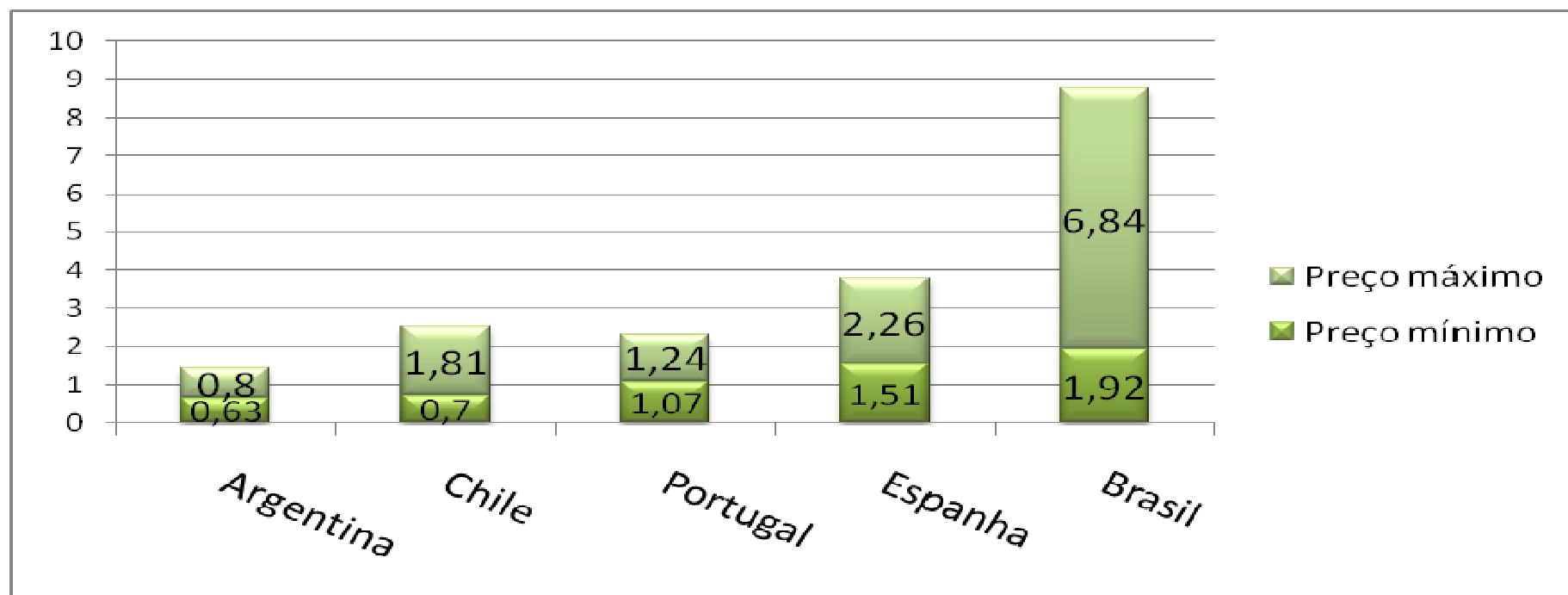
Preço por canal (preço do pacote dividido pelo número de canais) em equivalente à moeda brasileira em 05/07/2010

País	Operadora	2º pacote mais barato das operadoras	Canais (líquido)*	Preço em R\$	Preço por canal (líquido, em R\$)
Argentina	Cablevision	Digital + HBO Pack	42	21,25	0,51
	Directv Argentina	DirecTV Plus	86	76,85	0,89
Brasil (Rio de Janeiro)	Operadora 1	2º pacote + barato	26	74,90	2,88
	Operadora 2	2º pacote + barato	38	74,90	1,97
	Operadora 3	2º pacote + barato	30	74,90	2,50
	Operadora entrante 1	2º pacote + barato	29	79,90	2,76
	Operadora entrante 2	2º pacote + barato	47	64,80	1,38

\* Canais (líquido): número de canais do pacote excluídos canais *must carry*, locais, religiosos, de programação repetida

