

Ministério da Justiça  
Conselho Administrativo de Defesa Econômica – CADE  
SCN Quadra 2 Projeção C, Brasília, DF – CEP 70712-902  
Tel.: (61) 426-8599 – Fax: (61) 328-5523 – cade@cade.gov.br

Ofício nº 2576 /2007/PRES/CADE

Brasília, 03 de outubro de 2007.

À Sua Excelência o Senhor  
Cezar Silvestre  
Deputado Federal  
Câmara dos Deputados  
Comissão de Defesa do Consumidor  
Anexo II – Sala 152-C – Pavimento Superior  
70160-000 – Brasília/DF

Assunto: **Fusão das operadoras de TV paga Sky e DirecTV (ref. Of. Pres. n 248/07).**


Excelentíssimo Senhor Deputado,

Em resposta à solicitação de Vossa Excelência, segue em anexo a cópia do relatório, voto e acórdão do Ato de Concentração nº 53500.029160/2004, referente à fusão das operadoras de TV paga Sky e Directv.

Aproveitando a oportunidade, informamos que no sítio do Conselho Administrativo de Defesa Econômica - CADE já se encontram disponíveis os documentos em versão digital, relativos aos processos julgados e em andamento neste Conselho. Para acessá-los, basta ir ao sítio do CADE, no endereço eletrônico: [www.cade.gov.br](http://www.cade.gov.br) <<http://www.cade.gov.br>>, e consultar a opção “processual”, disponível no Menu principal.

Permaneço a disposição para dirimir quaisquer dúvidas.

Atenciosamente,



ELIZABETH M. M. Q. FARINA  
Presidente do CADE

Fig. nº 2849  
m

**ATO DE CONCENTRAÇÃO nº 53500.029160/2004**

**Requerente:** The News Corporation Limited

**Advogados:** Flávio Lemos Belliboni, Cristiane Saccab Zarzur, Lilian Barreira e outros

**Requerente:** The DirecTV Group

**Advogados:** Pedro Dutra e Eduardo Caminati Anders

**Requerente:** Globo Comunicações e Participações S.A. (Globopar)

**Advogados:** Tercio Sampaio Ferraz Junior, Ari Marcelo Solon, Marcio de Carvalho Silveira Bueno e outros

**INTERESSADO HABILITADO:** Associação NEO TV

**Advogados:** Fernando de Oliveira Marques, Eduardo Molan Gaban, Vicente Bagnoli e outros

**INTERESSADO HABILITADO:** Rádio e Televisão Bandeirantes Ltda

**Advogados:** Eduardo de Lima Barbosa, João Geraldo Piquet Carneiro, Mabel Lima Tourinho e outros

**Relator:** Conselheiro Luiz Carlos Delorme Prado


**EMENTA:** Atos de concentração. Primeira operação: aquisição de 34% (trinta e quatro por cento) das ações da Hughes Electronic Corporation pela The News Corporation Limited, que terá como consequência no Brasil o controle indireto por esta última da DirecTV Brasil Ltda. Segunda operação: associação dos negócios das plataformas da Sky Brasil Serviços Ltda. e da Galaxy Brasil Ltda. (que no curso da análise da operação passou a se denominar DirecTV Brasil Ltda.), ambas empresas autorizadas a prestar o Serviço de Distribuição de Sinais de Televisão e de Áudio por Assinatura Via Satélite (DTH), em âmbito nacional. Mercados Relevantes: Mercado de produção de conteúdo midiático nacional e de licenciamento dos direitos inerentes - nacional; Mercado de produção de conteúdo midiático internacional e de licenciamento dos direitos inerentes - internacional; Mercado de programadoras nacionais de TV por assinatura - nacional; Mercado de programadoras internacionais de TV por assinatura - nacional; e, Mercado de operadoras de TV por assinatura - nacional. Identificação de concentração horizontal e integração vertical. Tempestividade na apresentação das operações. Operações aprovadas com restrições.

Ata nº 2850  
m

## ACÓRDÃO

Vistos, relatados e discutidos os presentes autos, em conformidade com os votos e as notas eletrônicas, acordam a Presidente e os Conselheiros do Conselho Administrativo de Defesa Econômica – CADE, por unanimidade, em aprovar a operação com restrições, nos termos do voto do relator. Vencido o Conselheiro Sicsú quanto à adição de outras restrições. Participaram do julgamento a Presidente Elizabeth Maria Mercier Querido Farina e os Conselheiros Ricardo Villas Bôas Cueva, Luiz Carlos Thadeu Delorme Prado, Paulo Furquim de Azevedo e Abraham Benzaquen Sicsú. Impedidos os Conselheiros Luis Fernando Rigato Vasconcellos e Luis Fernando Schuartz. Presente o Procurador-Geral Arthur Badin. Brasília – DF, 24 e 25 de maio de 2006, datas do julgamento, 373ª Sessão Ordinária de Julgamento.

  
LUIZ CARLOS DELORME PRADO  
Conselheiro

  
ELIZABETH M. MERCIER QUERIDO  
Presidente

## ANDAMENTO DE PROCESSOS

Documentos disponíveis. Clique aqui para ver

**Nº do Processo:** 53500.029160/2004  
**Requerentes** The News Corporation Limited  
**Advogados** The DIRECTV Group, Inc  
 Globo Comunicações e Participações S/A

**Tipo de Processo:** Atos e Contratos do Artigo 54  
**Conselheiro Relator:** Luiz Carlos Thadeu Delorme Prado  
**Mercado :** Telecomunicações

Recebimento do Original no CADE :  
**Orgão Formalizador :** Agência Nacional de Telecomunicações  
**Data da Formalização :** 29/10/04  
**Recebimento da Cópia no CADE :** 16/11/2004

**Operação**

celebração de contrato estabelecendo as etapas societárias e negociais visando a associação dos negócios das plataformas da Sky Brasil e Directv Brasil.

