



**MINISTÉRIO DA FAZENDA**  
**Secretaria de Acompanhamento Econômico - SEAE**

Parecer n.º 041 /COGSE/SEAE/MF

Brasília, 09 de fevereiro de 2001.

Referência: Ofício n.º 3771 /00/GAB/SDE/MJ, de 10.07.2000

**Assunto:** Ato de Concentração n.º 08012.002507/2000-89

**Requerentes:** Liberty FA e Bravo Company.

**Operação:** Venda, pela Bravo, de alguns ativos do canal Film & Arts de TV por assinatura para a Liberty.

**Recomendação:** aprovação, sem restrições.

**Versão:** pública.

=====

“O presente parecer técnico destina-se à instrução de processo constituído na forma da Lei n.º 8.884, de 11 de junho de 1994, em curso perante o Sistema Brasileiro de Defesa da Concorrência – SBDC.

Não encerra, por isso, conteúdo decisório ou vinculante, mas apenas auxiliar ao julgamento, pelo Conselho Administrativo de Defesa Econômica – CADE, dos atos e condutas de que trata a Lei.

A divulgação do seu teor atende ao propósito de conferir publicidade aos conceitos e critérios observados em procedimentos da espécie pela Secretaria de Acompanhamento Econômico – SEAE, em benefício da transparência e uniformidade de condutas.”



### 1.2. 2ª requerente

A Bravo Company ("Bravo") pertence ao Grupo Bravo de nacionalidade americana, com sede em 1111 Stewart Avenue, Bethpage, New York, USA, 11714. A Bravo II Holding Corporation e Bravo Holding Corporation detêm 50% cada do capital social da Bravo. A Bravo Holding Corporation, por sua vez, é integralmente controlada pela Rainbow Media Holding, Inc. A CSC Holdings, Inc. detém 74% do capital social da Rainbow Media Holdings, Inc. A Cablevision Systems Corporation controla integralmente a CSC Holdings, Inc. A Bravo é a única controlada da Cablevision Systems Corporation que desenvolve atividades relacionadas à produção, à comercialização e à distribuição de canais para operadoras de TV por assinatura fora dos Estados Unidos. Por essa razão, considera-se como grupo da Requerente, para os efeitos da presente apresentação, o Grupo Bravo.

O Grupo Bravo atua precipuamente na produção, comercialização e distribuição de canais de TV por Assinatura, obtendo aí, no ano de 1999, um faturamento da ordem de

## 2. DA OPERAÇÃO

Concedido sigilo, pela SDE até a conclusão da operação.

### 3. DEFINIÇÃO DO MERCADO RELEVANTE

### 3.1. Mercado Relevante do Produto

A Pramer distribui e comercializa, via satélite, diversos canais de televisão para transmissão por operadoras de TV por assinatura, na Argentina, no Brasil e outros países. Alguns desses canais são produzidos e gerados pela própria Pramer e outros por terceiros que outorgaram à Pramer direitos de distribuição e comercialização.

A Bravo, por sua vez, distribui e comercializa o canal Film & Arts na Argentina, no Brasil e no Uruguai, dentre outros países latino-americanos. O Film & Arts é um canal de TV por Assinatura, com transmissão contínua de 24 horas. O material

que compõe a programação deste canal é produzido pela própria Bravo, encomendado pela Bravo a terceiros, ou, ainda, adquirido de terceiros. Após edição e inserção dos espaços publicitários, promocionais e de identificação (logos, formatos, etc), o sinal do canal é enviado via satélite às TVs por assinatura e distribuído por elas aos assinantes. As receitas de publicidade da Bravo no Brasil são bastante modestas.

Os canais de produção própria, na época do contrato, comercializados pela PRAMER no Mercosul são listados abaixo, sendo que somente o “América Sports” é distribuído no Brasil:

-Canal (á)	-Plus Satelial
-Política & Economia (P&E)	-Cine Planeta
-América Sports	-Rio de la Plata Television
-Magic Kids	-Big Chanel

Entre os canais produzidos por terceiros e comercializados pela PRAMER no Mercosul (listados abaixo), apenas o América e o CVN são distribuídos no Brasil:

-América	Azul Television
-CVN	TV Chile
-Aleph Network Telemúsica	Telemúsica
-USA Network Hallmark	Hallmark
-Aleph Network	Musica 21
-Formar	

A partir do exposto, considerar-se-á o mercado relevante da operação a programação e distribuição de canais de TV por assinatura para operadoras<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> Remetemos, nesta consideração do mercado relevante, às seguintes definições utilizadas pela Análise Setorial da Gazeta Mercantil, referentes a TV por Assinatura:

Distribuidora – empresa que comercializa os pacotes de programação vendidos pelas programadoras nacionais e internacionais para as operadoras. A distribuidora intermedeia esse movimento, atuando ocasionalmente como um consórcio de operadoras, o que a faz ganhar poder de barganha no processo de compra de programação. O fato é que a distribuidora atua como uma franqueadora, já que, além de encabeçar a compra de programação, presta uma série de serviços para as operadoras e recebe delas um percentual de seu faturamento líquido. A distribuidora presta serviços como assessoria de projetos de redes, tecnologia, equipamentos e captação de financiamento. É o caso típico da Net Brasil.