# 2007 - preços do serviço de televisão por assinatura em países selecionados

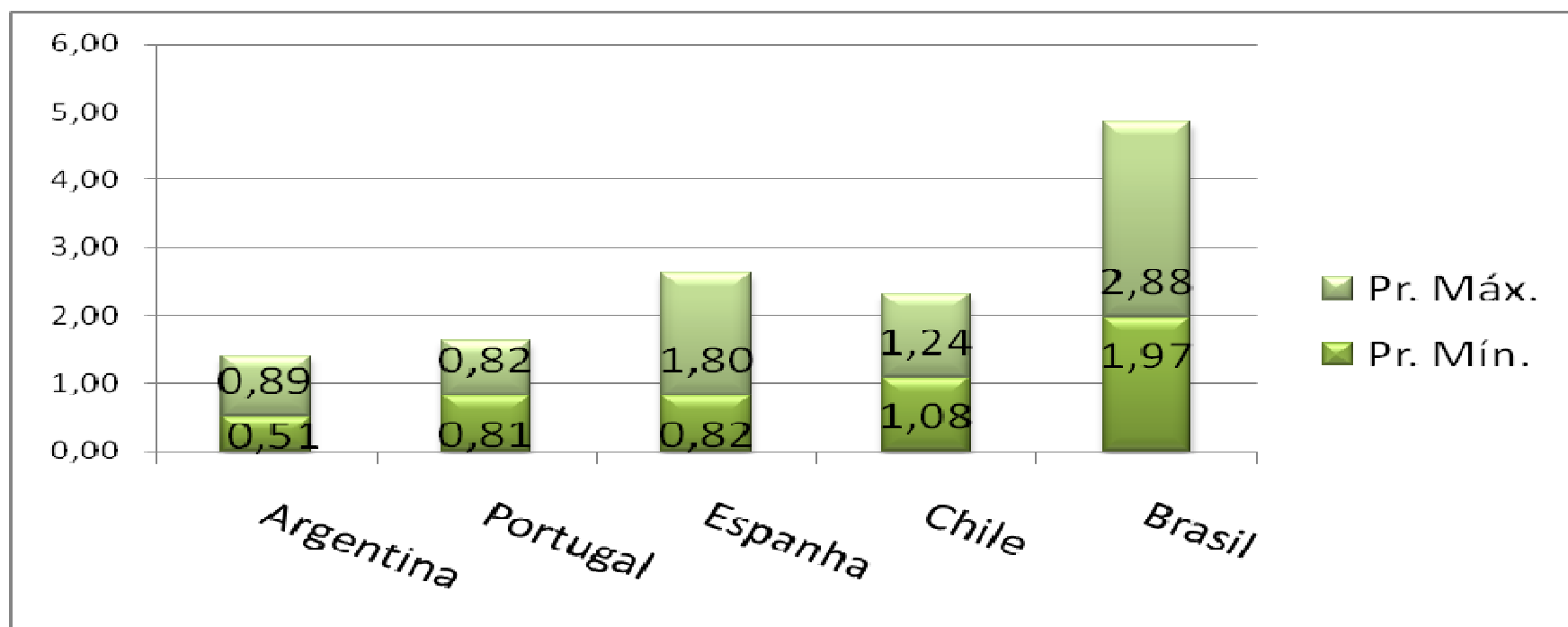
- Preço por canal, 2º pacote mais barato de duas ou mais operadoras em cada país



- Preços por canal variava (2007), na Espanha e Portugal entre R\$ 1,07 a R\$ 2,26; no Chile e Argentina entre R\$ 0,63 a R\$ 1,81; no Brasil entre R\$ 1,92 a R\$ 6,94