**Trâmite/Fases**

16/11/2004 15:10:47	Encaminhamento dos Autos Origem: PROT Destino: COAF	
16/11/2004 17:27:09	Encaminhamento dos Autos Origem: COAF Destino: CONT	
17/11/2004 09:48	Confirmação de Depósito	
17/11/2004 09:50:14	Encaminhamento dos Autos Origem: CONT Destino: DIAP	
17/11/2004 10:13	Para Distribuição	
25/11/2004 12:24:15	Encaminhamento dos Autos Origem: DIAP Destino: GAB/CONS1	conexo ao AC 53500.002423/2003
26/11/2004 10:22	Em Instrução	357ª Sessão de Distribuição Ordinária.
21/01/2005 10:39:49	Encaminhamento dos Autos Origem: GAB/CONS1 Destino: PROT	Documentação encaminhada para abertura de novo vol ( 4º vol ) protocolada sob o nº 08700.000169/2005-05
21/01/2005 13:26	Abertura de volume	
21/01/2005 13:27:39	Encaminhamento dos Autos Origem: PROT Destino: GAB/CONS1	foi aberto o 4º e 5º volume
21/01/2005 14:07	Em Instrução	
09/12/2005	Encaminhamento dos Autos Origem: PROT Destino: COGEAP	06 vols + 01 vol. conf
09/12/2005 12:05	Em análise da COGEAP	
09/12/2005 15:55:08	Encaminhamento dos Autos Origem: COGEAP Destino: GAB/CONS1	
09/12/2005 16:04	Autos originais	11. VI. org. 1 Conf.
09/12/2005 17:25:09	Encaminhamento dos Autos Origem: GAB/CONS1 Destino: PROC	Emissão de Parecer.
09/12/2005 17:58	Aguardando pronunciamento da ProCADE	
19/12/2005 17:18:34	Encaminhamento dos Autos Origem: PROC Destino: GAB/CONS1	
02/01/2006 10:46	Concluso ao Conselheiro Relator	
19/01/2006 10:29:04	Encaminhamento dos Autos Origem: GAB/CONS1 Destino: PROC	Emissão de Parecer.
19/01/2006 10:44	Aguardando pronunciamento da ProCADE	
16/03/2006 17:32:31	Encaminhamento dos Autos Origem: PROC Destino: GAB/CONS1	
17/03/2006 10:50:22	Encaminhamento dos Autos Origem: GAB/CONS1 Destino: PROT	
17/03/2006 12:05	Abertura de volume	
17/03/2006 12:06:04	Encaminhamento dos Autos Origem: PROT Destino: GAB/CONS1	
17/03/2006 12:16	Concluso ao Conselheiro Relator	
22/03/2006 14:46:15	Encaminhamento dos Autos Origem: GAB/CONS1 Destino: PROT	
22/03/2006 15:45	Desentranhamento	
22/03/2006 15:45:53	Encaminhamento dos Autos Origem: PROT Destino: GAB/CONS1	
22/03/2006 16:00	Concluso ao Conselheiro Relator	
20/04/2006 15:28:17	Encaminhamento dos Autos Origem: GAB/CONS1 Destino: PROT	Abertura de Apartado Confidencial.
20/04/2006 15:35	Abertura de Volume Confidencial	
20/04/2006 15:36:12	Encaminhamento dos Autos Origem: PROT Destino: GAB/CONS1	
24/04/2006 16:00	Concluso ao Conselheiro Relator	
11/05/2006 16:44:08	Encaminhamento dos Autos Origem: GAB/CONS1 Destino: PROT	
11/05/2006 17:01	Abertura de volume	
11/05/2006 17:10:48	Encaminhamento dos Autos Origem: PROT Destino: GAB/CONS1	
12/05/2006 17:15	Concluso ao Conselheiro Relator	
12/05/2006 17:16	Aguardando pronunciamento do Mini. Público Federal	
16/05/2006 16:28	Concluso ao Conselheiro Relator	
24/05/2006 14:00	Pedido Pauta de Julgamento	373ª Sessão ordinária.

08/06/2006 15:16:19	Encaminhamento dos Autos Origem: GAB/CONS1 Destino: SEAP	À SEAP para devidas providências.
08/06/2006 15:54	Aguardando Publicação do Acórdão	
22/06/2006 11:40	Publicado Acórdão DOU	
22/06/2006 12:24:31	Encaminhamento dos Autos Origem: SEAP Destino: CAD/CADE	
22/06/2006 12:49	Acomp. do cumprimento da decisão	
05/07/2006 11:08:54	Encaminhamento dos Autos Origem: CAD/CADE Destino: DAP	último volume (8º) na CAD-CADE
03/08/2006 14:47:58	Encaminhamento dos Autos Origem: DAP Destino: CAD/CADE	Só foi o volume 8º.
03/08/2006 14:59:47	Encaminhamento dos Autos Origem: CAD/CADE Destino: PROT	Apenas o volume 8 e um volume de apartado confidencial para abertura de autos.
03/08/2006 17:00	Abertura de Volume Confidencial	
03/08/2006 17:20:15	Encaminhamento dos Autos Origem: PROT Destino: CAD/CADE	
22/08/2006 10:19	Acomp. do cumprimento da decisão	
22/08/2006 10:22:21	Encaminhamento dos Autos Origem: CAD/CADE Destino: PROC	
22/08/2006 10:31	Aguardando pronunciamento da ProCADE	Recebido o VIII vol. original + 10 vls. confidenciais
29/08/2006 18:25:55	Encaminhamento dos Autos Origem: PROC Destino: CAD/CADE	
30/08/2006 11:33	Acomp. do cumprimento da decisão	
01/09/2006 15:24:59	Encaminhamento dos Autos Origem: CAD/CADE Destino: PROT	Volume original numero 8
01/09/2006 16:26	Desentranhamento	
01/09/2006 16:27:00	Encaminhamento dos Autos Origem: PROT Destino: CAD/CADE	
01/09/2006 16:44	Acomp. do cumprimento da decisão	
05/09/2006 16:25:46	Encaminhamento dos Autos Origem: CAD/CADE Destino: PROT	Volume 8 do processo.
05/09/2006 16:44	Abertura de volume	9º volume
05/09/2006 16:45:16	Encaminhamento dos Autos Origem: PROT Destino: CAD/CADE	8º e 9º volume
18/12/2006 15:36:02	Encaminhamento dos Autos Origem: CAD/CADE Destino: PROT	Vol. Acompanhamento da decisão NewsCorp para abertura de volumes
18/12/2006 17:39	Abertura de Volume Confidencial	
18/12/2006 17:40:16	Encaminhamento dos Autos Origem: PROT Destino: CAD/CADE	foram abertos 05 volumes apartados confidenciais de acesso à New Corp.
15/03/2007 15:19:07	Encaminhamento dos Autos Origem: CAD/CADE Destino: PROT	
15/03/2007 15:52	Abertura de Volume Confidencial	acesso exclusivo à Rádio e Televisão Bandeirantes Ltda.
15/03/2007 15:53:23	Encaminhamento dos Autos Origem: PROT Destino: CAD/CADE	foi aberto 01 vol apartado confidencial de acesso exclusivo à Rádio e Televisão Bandeirantes Ltda.

## Julgamento

**Dt. Pauta Julgamento** 18/05/2006  
**Dt. Public. da Pauta Julgamento no DOU** 18/05/2006  
**Dt. Sessão Julgamento** 24/05/2006  
**Número da Sessão** 373  
**Tipo de Sessão** SO  
**Dt. Public. da Ata de Julgamento no DOU** 02/06/2006  
**Dt. Public. do Acórdão** 22/06/2006

### Síntese da Decisão no Plenário

Prosseguindo o julgamento, após o voto-vista do Conselheiro Cueva, o Plenário, por unanimidade, aprovou a operação com as restrições impostas, nos termos do voto do Relator. No tocante a sugestão da adição de outras restrições, restou vencido em parte o Conselheiro Sicsú, o qual declarou seu voto. Impedidos os Conselheiros Rigato e Schuartz.

## Petições e Documentos

Nº	Tipo Documento	Dt.de Protocolo	Origem	Assunto	Folhas
2344/2007	Ofício	30/08/2007	CAD/CADE	Apresentação de informações. Pag.3051-3056. (Cópia)	6
08700.003979/2007-77	Petição	27/08/2007	The Directv Group, Inc.	Em atenção ao of/n.º 2161/2007/Pres/Cad-Cade requerendo	

08700.001799/2007-51	Petição	07/05/2007	Associação Neo TV	prazo adicional. Requerendo informações em anexo
08012.001412/2007-66	Petição	11/04/2007	The Directv Group, Inc.	Encaminhando informações em atenção ao Of/Pres/CAD-CADE n.º 0797/2007.
08700.001173/2007-44	Petição	28/03/2007	The Directv Group, Inc.	Encaminhando informações em atenção ao Of/Pres/CAD-CADE n.º 651/2007.

Todos

**Anexos e Apensos**

Nº	Tipo Documento	Dt. Juntada	Origem	Assunto	Folhas
----	----------------	-------------	--------	---------	--------



# INFORME

53500.029160/2004

ORIGEM:	Fe 20/04
CMLCE	
NÚMERO:	70
DATA:	16/8/05

## 1. INTERESSADOS

THE NEWS CORPORATION LIMITED, GENERAL MOTORS CORPORATION, HUGHES ELECTRONIC CORPORATION, THE DIRECTV GROUP, INC. e GLOBO COMUNICAÇÕES E PARTICIPAÇÕES S.A.