Operadora – Empresa que distribui aos assinantes canais de TV por assinatura, o que pode ser feito por qualquer dos sistemas de transmissão hoje disponíveis: cabo, MMDS (microondas) e DBS (do satélite direto para a parabólica).

Programadora – Empresa que formata os canais, monta e realiza programas e os organiza de forma a atrair

Consideram-se desprezíveis as receitas com publicidade.

### 3.2 Mercado Relevante Geográfico

Tanto o mercado de produção quanto o de distribuição é internacional já que as distribuidoras podem obter os canais no mercado internacional. Do ponto de vista da programação do canal, o filme e o seriado são itens adquiridos de maneira semelhante, ou seja, com o mesmo processo, que, simplificadamente, é o seguinte: com base em visitas a feiras de programação no Brasil e no exterior ou através de contatos pré estabelecidos, o departamento de pesquisa encomenda o *screening* das distribuidoras, que é uma espécie de catálogo em fita VHS dos lançamentos; o departamento de aquisição recebe o *screening* e escolhe as produções que lhe interessam, baseado no orçamento da empresa e nas necessidades da equipe de programação; e o departamento jurídico elabora o contrato. Atualmente, a única legislação a esse respeito vem da ANATEL, através do Decreto n.º 2.206/97, o qual estabelece, apenas, que a contratação, pela operadora de TV a Cabo, de programação gerada no exterior, deverá ser sempre realizada através de empresa localizada no território nacional. O Decreto deixa a política de escolha e contratação da programação a critério das operadoras, não impondo percentual envolvendo a procedência de programação (nacional / estrangeira / própria), nem, conseqüentemente, definindo o mercado de atuação das programadoras. Um outro aspecto desse mercado, que determina os limites de sua dimensão geográfica, diz respeito aos custos de adaptação de filmes e programas estrangeiros para o mercado brasileiro. A inserção de legendas ou dublagem não têm um custo relevante em relação ao custo final do programa ou filme, os quais não poderiam ser considerados, assim, impeditivos para o comércio internacional. Por fim, resta mencionar a grande preferência, entre os consumidores brasileiros, pela produção cinematográfica norte-americana, frente à nacional.

---

os telespectadores. Uma programadora pode produzir apenas programas ou canais inteiros, por vezes seu próprio canal, como é o caso da Fox e da HBO.

#### 4. RECOMENDAÇÃO

Como os ativos envolvidos na operação referem-se apenas ao citado canal de TV por assinatura, temos que a operação tem implicações muito reduzidas no mercado relevante definido. Ainda que, por hipótese, se restringisse a substituíbilidade dos canais à similaridade de gênero ou temática, verificar-se-á que, sob a rubrica Cultura/Entretenimento, são atualmente distribuídos no Brasil, no mínimo oito canais que podem ser considerados substitutos diretos do Film & Arts: Casa Club; Direct Shows; E Entertainment; Eurochannel; Locomotion; Multishow; Superstation e People & Arts. Nenhum desses canais é distribuído no Brasil por empresas do Grupo Liberty e/ou do Grupo Bravo.

As requerentes apresentaram, também, exaustiva lista de canais de TV por Assinatura, que, embora de temática mais variada, poderiam ser considerados substitutos para o Film & Arts. Ademais, vale lembrar que existe uma grande quantidade de canais distribuídos via satélite, no exterior, que não são atualmente comercializados no Brasil<sup>2</sup>. Tais canais podem facilmente vir a sê-lo, fazendo-se necessário, apenas, que sejam dublados ou legendados em Português.

Vimos que, mesmo numa consideração do mercado relevante da forma mais restrita possível, a operação não oferece nenhuma ameaça à concorrência, sendo, portanto, sob este ponto de vista, passível de aprovação.

---

<sup>2</sup> Conforme Anexo C da Petição Inicial.

À apreciação superior.

**ROSEMARY DE OLIVEIRA FERREIRA**

Técnico

**CLEVELAND PRATES TEIXEIRA**

Coordenador-Geral de Comércio e Serviços

De acordo.

**CLÁUDIO MONTEIRO CONSIDERA**

Secretário de Acompanhamento Econômico