## 2010 - preços do serviço de televisão por assinatura em países selecionados

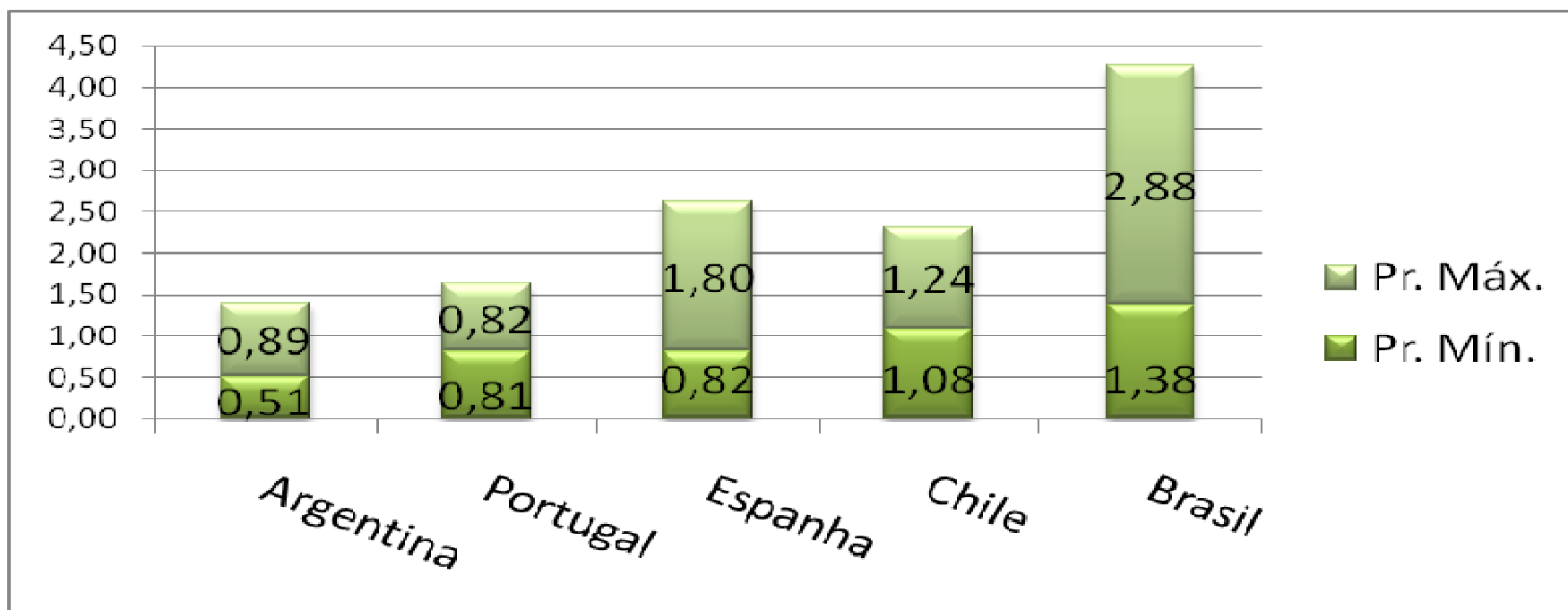
- Preço por canal, 2º pacote mais barato de duas ou mais operadoras em cada país – mesmas operadoras brasileiras de 2007



- Preços por canal varia, nos pacotes da tabela acima: na Espanha e Portugal entre R\$ 0,81 e R\$ 1,80 (entre 31 e 54 canais por pacote); na Argentina e no Chile entre R\$ 0,51 e R\$ 1,24 (entre 42 e 86 canais por pacote); no Brasil entre R\$ 1,97 e R\$ 2,88 (entre 26 e 47 canais por pacote)

# 2010 - preços do serviço de televisão por assinatura em países selecionados

- Preço por canal, 2º pacote mais barato de duas ou mais operadoras em cada país – considerando 2 “entrantes” no mercado brasileiro



- Preços por canal varia, nos pacotes da tabela acima: na Espanha e Portugal entre R\$ 0,81 e R\$ 1,80 (entre 31 e 54 canais por pacote); na Argentina e no Chile entre R\$ 0,51 e R\$ 1,24 (entre 42 e 86 canais por pacote); no Brasil entre R\$ 1,38 e R\$ 2,88 (entre 26 e 47 canais por pacote)

# Preços de TV por assinatura no Brasil

- Preço do pacote mais barato dentre os pacotes selecionados para consumidores do Rio de Janeiro:
  - **30%** mais caro do que o pacote mais barato dentre os selecionados no Chile
  - **70%** mais caro do que o pacote mais barato dentre os selecionados na Espanha e em Portugal
  - **171%** mais caro do que o pacote mais barato dentre os selecionados no Argentina
- Os brasileiros têm uma oferta menor de canais, e pagam mais por serviço similar, em relação a ibéricos, chilenos e argentinos.
- Mesmo com 2 novas operadoras no mercado, preços ao consumidor brasileiro (carioca) são bem maiores do que os cobrados nos países selecionados
- O problema no preço das assinaturas no Brasil está relacionado a questões concorrenciais nas duas camadas do serviço de televisão por assinatura, e não apenas na camada de telecomunicações