## 2. ASSUNTO

ATOS DE CONCENTRAÇÃO

a) Aquisição de 34% (trinta e quatro por cento) das ações da HUGHES ELECTRONIC CORPORATION pela THE NEWS CORPORATION LIMITED; e

b) Associação dos negócios das plataformas da SKY BRASIL SERVIÇOS LTDA. e da GALAXY BRASIL LTDA., ambas empresas autorizadas a prestar o Serviço de Distribuição de Sinais de Televisão e de Áudio por Assinatura Via Satélite (DTH) em âmbito nacional.

## 3. REFERÊNCIAS

3.1. Lei n.º 9.472, de 16 de julho de 1997 (Lei Geral de Telecomunicações - LGT).

3.2. Lei n.º 8.884, de 11 de junho de 1994 (Lei do Conselho Administrativo de Defesa Econômica - Cade).

3.3. Regimento Interno da Anatel, aprovado pela Resolução n.º 270, de 19 de julho de 2001.

3.4. Norma n.º 04/98 - Anatel - anexa à Resolução n.º 76, de 16 de dezembro de 1998 (Procedimento para apresentação dos atos de que tratam o art. 54 da Lei n.º 8.884, de 11 de junho de 1994, e os §§ 1.º e 2.º do art. 7.º da Lei n.º 9.472, de 16 de julho de 1997, por intermédio da Anatel, para apreciação do Cade).

3.5. Norma n.º 07/99 - Anatel - anexa à Resolução n.º 195, de 7 de dezembro de 1999 (Procedimentos administrativos para apuração e repressão das infrações da ordem econômica e para o controle dos atos e contratos no setor de telecomunicações).


3.6. Regulamento dos Serviços de Telecomunicações, aprovado pela Resolução n.º 73, de 25 de novembro de 1998, e alterado pelas Resoluções n.º 234, de 6 de setembro de 2000, e n.º 343, de 17 de julho de 2003.

3.7. Regulamento para uso de redes de Serviços de Comunicação de Massa por Assinatura para provimento de Serviços de Valor Adicionado, aprovado pela Resolução n.º 190, de 29 de novembro de 1999.

3.8. Regulamento sobre o Direito de Exploração de Satélite para Transporte de Sinais de Telecomunicações, anexo à Resolução n.º 220, de 5 de abril de 2000, da Anatel.

3.9. Norma MC n.º 004/95, regulamenta o uso de meios da Rede Pública de Telecomunicações para acesso à Internet.

3.10. Guia para Análise Econômica de Atos de Concentração Horizontal, Portaria Conjunta Seae/SDE n.º 50, de 1.º de agosto de 2001 (Guia Seae/SDE).

	<h1>INFORME</h1>	ORIGEM:	2011
		CMLCE	EC
		NÚMERO:	70
		DATA:	16/8/05

- 3.11. Parecer n.º 192 COGSE/SEAE/MF.
- 3.12. GALVÃO, Alexander Patez. *Da Convergência Tecnológica à Convergência Empresarial – o Audiovisual como espaço de acumulação na era da digitalização*. Tese de mestrado - Instituto de Economia/UFRJ, 1998.
- 3.13. GALVÃO, Alexander Patez. *O Cinema Brasileiro da Retomada: a auto-sustentabilidade é possível?* Tese de doutorado - PPGCI, IBICT/ECO-UFRJ, 2003.
- 3.14. CANÊDO-PINHEIRO, M.; PIONER, H. M. *Análise Econômica de Concentrações Verticais*. Seminário Estudos em Métodos Quantitativos Aplicados à Defesa da Concorrência e à Regulação Econômica, 2005.
- 3.15. Ato de Concentração (AC) n.º 53500.002423/2003.
- 3.16. Ato de Concentração (AC) n.º 53500.029160/2004.
- 3.17. Processo Jurídico n.º 53500.000994/1999 - GALAXY BRASIL LTDA.
- 3.18. Processo Jurídico n.º 53500.030272/2004 - SKY BRASIL SERVIÇOS LTDA.

#### 4. FUNDAMENTAÇÃO

##### 4.1. INTRODUÇÃO

1. O presente Informe trata da análise conjunta dos seguintes Atos de Concentração:
  - a) AC n.º 53500.002423/2003, que trata da aquisição de 34% (trinta e quatro por cento) das ações da HUGHES ELECTRONIC CORPORATION pela THE NEWS CORPORATION LIMITED; e
  - b) AC n.º 53500.029160/2004, que trata da operação que desencadeará na associação dos negócios das plataformas da SKY BRASIL SERVIÇOS LTDA. e da GALAXY BRASIL LTDA., ambas empresas autorizadas a prestar o Serviço de Distribuição de Sinais de Televisão e de Áudio por Assinatura Via Satélite (DTH) em âmbito nacional.
2. Considerando a vinculação existente entre os Atos de Concentração e a conexão entre as operações apresentadas, ambos serão objeto de uma análise conjunta, com o intuito de melhor instruir a decisão desta Agência e do Conselho Administrativo de Defesa Econômica (Cade).


##### 4.2. REQUERENTES

3. O Ato de Concentração n.º 53500.002423/2003 tem três Requerentes. São elas: (a) THE NEWS CORPORATION LIMITED, (b) GENERAL MOTORS CORPORATION e (c) HUGHES ELECTRONIC CORPORATION.

*EC*

*11*  
2



	<h1>INFORME</h1>	ORIGEM: 2012
		CMLCE: 67
		NÚMERO: 70
		DATA: 16/8/05

4. Já o Ato de Concentração n.º 53500.029160/2004 tem três Requerentes. São elas: (a) **THE NEWS CORPORATION LIMITED**, (b) **THE DIRECTV GROUP, INC.** e (c) **GLOBO COMUNICAÇÕES E PARTICIPAÇÕES S.A.**

5. Antes de passar à qualificação de cada uma das Requerentes, cumpre informar que **THE DIRECTV GROUP** é a atual denominação de **HUGHES ELECTRONIC CORPORATION**.

6. Isto posto, são quatro as Requerentes a serem analisadas:

- a) **THE NEWS CORPORATION LIMITED**; c) **GLOBO COMUNICAÇÕES E PARTICIPAÇÕES S.A.**; e
- b) **THE DIRECTV GROUP, INC.**; d) **GENERAL MOTORS CORPORATION**.

#### 4.2.1. THE NEWS CORPORATION LIMITED

7. A **THE NEWS CORPORATION LIMITED (NEWS CORP.)**, sociedade constituída e existente de acordo com as leis da Austrália, com sede em 2 Holt Street, na cidade de Sydney, New South Wales, 2.010, Austrália, é uma empresa holding, sem atividades específicas.

8. Segundo informações prestadas quando da apresentação do Ato de Concentração (fl. 29 do AC 29160/2004), em 7 de setembro de 2004, 626.998.236 (seiscentas e vinte e seis milhões, novecentas e noventa e oito mil, duzentas e trinta e seis) ações ordinárias da **NEWS CORP.**, representando aproximadamente 30% (trinta por cento) de tal classe de ações, eram detidas por:

- a) Sr. K. Rupert **MURDOCH**;
- b) **CRUDEN INVESTMENTS PTY. LIMITED**, uma empresa privada de investimentos, australiana, de propriedade do Sr. K. **RUPERT MURDOCH**, de membros de sua família e de diversas corporações e trustes, cujos beneficiários incluem o Sr. K. **RUPERT MURDOCH**, membros de sua família e certas instituições de caridade; e
- c) corporações controladas por gestores de acordos e trustes estabelecidos em benefício da família **MURDOCH**, certas instituições de caridade e outras pessoas.