# Na regulação do cenário convergente é preciso considerar

- Que trata-se de uma “indústria de redes”
  - Redes precisam estar abertas ao maior número possível de agentes econômicos
  - Empresas das atividades de distribuição precisam estar desimpedidas para adquirir quaisquer conteúdos que desejem adquirir
- Que serviços audiovisuais são relevantes para a cultura e a democracia do país
  - O princípio da diversidade cultural deve ser considerado na regulação
  - Quanto maior o número de empresas atuando no mercado, maior a competição, maior a diversidade



# Na regulação do cenário convergente é preciso considerar

- Que a defesa (e a promoção) da concorrência nas diversas atividades é fundamental para que:
  - o consumidor/cidadão possa ter acesso aos benefícios da convergência;
  - venha a ser cumprido o preceito constitucional que determina a garantia, a todo cidadão brasileiro, do pleno exercício dos direitos culturais e o acesso às fontes da cultura nacional.
- Que a regulação técnica no âmbito das redes precisa ser acompanhada da regulação econômica no âmbito dos serviços (regulação por serviços) prestados através dessas redes

## Em resumo, regulamentação (e regulação) para:

- Reduzir preços aos consumidores
- Estimular o investimento privado e, conseqüentemente, a competição, em todas as atividades da cadeia dos serviços audiovisuais
- Possibilitar maior diversidade cultural e a presença do conteúdo brasileiro (incluindo canais que veiculem esse conteúdo) nos serviços audiovisuais
  - Especialmente conteúdos de estoque (filmes, docs, séries, novelas, animação)
  - Inclusive produções regionais e independentes

# Presença do conteúdo brasileiro nos serviços audiovisuais

- Depende do fomento público, em boa medida
- Depende do investimento privado, em grande medida
- Investimento privado não ocorre se não há demanda potencial (por parte dos provedores dos serviços audiovisuais) pelo conteúdo brasileiro
- Como garantir alguma demanda potencial pelo conteúdo brasileiro (e interesse dos investidores privados, portanto) se o conteúdo estrangeiro de estoque é quase sempre mais barato, por ter sido amortizado nos mercados internacionais?

## Conteúdo brasileiro específico (longa-metragem) na TV por assinatura

Canais Monitorados pela ANCINE – Nº de Títulos de Longas-metragens  
brasileiros e estrangeiros exibidos no ano de 2009