9. Posteriormente, em 11 de fevereiro de 2005, as Requerentes protocolizaram petição, a fim de atualizar as informações prestadas no item 1.4 do Anexo I da Norma n.º 04/98 - Anatel - anexa à Resolução n.º 76, de 16 de dezembro de 1998 (Procedimento para apresentação dos atos de que tratam o art. 54 da Lei n.º 8.884, de 11 de junho de 1994, e os §§ 1.º e 2.º do art. 7.º da Lei n.º 9.472, de 16 de julho de 1997, por intermédio da Anatel, para apreciação do Cade), *in verbis* (fls. 1.621 a 1.624 do AC 29160/2004):

Em 12.11.2004, foi publicamente anunciado que a **THE NEWS CORPORATION LIMITED** havia concluído a sua reorganização interna ("Reorganização"), pela qual, entre outras coisas, uma sociedade norte-americana denominada **NEWS CORPORATION ("NEWS CORP. US")** tornou-se a controladora da **THE NEWS CORPORATION LIMITED** (a qual foi redenominada **NEWS HOLDINGS LIMITED**) ("**NEWS CORP.**") e de suas subsidiárias. Mais especificamente, tem-se que, entre outras coisas:



## INFORME

ORIGEM:	204 ET
CMLCE	
NÚMERO:	70
DATA:	16/8/05

(1) a NEWS CORP. US, sociedade constituída de acordo com as leis do Estado de Delaware, adquiriu toda a participação societária na NEWS CORP.;

(2) a NEWS CORP. US possui duas classes de ações (assim como a NEWS CORP. possuía anteriormente à Reorganização): (1) ações ordinárias classe B com direito a voto, e (2) ações ordinárias classe A sem direito a voto;

(3) os detentores pré-existentes de ações ordinárias na NEWS CORP. e os detentores de opções na NEWS CORP. tiveram suas participações naquela sociedade canceladas, e receberam participações equivalentes na NEWS CORP. US;

(4) as participações acionárias na NEWS CORP. detidas pelo Sr. K. RUPERT MURDOCH e alguns trustes e sociedades de capital fechado que o Sr. K. RUPERT MURDOCH possa ter sido considerado controlador foram reorganizados.


Em 12.11.2004, a NEWS CORP. US tinha aproximadamente 1.044.784.226 ações ordinárias classe B com direito a voto em circulação. Nessa mesma data, aproximadamente 307.943.137 dessas ações, ou seja, por volta de 29,5% da classe, eram de propriedade: (1) do Sr. K. RUPERT MURDOCH; (2) da AE HARRIS TRUST (o Sr. K. RUPERT MURDOCH pode ser considerado proprietário beneficiário das ações da NEWS CORP. US detidas por esse truste, no entanto, o Sr. MURDOCH renunciou especificamente à propriedade beneficiária dessas ações); e (3) de outro truste no qual o Sr. MURDOCH possa ser considerado como detentor de uma participação beneficiária e/ou fiduciária.

10. Em última análise, a empresa holding do grupo de empresas News Corporation (GRUPO NEWS CORP.), de origem australiana, é a própria Requerente, NEWS CORP. As atividades da NEWS CORP. são conduzidas nos Estados Unidos, no Canadá, na Europa, na Austrália, na América Latina e nos países do Pacífico. A NEWS CORP. é uma empresa de mídia e entretenimento diversificada com operações em vários segmentos, dentre os quais: produção e distribuição de filmes e programas de televisão, programação, prestação de serviços de televisão paga por satélite (DTH), publicação de jornais, revistas e livros, desenvolvimento de plataformas para televisão digital terrestre, desenvolvimento de sistemas de acesso condicionado e de gestão de subscrições no segmento de televisão paga e na criação e distribuição de conteúdos *online*.

11. Conforme os dados apresentados pelas Requerentes, são as seguintes empresas que compõem o GRUPO NEWS CORP. com atuação no Brasil e no Mercosul, bem como as empresas em que ao menos uma das integrantes do grupo detenha participação no capital social superior a 5% (cinco por cento), com atuação no Brasil e no Mercosul (fls. 32 e 33 do AC 29160/2004):

a) No Brasil:

- ✓ News DTH do Brasil Comércio e Participações Ltda. (holding);
- ✓ SKY BRASIL SERVIÇOS LTDA. (autorizada do Serviço DTH);
- ✓ Fox Film do Brasil Ltda. (distribuidora de filmes);
- ✓ Editora Vida Ltda. (publicação de livros religiosos);
- ✓ Telecine Programação de Filmes Ltda. (programadora de canais para TV por assinatura); e

	<h1>INFORME</h1>	ORIGEM: 2066
		CMLCE 87
		NÚMERO: 70
		DATA: 16/8/05

- ✓ Fox Latin América Channel do Brasil Ltda. (programadora de canais para TV por assinatura).
- b) Nos demais países do Mercosul:
- ✓ SKY Sistemas Argentina SRL (prestadora de serviços técnicos - Argentina);
  - ✓ Fox Film de la Argentina S.A. (distribuidora de filmes - Argentina);
  - ✓ Fox Sports Latin América Limited, Sucursal, opera sob a denominação Fox Sports Argentina (programadora de canais para TV por assinatura - Argentina);
  - ✓ Pramancor S.A. (holding - Uruguai);
  - ✓ Fox Latin América S.A. (distribuidora de programas esportivos - Argentina); e
  - ✓ Fox Latin American Channel SRL (programadora de canais para TV por assinatura - Argentina).
- c) Empresas estrangeiras operando no Mercosul:
- ✓ The News Corportion Limited (holding - Austrália);
  - ✓ Fox Sports International BV (distribuidora de direitos esportivos - Holanda);
  - ✓ NDS Group plc. (distribuidora de tecnologia - Reino Unido);
  - ✓ DTH TechCo Partners (prestadora de serviços técnicos - Estados Unidos da América - EUA);
  - ✓ SKY Argentina DTH Management LCC (holding - EUA);
  - ✓ SKY Multi-Country Partners (holding - EUA);
  - ✓ Fox Worldwide Telecommunications LCC (prestadora de serviços de tecnologia - EUA);
  - ✓ Twentieth Century Fox International Corporation (distribuidora de filmes e TV - EUA); e
  - ✓ Fox Latin America Channel Inc. (programadora de canais para TV por assinatura - EUA).

12. As Requerentes enumeraram diversas operações efetuadas pelo GRUPO NEWS CORP. no país nos últimos três anos, conforme o item I.10 do Anexo I da Norma n.º 04/98 - Anatel (fls. 37 e 38 do AC 29160/2004). Entre elas, cumpre destacar o Ato de Concentração n.º 53500.002423/2003, que trata da aquisição de 34% (trinta e quatro por cento) das ações da HUGHES ELECTRONIC CORPORATION (antiga denominação da **DIRECTV**) pela **NEWS CORP.**


13. No que se refere ao faturamento no último exercício, foram apresentados dados confidenciais que constam do Anexo 6.1 deste Informe (fls. 36 e 641 do AC 29160/2004).

#### 4.2.2. THE DIRECTV GROUP

14. A **THE DIRECTV GROUP (DIRECTV)**, empresa norte-americana com sede em 200, North Sepulveda Boulevard, na cidade de El Segundo, Califórnia, EUA, é uma empresa holding, sem atividades específicas.

15. Segundo informações prestadas quando da apresentação do Ato de Concentração (fl. 29 do AC 29160/2004), em 5 de agosto de 2004, 1.385.111.670 (um bilhão, trezentos e oitenta e cinco

5

	<h1>INFORME</h1>	ORIGEM: 2045
		CMLCE
		NÚMERO: 70
		DATA: 16/8/05

milhões, cento e onze mil, seiscentas e setenta) ações ordinárias da **DIRECTV** foram emitidas e estavam em circulação, das quais:

- a) a **NEWS CORP.**, por meio de participação de 82% (oitenta e dois por cento) em sua subsidiária, **FOX ENTERTAINMENT GROUP**, detém 470.420.762 (quatrocentos e setenta milhões, quatrocentas e vinte mil, setecentas e sessenta e duas) ações ou 34% (trinta e quatro por cento) do capital votante;
- b) a **U.S. TRUST CORPORATION** detém 272.911.344 (duzentos e setenta e dois milhões, novecentas e onze mil, trezentas e quarenta e quatro) ações ou 19% (dezenove por cento) do capital votante; e
- c) o público detém o restante das ações em circulação.


16. Em última análise, a empresa holding do grupo de empresas **THE DIRECTV GROUP, INC.** (**GRUPO DIRECTV**), de origem norte-americana, é a própria Requerente, **DIRECTV**. De acordo com as informações prestadas, a **DIRECTV** presta serviços de distribuição de entretenimento para televisão digital, serviços de banda larga e serviços de vídeo e transmissão, incluindo a fabricação de equipamentos relacionados a tais atividades.

17. Conforme dados apresentados pelas Requerentes, são as seguintes as empresas componentes do **GRUPO DIRECTV** com atuação no Brasil e no Mercosul, bem como as empresas em que ao menos uma das integrantes do grupo detenha participação no capital social superior a 5% (cinco por cento), com atuação no Brasil e no Mercosul (fls. 33 e 34 do AC 29160/2004):

- a) No Brasil:
  - ✓ GLA Brasil Ltda. (holding);
  - ✓ TV Capital Participações Ltda. (holding);
  - ✓ DirecTV Brasil Ltda., anteriormente denominada GALAXY BRASIL LTDA. (TV por Assinatura);<sup>1</sup>
  - ✓ Hughes do Brasil Eletrônica e Comunicações S.A. (serviços de telecomunicações);
  - ✓ Hughes do Brasil Telecomunicações Ltda. (atividades de telecomunicações - equipamentos); e
  - ✓ DirecTV Programações Videofonográficas Ltda.
- b) Nos demais países do Mercosul:
  - ✓ GLA Argentina SRL (TV por assinatura);
  - ✓ DirecTV de Uruguay Ltda. (TV por assinatura); e
  - ✓ Galaxy Entertainment de Argentina S.A. (TV por assinatura).

18. As Requerentes enumeraram diversas operações efetuadas pelo **GRUPO DIRECTV** no país nos últimos três anos, conforme o item I.10 do Anexo I da Norma n.º 04/98 - Anatel (fls. 38 e 39 do AC 29160/2004). Entre elas, cumpre destacar o Ato de Concentração n.º 53500.002423/2003, que trata

<sup>1</sup> Em que pese a informação prestada pelas Requerentes, não há registro junto a esta Agência da alteração da denominação social da GALAXY BRASIL LTDA. para **DIRECTV BRASIL LTDA.**

	<h1>INFORME</h1>	ORIGEM:
		CMLCE
		NÚMERO: 70
		DATA: 16/8/05

da aquisição de 34% (trinta e quatro por cento) das ações da HUGHES ELECTRONIC CORPORATION (antiga denominação da **DIRECTV**) pela **NEWS CORP.**

19. No que se refere ao faturamento no último exercício, foram apresentados dados confidenciais que constam do Anexo 6.1 deste Informe (fls. 36 e 641 do AC 29160/2004).

#### 4.2.3. GLOBO COMUNICAÇÕES E PARTICIPAÇÕES S.A.

20. A **GLOBO COMUNICAÇÕES E PARTICIPAÇÕES S.A. (GLOBOPAR)**, empresa brasileira inscrita no CNPJ/MF sob o n.º 27.865.757/0001-02, com sede na Avenida Afrânio de Melo Franco, n.º 135, Leblon, na cidade do Rio de Janeiro, no Estado do Rio de Janeiro, CEP 13478-820, é uma empresa holding, sem atividades específicas.

21. Segundo informações prestadas quando da apresentação do Ato de Concentração, seu quadro societário está assim composto (fl. 30 do AC 29160/2004):


ACIONISTAS	AÇÕES ORDINÁRIAS	AÇÕES PREFERENCIAIS	TOTAL	PARTICIPAÇÃO (%)	
				VOTANTE	TOTAL
GLOBO RIO PARTICIPAÇÕES LTDA.	333.666	665.334	999.000	99,900	99,900
JOÃO ROBERTO MARINHO	111	222	333	0,033	0,033
ROBERTO IRINEU MARINHO	112	222	334	0,034	0,034
JOSÉ ROBERTO MARINHO	111	222	333	0,033	0,033
<b>TOTAL</b>	<b>334.000</b>	<b>666.000</b>	<b>1.000.000</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>

22. A **GLOBOPAR** é parte das ORGANIZAÇÕES GLOBO, grupo brasileiro que, na área de mídia e entretenimento, desenvolve atividades nas seguintes linhas de negócio: radiodifusão sonora e de sons e imagens, produção de programas de televisão e de filmes, programação de canais de televisão por assinatura, comercialização de direitos de exibição e de transmissão de conteúdos audiovisuais e de canais de programação, provimento de SCEMA, edição e publicação de jornais, revistas e livros, edição de CDs e DVDs e criação e distribuição de conteúdos *on line*.

23. Conforme documentos públicos e dados enviados a esta Agência pelas Requerentes, são as seguintes as empresas componentes das ORGANIZAÇÕES GLOBO com atuação no Brasil, bem como as empresas em que ao menos uma das integrantes do grupo participação no capital social superior a 5% (cinco por cento), com atuação no Brasil (fls. 9 a 11 e 1.710 a 1.714 do AC 29160/2004):

- |                                       |   |
|---------------------------------------|---|
| ✓ <b>GLOBOPAR</b> (holding)           | ✓ Power Company S.A.                            |
| ✓ Cabodinâmica TV Cabo São Paulo S.A. | ✓ Rádio Excelsior Ltda. (rádio)                 |
| ✓ Canal Brazil S.A.                   | ✓ Rádio Globo S.A. (rádio)                      |
| ✓ Comercial Fonográfica RGE Ltda.     | ✓ Radioclick Serviços Interativos Ltda.         |
| ✓ Distel Holding S.A.                 | ✓ Roma Participações Ltda.                      |
| ✓ DTH Comércio e Participações S.A.   | ✓ Sanland Investment S.A.                       |
| ✓ DTH USA Inc.                        | ✓ São Marcos Empreendimentos Imobiliários Ltda. |
| ✓ Editora Globo S.A. (editora)        | ✓ Seguradora Roma S.A. (seguros)                |