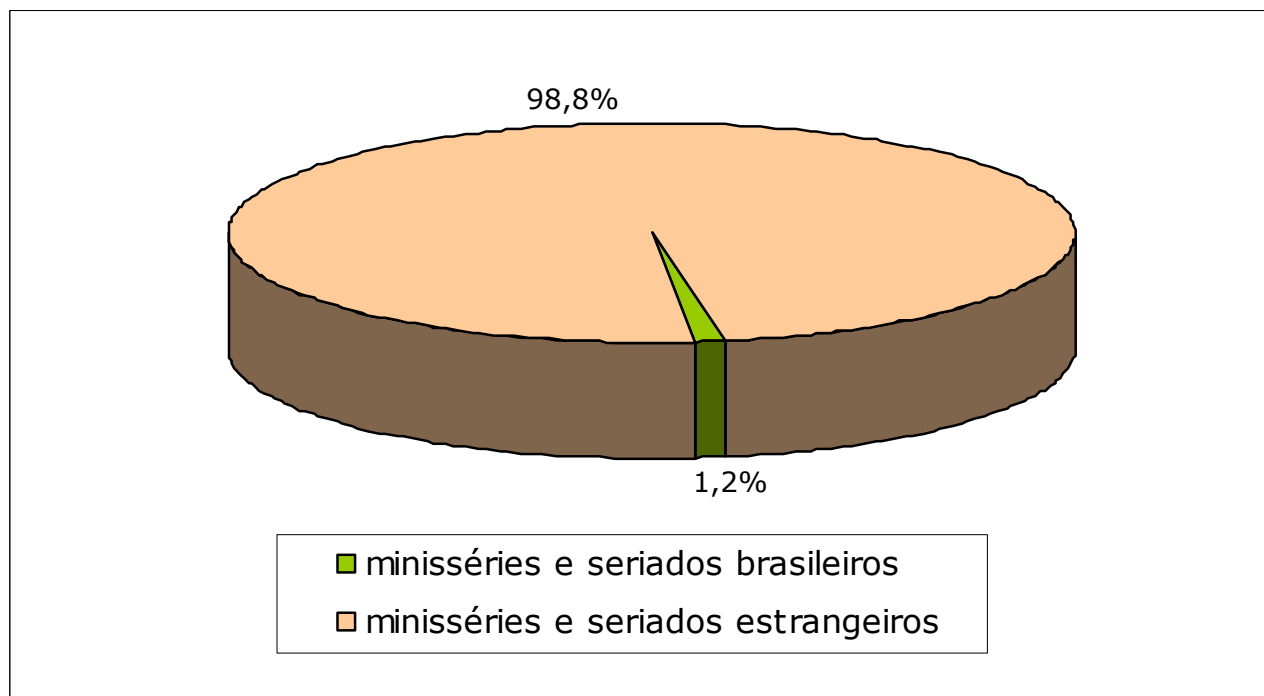
Canais	Brasileiros	%	Estrangeiros	%	Total	%
<b>Canal Brasil</b>	750	92,9%	57	7,1%	807	100,0%
<b>Cinemax</b>	28	3,3%	809	96,7%	837	100,0%
<b>HBO</b>	3	0,5%	642	99,5%	645	100,0%
<b>HBO Family</b>	9	6,1%	139	93,9%	148	100,0%
<b>HBO Plus</b>	5	0,8%	586	99,2%	591	100,0%
<b>Maxprime</b>	3	0,4%	666	99,6%	669	100,0%
<b>Telecine Premium</b>	18	3,3%	529	96,7%	547	100,0%
<b>Telecine Action</b>	2	0,2%	856	99,8%	858	100,0%
<b>Telecine Light</b>	6	0,8%	778	99,2%	784	100,0%
<b>Telecine Pipoca</b>	21	2,2%	937	97,8%	958	100,0%
<b>Telecine Cult</b>	0	0,0%	852	100,0%	852	100,0%
<b>TNT</b>	4	0,5%	771	99,5%	775	100,0%
<b>Total *</b>	<b>811</b>	<b>14,6%</b>	<b>4727</b>	<b>85,4%</b>	<b>5538</b>	<b>100,0%</b>

\* O nº total de títulos exibidos no conjunto dos canais monitorados não corresponde à soma do total de cada canal, pois alguns títulos são exibidos em mais de um canal.

# Conteúdo brasileiro específico (longa-metragem) na TV por assinatura

- Sem contar re-exibições, do total de 5.538 títulos de longas-metragens exibidos nos 12 canais monitorados no ano de 2009, 811 (14,6%) foram brasileiros.
- Caso se exclua o Canal Brasil da análise, foram exibidos apenas 64 longas brasileiros (1,4% de um total de 4.734 títulos).
- A presença do Canal Brasil em pacotes de várias operadoras é garantida pela Lei do Cabo
- Ainda assim, Canal Brasil tem base relativamente pequena de assinantes

## Minisséries e seriados, por origem, em 11 canais monitorados em 2009 – horas de exibição



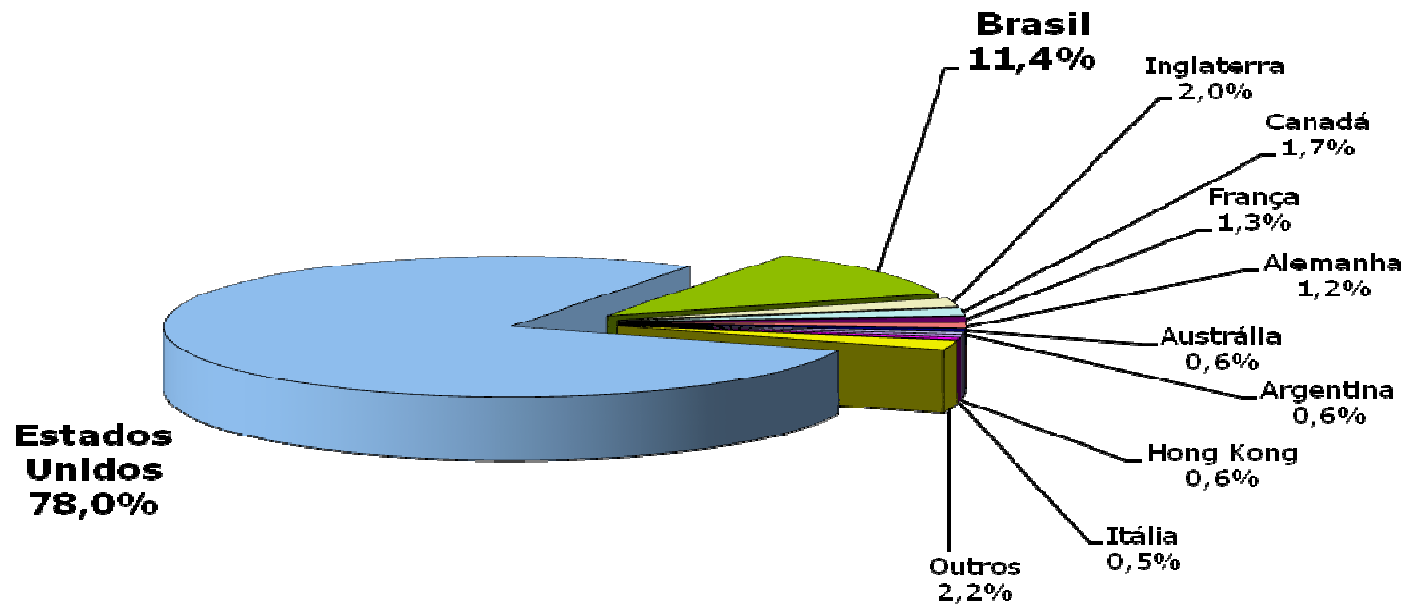
- **Nota:** Em 2009 foram exibidas 2.754,2 horas de conteúdo nos formatos minisséries e seriados, sendo que 34,5 horas (1,2%) foram correspondentes a duas minisséries brasileiras.
- **Fonte:** SAM/ANCINE

# A pouca presença do conteúdo brasileiro na TV por assinatura tem sido garantida pela legislação

- Regulamentação da Lei do Cabo, que permitiu a existência do Canal Brasil
- Art. 39 da MP 2228-1, de 2001, que permite a isenção tributária de 11% do valor das remessas ao exterior das programadoras (Condecine) em troca do investimento de 3% em obras brasileiras de produção independente
  - R\$ 61,4 milhões captados entre 2006 e o 1º semestre de 2010
  - Neste período, 82 obras, a maioria seriadas, receberam recursos deste mecanismo, com valores que variaram entre R\$ 14 mil e R\$ 8,3 milhões (Filhos do Carnaval, de produção da O2 para a HBO)

# Conteúdo brasileiro específico (longas-metragens) na TV aberta

Longas metragens brasileiros e estrangeiros exibidos no ano de 2009 nas redes de TV aberta, por número de títulos