71

	<h1>INFORME</h1>	ORIGEM:
		CMLCE
		NÚMERO: 70
		DATA: 16/8/05

- |   |  |
|---|--|
| ✓ Empresa Jornalística Diário de São Paulo Ltda. (mídia impressa)           | ✓ SIGEM – Sistema Globo de Edições Musicais Ltda.                    |
| ✓ Endemol Globo S.A.  | ✓ SIGLA – Sistema Globo de Gravações Audiovisuais Ltda. (fonografia) |
| ✓ GET Empreendimentos Temáticos Ltda.                                       | ✓ SKY Brasil Serviços Ltda.  |
| ✓ GLB Participações Ltda.   | ✓ SKY Multi-Country Partners (televisão via satélite)                |
| ✓ GLB Serviços Interativos S.A. (Internet)                                  | ✓ Telecine Programação de Filmes Ltda.                               |
| ✓ Globo Cochrane Gráfica Ltda. (gráfica)                                    | ✓ Televisão a Cabo de Novo Hamburgo Ltda.                            |
| ✓ Globo Internacional Company Ltd.  | ✓ TV a Cabo Chapecó Ltda.  |
| ✓ Globo Overseas Investiments B.V   | ✓ TV Cabo Resistência Ltda.  |
| ✓ Globo Rede S.A. (Internet)  | ✓ TV Globo Ltda. (TV aberta)   |
| ✓ Globo Rio Participações e Serviços Ltda.                                  | ✓ TV SKY Shop S.A.   |
| ✓ Globosat Programadora Ltda. (programadora)                                | ✓ TV Vídeo Cabo de Belo Horizonte Ltda.                              |
| ✓ GME Marketing Esportivo Ltda.   | ✓ UGB Participações S.A.   |
| ✓ Infoglobo Comunicações Ltda. (mídia impressa)                             | ✓ União Participações Ltda.  |
| ✓ Interpro-International Promotions Ltda.                                   | ✓ Uruguaiana – Empresa de TV a Cabo Ltda.                            |
| ✓ Multicanal Telecomunicações S.A.  | ✓ USA Brasil Programadora Ltda.                                      |
| ✓ NET Brasil S.A.   | ✓ Valor Econômico S.A. (mídia impressa)                              |
| ✓ NET Santos Ltda.  | ✓ Worldwide Financial Trading Limited.                               |
| ✓ NET SAT Overseas Limited.   | ✓ Zende – Serviços de Apoio e Logística Ltda.                        |
| ✓ NET Serviços de Comunicações S.A. (MSO - operadora de sistemas múltiplos) |  |
| ✓ Porto Esperança Comércio e Serviços Ltda.                                 |  |
| ✓ NET Anápolis Ltda.  | ✓ NET Paraná Comunicações Ltda.                                      |
| ✓ NET Araçatuba Ltda.   | ✓ NET Piracicaba Ltda.   |
| ✓ NET Bauru Ltda.   | ✓ NET Recife Ltda.   |
| ✓ NET Belo Horizonte Ltda.  | ✓ NET Ribeirão Preto S.A.  |
| ✓ NET Brasília Ltda.  | ✓ NET Rio S.A.   |
| ✓ NET Campinas Ltda.  | ✓ NET São Carlos S.A.  |
| ✓ NET Campo Grande Ltda.  | ✓ NET São José do Rio Preto Ltda.                                    |
| ✓ NET Curitiba Ltda.  | ✓ NET São Paulo Ltda.  |
| ✓ NET Florianópolis Ltda.   | ✓ NET Sorocaba Ltda.   |
| ✓ NET Franca Ltda.  | ✓ NET Sul Comunicações Ltda.   |
| ✓ NET Goiânia Ltda.   | ✓ <u>SKY BRASIL SERVIÇOS LTDA.</u>                                   |
| ✓ NET Indaiatuba Ltda.  | ✓ DR Empresa de Distribuição e Recepção de TV Ltda.                  |
| ✓ NET Joinville Ltda.   | ✓ Horizonte Sul Comunicações Ltda.                                   |
| ✓ NET Londrina Ltda.  | ✓ Televisão a Cabo Criciúma Ltda.                                    |
| ✓ NET Maringá Ltda.   | ✓ TV Cabo e Comunicações de Jundiá S.A.                              |

24. As Requerentes enumeraram três operações efetuadas pelas ORGANIZAÇÕES GLOBO no país nos últimos três anos, conforme o item I.10 do Anexo I da Norma n.º 04/98 - Anatel (fl. 13 do AC 29160/2004).

25. No que se refere ao faturamento no último exercício, foram apresentados dados confidenciais que constam do Anexo 6.1 deste Informe (fls. 36, 37 e 642 do AC 29160/2004).

	<h1>INFORME</h1>	ORIGEM: <span style="float: right;">2018</span>
		CMLCE <span style="float: right;">87</span>
		NÚMERO: 70
		DATA: 16/8/05

**4.2.4. GENERAL MOTORS CORPORATION**

26. A **GENERAL MOTORS CORPORATION (GM)**, empresa norte-americana com sede em 300, Renaissance Center, na cidade de Detroit, Michigan, EUA, é uma empresa holding, sem atividades específicas.

27. Segundo informações prestadas quando da apresentação do Ato de Concentração (fl. 6 do AC 2423/2004), a **GM** tem como acionistas principais a STATE STREET BANK AND TRUST COMPANY, com 12% (doze por cento) do capital social, e a US TRUST CORPORATION, com 5,3% (cinco vírgula três por cento) do capital social, sendo que ambos detêm poder de voto combinado das Ações Ordinárias e das Ações Ordinárias Classe H.

28. A **GM** faz parte do GRUPO GM, de origem norte-americana, que desenvolve suas principais atividades em dois segmentos de negócio: (a) automotivo e (b) operações de financiamento e seguros e outras operações. O segmento automotivo desenvolve, produz e comercializa automóveis, caminhões, locomotivas e transmissões pesadas, bem como peças e acessórios relacionados a tais produtos. O segmento de operações de financiamento e seguros desenvolve suas atividades por meio da GENERAL MOTORS ACCEPTANCE CORPORATION, oferecendo financiamentos automotivos, hipotecas e financiamentos de negócios e serviços de seguro a clientes no mundo todo.

29. Conforme os dados apresentados pelas Requerentes, são as seguintes as empresas que compõem o GRUPO GM com atuação no Brasil e no Mercosul, bem como as empresas em que ao menos uma das integrantes do grupo detenha participação no capital social superior a 5% (cinco por cento), com atuação no Brasil e no Mercosul (fl. 10 do AC 2423/2003):<sup>2</sup>

- a) No Brasil:
  - ✓ General Motors do Brasil Ltda. (indústria automotiva); e
  - ✓ Banco General Motors S.A. (atividades bancárias).
  
- b) Nos demais países do Mercosul:
  - ✓ General Motors de Argentina S.A. (indústria automotiva); e
  - ✓ General Motors Uruguay, S.A. (indústria automotiva).

30. As Requerentes enumeraram diversas operações efetuadas pelo GRUPO GM no país nos últimos três anos, conforme o item I.10 do Anexo I da Norma n.º 04/98 - Anatel (fls. 15 e 16 do AC 2423/2003).


31. No que se refere ao faturamento no último exercício, foram apresentados dados confidenciais que constam do Anexo 6.1 deste Informe (fl. 13 do AC 2423/2003).

**4.3. EMPRESAS OBJETO E TERCEIRAS INTERESSADAS**

32. O Ato de Concentração n.º 53500.002423/2003 tem como empresa objeto a **DIRECTV**, ainda sob sua antiga denominação, **HUGHES ELECTRONIC CORPORATION**.

<sup>2</sup> Conforme informado pelas Requerentes, os serviços de comunicação do GRUPO GM eram prestados pela **DIRECTV**.

90

	<h1>INFORME</h1>	ORIGEM:	2004 57
		CMLCE	
		NÚMERO:	10
		DATA:	16/8/05

33. Já o Ato de Concentração n.º 53500.0029160/2004 tem por objeto as empresas SKY BRASIL SERVIÇOS LTDA. e GALAXY BRASIL LTDA.

34. Isto posto, são três as empresas objeto a serem analisadas.

- a) **DIRECTV**;
- b) SKY BRASIL SERVIÇOS LTDA.; e
- c) GALAXY BRASIL LTDA.