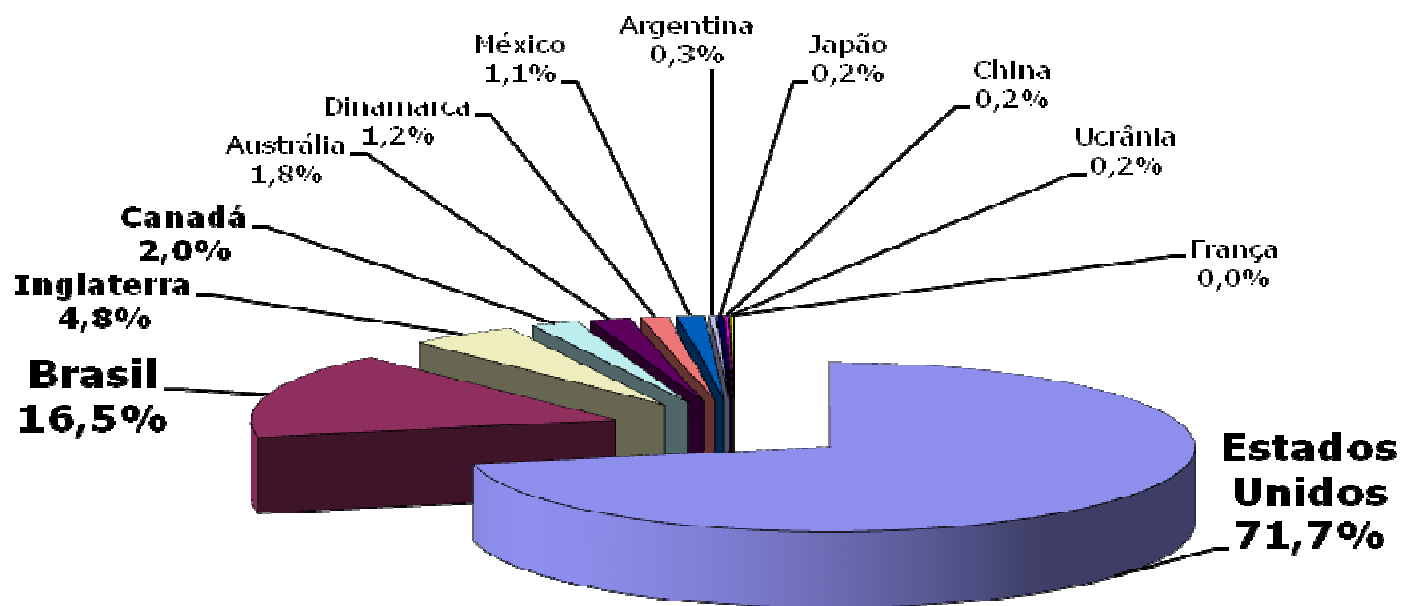
Em 2009 foram exibidos 1809 títulos distintos de longa-metragem, sendo 206 títulos brasileiros e 1.411 títulos dos Estados Unidos

Fonte: Grade de programação no site das emissoras cabeças de rede (Band, CNT, Globo, SBT, Record, Rede TV!, TV Cultura, TV Gazeta, TV Brasil)



## Conteúdo brasileiro específico (minisséries e séries) na TV aberta

Séries e minisséries brasileiras e estrangeiras exibidos no ano de 2009 nas redes de TV aberta, por número de horas de exibição



Em 2009 das 4.708 horas de minisséries e séries exibidas nas redes de TV aberta (137 séries e minisséries distintas), 774 horas foram dedicadas a séries e minisséries brasileiras, 3.378 horas foram dedicadas a séries e minisséries dos EUA

Fonte: Grade de programação no site das emissoras cabeças de rede (Band, CNT, Globo, SBT, Record, Rede TV!, TV Cultura, TV Gazeta, TV Brasil)

# O fomento público vêm garantindo recursos para produção independente de TV

- Vários instrumentos de fomento, alguns recentes:
  - Art. 1º-A (Lei do Audiovisual) - 2007
  - PEFs - 2007
  - Art. 39 (MP 2228-1/2001 - 2003
  - Art. 3º-A (Lei do Audiovisual) - 2009
  - Funcines - 2005
  - Fundo Setorial do Audiovisual (linha “B”) -2009
- Contudo, a presença do conteúdo independente, especialmente de estoque (longas, docs, séries, animação) é ainda muito pequena na TV

# Impactos desejáveis de uma regulamentação convergente para o audiovisual

- Ambiente competitivo, em benefício do consumidor de serviços audiovisuais;
- Ambiente adequado ao investimento privado, especialmente nas atividades da camada do audiovisual;
- Novos atores, especialmente programadores brasileiros voltados para a TV por assinatura e para as novas mídias, comprometidos com a veiculação de conteúdo audiovisual brasileiro;
- Aumento da diversidade e da oferta de conteúdo brasileiro (independente e regional, inclusive) ao cidadão/consumidor
- Menor necessidade de recursos públicos para apoiar a produção audiovisual nacional.