#### 4.3.1. DIRECTV

35. A qualificação da **DIRECTV** já consta do item 4.2.2., parágrafos 14 a 19, do presente Informe.

#### 4.3.2. SKY BRASIL SERVIÇOS LTDA.

36. A SKY BRASIL SERVIÇOS LTDA. (SKY BRASIL), inscrita no CNPJ/MF sob o n.º 72.820.822/0001-20, é uma empresa autorizada a explorar o Serviço de Distribuição de Sinais de Televisão e de Áudio por Assinatura Via Satélite (DTH) em âmbito nacional, nos termos do Ato n.º 44.754, de 15 de junho de 2004, publicado no Diário Oficial da União do dia 18 subsequente.

37. Os quadros societário e diretivo de acordo com os cadastros mantidos por esta Gerência, estão registrados da seguinte forma (66.<sup>a</sup> Alteração do Contrato Social):

QUOTISTAS	N.º DE QUOTAS	VALOR (R\$)	%
NEWS DTH DO BRASIL COMÉRCIO E PARTICIPAÇÕES LTDA.	576.957.067	576.957.067,00	49,7
DTH COMÉRCIO E PARTICIPAÇÕES S.A.	467.834.403	467.834.403,00	40,3
LIBERTY BRASIL DTH LTDA.	116.087.941	116.087.941,00	10,0
<b>TOTAL</b>	<b>1.160.879.411</b>	<b>1.160.879.411,00</b>	<b>100,0</b>


#### Gerente Delegado:

RICARDO MIRANDA SILVA

38. Diante do quadro societário da **SKY BRASIL**, no qual nenhum dos sócios detém a maioria do capital social da empresa, cumpre ressaltar que, à luz da regulamentação aplicável e de acordo com a documentação constante do processo jurídico de interesse da SKY BRASIL, seu controle é exercido de forma compartilhada pelas sócias DTH COMÉRCIO E PARTICIPAÇÕES S.A, pertencente às ORGANIZAÇÕES GLOBO, e NEWS DTH DO BRASIL COMÉRCIO E PARTICIPAÇÕES LTDA., controlada pela THE NEWS CORPORATION LIMITED.<sup>3</sup>

<sup>3</sup> Informe n.º 42/CMLCE, de 1.º de junho de 2005 (cópia às fls. 2.006 a 2.012 do AC 29160/2004).



	<h1>INFORME</h1>	ORIGEM: <i>Rosa</i>
		CMLCE: <i>9</i>
		NÚMERO: <i>70</i>
		DATA: <i>16/8/05</i>

### 4.3.3. GALAXY BRASIL LTDA.

39. A GALAXY BRASIL LTDA. (DIRECTV BRASIL), inscrita no CNPJ/MF sob o n.º 00.497.373.0001-10, é detentora de:

- a) autorização para exploração do Serviço de Distribuição de Sinais de Televisão e de Áudio por Assinatura (DTH), nos termos do Ato n.º 22.429, de 28 de janeiro de 2002;
- b) autorização para exploração do Serviço de Rede Especializado, nos termos do Ato n.º 626, de 27 de julho de 1998; e
- c) autorização para execução do Serviço Limitado Privado, nos termos do Ato n.º 309, de 3 de junho de 1998.

40. Os quadros societário e diretivo de acordo com os cadastros mantidos por esta Gerência, estão registrados da seguinte forma (19.ª Alteração do Contrato Social):

QUOTISTAS	N.º DE QUOTAS	VALOR (R\$)	%
GLA BRASIL LTDA.	1	10,00	0,01
TV CAPITAL PARTICIPAÇÕES LTDA.	101.448.739	1.014.487.390,00	99,99
<b>TOTAL</b>	<b>101.448.740</b>	<b>1.014.487.400,00</b>	<b>100,00</b>

**Diretores:**

DELFINO AURÉLIO DE FREITAS  
LUIZ EDUARDO BAPTISTA PINTO DA ROCHA  
LUIZ CARLOS GALVÃO LOBO FILHO

41. Cumpre informar que a DIRECTV BRASIL protocolizou perante esta Agência pedido de prévia anuência para transferência de quotas e de controle, operação esta que configura a primeira fase da operação objeto do Ato de Concentração n.º 53500.029160/2004, por meio da qual:

- a) A SKY BRASIL adquirirá 99,98% (noventa e nove vírgula noventa e nove por cento) das quotas da TV CAPITAL PARTICIPAÇÕES LTDA. (controladora direta da DIRECTV BRASIL), sendo que a GLA BRASIL LTDA. permanecerá com 0,01% (zero vírgula um por cento) e a DTH COMÉRCIO E PARTICIPAÇÕES S.A. obterá 0,01% (zero vírgula um por cento) das quotas remanescentes da TV CAPITAL PARTICIPAÇÕES LTDA.
- b) A TV CAPITAL PARTICIPAÇÕES LTDA. continuará como sócia majoritária (controladora direta) da DIRECTV BRASIL, bem como com poderes de nomear e destituir os Diretores da DIRECTV BRASIL, instalar reuniões de sócios e deliberar sobre qualquer matéria da Sociedade.

42. Este pedido já foi analisado pela Superintendência de Serviços de Comunicação de Massa, nos termos do Informe n.º 49/CMLCE, de 21 de junho de 2005 (cópias às fls. 2.013 a 2.021 do AC 29160/2004). Entretanto, ainda encontra-se pendente de deliberação por parte do Conselho Diretor da Anatel. *[assinatura]*

	<h1>INFORME</h1>	ORIGEM: <span style="float: right;">205</span>
		CMLCE <span style="float: right;">20</span>
		NÚMERO: 70
		DATA: 16/8/05

43. Pedido de igual teor foi apresentado à Superintendência de Serviços Privados, sob n.º 53500.005479/2005, ainda em fase de análise.

#### 4.3.4. TERCEIRAS INTERESSADAS

44. A RÁDIO E TELEVISÃO BANDEIRANTES LTDA., inscrita no CNPJ/MF sob o n.º 60.509.239/0001-13, solicitou, em 14 de janeiro de 2005, a sua admissão, nos autos do Ato de Concentração n.º 53500.026190/2004, na qualidade de terceira interessada (fls. 2.258 a 2.259 do AC 2423/2003, e fls. 1.514 a 1.518 do AC 29160/2004). A empresa assim justifica seu interesse, *in verbis*:

O interesse em acompanhar o deslinde deste processo decorre do fato de a Requerente atuar no mesmo mercado das empresas comunicantes do ato de concentração em referência, ou seja, o mercado de TV por assinatura de transmissão via satélite. Especialmente tendo-se em vista que a presente operação poderá implicar na criação da maior empresa do setor, congregando o poder econômico da **NEWS CORP.** e da **GLOBOPAR** em uma única empresa com condições suficientes de dominar o mercado.

45. A ASSOCIAÇÃO NEO TV, inscrita no CNPJ/MF sob o n.º 03.571.517/0001-29, também solicitou que fosse considerada como terceira interessada em ambos os Atos de Concentração, aduzindo para tanto que (fls. 780 a 802 do AC 2423/2003, e fls. 1.626 a 1.628 do AC 29160/2004):

Fundada em 1999, a NEO TV é uma associação sem fins lucrativo, que tem como objetivo o fortalecimento do mercado de TV paga no Brasil, enfocando questões pertinentes à programação e sua influência na operação do negócio, além de atender às necessidades dos assinantes.

46. Os pleitos foram deferidos nos termos dos art. 4.º, II, e 42, ambos da Norma n.º 07/99 - Anatel - anexa à Resolução n.º 195, de 7 de dezembro de 1999 (Procedimentos administrativos para apuração e repressão das infrações da ordem econômica e para o controle dos atos e contratos no setor de telecomunicações).