# Filhos do Carnaval



- **Produtora: 02**
- **Programadora: HBO**
- **13 episódios**
- **Art. 39 (Condecine): valor captado R\$ 8,3 milhões**

# Mandrake

- **Produtora: Conspiração Filmes**
- **Programadora: HBO**
- **2 temporadas**
- **Art. 39 (Condecine): valor captado R\$ 6.413.469,06**



# São Paulo 9MM

- Produtora: Moonshot
- Programadora: FOX
- 13 episódios e nova temporada em andamento
- Art. 39 (Condecine): valor captado R\$ 4,1 milhões
- Possibilidade de exportação do formato



# Alice

- **Produtora: Gullane**
- **Programadora: HBO**
- **2 temporadas**
- **Art. 39 (Condecine): valor captado R\$ 13 milhões**



# Descolados



- **Produtora: Mixer**
- **Emissora: MTV**
- **1ª temporada com 13 episódios em 2009**
- **Contou com recursos do Art 1º-A**
- **Aprovada captação da 2ª temporada em fev. 2010**



# Escola pra Cachorro

- **Produtora: Mixer**
- **Uma coprodução Brasil / Canadá**
- **26 episódios de 11 minutos**
- **1ª exibição no Nickelodeon**
- **Comercializada para TV Cultura**
- **Recursos do art. 39**
- **Financiamento ProCult - BNDES**



# Meu Amigãozão

- Produtora: 2DLab
- Uma coprodução Brasil / Canadá
- 52 episódios de 11 minutos
- Foi vencedora do prêmio “The Licensing Challenge”, que seleciona as séries com maior potencial de licenciamento.
- Terceira série de animação financiada pelo ProCult - BNDES em dois anos.
- Contou com recursos do art. 1º-A



# Primeiras produções com 3º-A

- **Viajantes Radicais:** percorrendo os caminhos de Levi-Strauss na Amazônia



- **Produtora: Canal Azul**
- **Programadora: ESPN Brasil**

# Primeiras produções com 3º-A

- **Mulher de Fases**
- **Comédia com 13 episódios de 30 minutos cada**



- **Produtora: Casa de Cinema**
- **Programadora: HBO**

# Metodologia para o levantamento dos preços dos pacotes em países selecionados: mais detalhes

- 2º pacote mais barato: por vezes, foram agregados dois módulos de canais, de modo a encontrar a 2ª oferta mais barata para o consumidor. Por exemplo: módulo principal (ou básico) + módulo de canais de filmes
- Preços com impostos e sem descontos promocionais
- Cotações de fechamento da moeda estrangeira do dia 05/07/2010 de acordo com o Banco Central do Brasil
- Optou-se pelo **2º pacote mais barato de cada provedor**, a não ser quando especificado por (\*) – quando o provedor possui apenas um pacote e grupos adicionais de canais podem ser adquiridos separadamente.
- Canais líquido: montante total de canais excluindo canais abertos, de veiculação obrigatória, religiosos, canais regionais e locais, de televendas, canais pay-per-view, canais à la carte, canais de jogos, canais de audio, canais legislativo ou judiciário e canais repetidos no pacote que veiculem a mesma programação com atraso (canais repetidores) ou em alta definição

# Fontes dos dados

- StrategyAnalytics. Global Audiovisual Market Forecast, 2010. Disponível a partir de:  
<http://www.strategyanalytics.com/default.aspx?mod=ReportAbstractViewer&a0=5389>
- <http://www.zon.pt/Televisao/satelite/canaisporpacote.aspx>
- <http://www.meo.pt/MeoSatelite/PacotesCanais/Pages/ListaCanaisGenero.aspx?Pacote=meolight>
- [http://abonate.plus.es/ofertadigitalplus/desc\\_productos.php?producto=paquetes](http://abonate.plus.es/ofertadigitalplus/desc_productos.php?producto=paquetes)
- <http://web.telecable.es/portal.do?IDM=7&NM=3>
- <http://www.directv.cl/planes/ver-planes/index>
- [http://www.telmex.cl/Hogar/Telmex\\_TV/Planes.html](http://www.telmex.cl/Hogar/Telmex_TV/Planes.html)
- <http://vtr.com/productos/principal/television/index.php>
- [http://www.tvfuego.com.ar/index.php?s=W0821oe8ohkoj4u8wsqmg64\\$](http://www.tvfuego.com.ar/index.php?s=W0821oe8ohkoj4u8wsqmg64$)
- <http://www.directv.com.ar/paquetes/ver-paquetes/index>

---

# Obrigado!

**Manoel Rangel**  
**Diretor - Presidente**



**Escritório Central**  
Av. Graça Aranha, 35 - Centro  
Rio de Janeiro - RJ  
CEP: 20030-002  
Tel.: (21) 2292-8955 / 2240-1400  
[www.ancine.gov.br](http://www.ancine.gov.br)