47. Em razão disso, ambas puderam requerer vistas do processo, obter certidões ou cópias reprográficas dos dados e documentos que o integrem, juntar documentos e pareceres, requerer diligências e perícias e, ainda, aduzir alegações referentes à matéria objeto dos processos, ressaltando-se as informações de caráter sigiloso e a participação em reuniões realizadas com as Requerentes, conquanto, esta última, não amparada pela regulamentação aplicável (fls. 814, 815, 2.560 e 2.561 do AC 2423/2003, e fls. 1.518, 1.519, 1.630 e 1.631 do AC 29160/2004).

#### 4.4. OPERAÇÃO - AC 2423/2003

##### 4.4.1. DESCRIÇÃO DA OPERAÇÃO

48. Trata-se de operação integralmente estruturada e concluída nos EUA em 22 de dezembro de 2003, após as necessárias aprovações regulatórias e dos órgãos de defesa da concorrência americanos. Entretanto, como a operação está sujeita a uma condição suspensiva, qual seja, a

2052

	<h1>INFORME</h1>	ORIGEM:	ETD
		CMLCE	
		NÚMERO:	70
		DATA:	16/8/05

aprovação pela autoridade brasileira de defesa da concorrência, será descrita hipoteticamente, como se ainda não houvesse sido finalizada.

49. Na operação, a **NEWS CORP.**, por meio de sua subsidiária norte-americana **FOX ENTERTAINMENT GROUP, INC. (FOX)**, pretende adquirir 34% (trinta e quatro por cento) das ações da **DIRECTV**, sendo 19,9% (dezenove vírgula nove por cento) dessas ações adquiridas da **GM**, e os demais 14,1% (quatorze vírgula um por cento) adquiridos de outros acionistas públicos da **DIRECTV**, entre eles fundos de pensão da **GM**.<sup>4</sup>

50. Ressalta-se, consoante os aspectos a seguir aduzidos, como efeito indireto dessa operação no Brasil, o fato de que a **NEWS CORP.**, que já era detentora de uma participação indireta na **SKY BRASIL**, acabou por adquirir uma participação indireta em outra Prestadora brasileira de DTH, a **DIRECTV BRASIL**.<sup>5</sup>

51. Conforme as informações apresentadas pelas Requerentes, “em termos globais, a operação notificada ocorrerá na indústria de comunicação e entretenimento, especificamente no mercado de transmissão de TV, comunicação via satélite e serviços relacionados”.

52. Como razões consideradas decisivas para a realização da operação, as Requerentes aduzem que (fls. 20 e 21 do AC 2423/2003):

Principais razões para a NEWS CORP.:

Por meio da presente operação, a NEWS CORP. pretende fazer um investimento estratégico no segmento de TV por assinatura nos Estados Unidos, um segmento no qual a empresa não participa atualmente, com exceção de sua atuação como fornecedora de conteúdo para distribuição. Considerando portanto as razões primordiais da operação estruturada nos Estados Unidos da América, tem-se portanto que a aquisição indireta da participação da HUGHES em empresas com atividades no Brasil é mera consequência da operação inteiramente planejada e formalizada no exterior. Portanto, a aquisição indireta de participação na HUGHES no mercado local não estava entre as razões para a realização da operação.


Principais razões para a GM:

A GM deseja vender o negócio de Comunicação e Entretenimento desenvolvido por sua subsidiária integral Hughes, uma vez que o mesmo não

<sup>4</sup> Ressalte-se, mais uma vez, que à época da notificação da operação, a **DIRECTV** ainda estava sob a denominação **HUGHES ELECTRONIC CORPORATION**.

<sup>5</sup> A entrada da **NEWS CORP.** no mercado de SCEMa, por meio da **SKY BRASIL**, foi objeto de análise nos autos do Processo Jurídico n.º 53000.000458/1996, que tratou dos aspectos regulatórios da transferência da outorga para prestação do Serviço DTH anteriormente detida pela **GLOBOPAR** para a **SKY BRASIL**. Esta operação foi aprovada por meio do Ato n.º 44.754, de 15 de junho de 2004, publicado no DOU do dia 18 subsequente.

Deve-se ressaltar que, quando da aprovação, sob a ótica regulatória, da operação notificada por meio deste Ato de Concentração n.º 53500.002423/2003, ocorrida nos autos do Processo Jurídico n.º 53500.000994/1999 (Ato n.º 40.360, de 6 de novembro de 2003, publicado no DOU do dia 12 subsequente), a transferência da outorga da **GLOBOPAR** para a **SKY BRASIL** não havia sido efetivada, conforme se verifica confrontando as datas dos Atos expedidos nos dois Processos Jurídicos aqui referidos.

	<h1>INFORME</h1>	ORIGEM: <span style="float: right;">2053</span>
		CMLCE <span style="float: right;">E7</span>
		NÚMERO: 70
		DATA: 16/8/05

pertence às suas atividades principais (ao seu "core business"). De fato, o objetivo principal da **GM** é focar-se na especialização de suas operações principais, quais sejam, as relacionadas à indústria automotiva. Ademais, a atual estrutura de capital da **HUGHES**, na condição de subsidiária integral da **GM** sujeita ao "tracking stocks" da **GM** (ver item I.4 acima), acaba limitando a capacidade da empresa de aumentar capital para investimentos que são necessários para seus próprios negócios. Tornando-se uma empresa independente, a **HUGHES** será capaz de acessar diretamente mercados acionários por conta e interesses próprios. [grifos no original]

53. A operação notificada será realizada em duas etapas.

54. Primeiramente, far-se-á uma operação de cisão, na qual as *tracking stocks* da **GM** relacionadas com as operações da **DIRECTV**, negociadas em bolsa sob a denominação de "ações ordinárias classe H da **GM**" (GMH), serão trocadas por ações ordinárias da **DIRECTV**, sendo que as ações GMH serão canceladas. Após a cisão, a **DIRECTV** será uma empresa de capital aberto, independente de sua antiga controladora (**GM**), com aproximadamente 80,1% (oitenta vírgula um por cento) de seu capital detido pelos fundos de pensão e outros planos de benefícios da **GM** e por ações pertencentes ao público e, aproximadamente, 19,9% (dezenove vírgula nove por cento), serão detidos pela **GM**.

55. Assim, inicialmente, haverá a cisão parcial da **GM**, de forma que a **HUGHES** se torne uma empresa independente em relação à sua antiga controladora (**GM**).


56. Na segunda etapa da operação, que poderá ocorrer simultaneamente ou após a cisão acima, ocorrerão as seguintes operações:

a) A **NEWS CORP.**, ou empresa por ela designada, adquirirá a participação de 19,9% (dezenove vírgula nove por cento) da **GM** na **DIRECTV** pelo preço de US\$ 14,00 (quatorze dólares americanos) por ação, em dinheiro. A critério da **NEWS CORP.**, 20% (vinte por cento) de tal participação poderá ser adquirido com ADR preferenciais (tipo de ação) da **NEWS CORP.**, em vez de serem adquiridos em dinheiro.

b) Uma subsidiária especialmente constituída pela **NEWS CORP.** será incorporada à **DIRECTV**, sendo que a **DIRECTV** será a entidade sobrevivente.

c) Na incorporação, a **NEWS CORP.** adquirirá uma parcela adicional de 14,1% (quatorze vírgula um por cento) da **DIRECTV** pelo preço de US\$ 14,00 (quatorze dólares americanos) por ação, a ser pago, a critério da **NEWS CORP.**, sob a forma de ADR preferenciais e dinheiro (a ser decidido pelo menos três dias úteis antes do fechamento). Como resultado da incorporação, cada acionista da **DIRECTV** receberá pagamento para cada ação da **DIRECTV** detida antes da incorporação, consistindo em aproximadamente 82,4% (oitenta e dois vírgula quatro por cento) de participação na **HUGHES** e 17,6% (dezessete vírgula seis por cento) em ações da **NEWS CORP.** e/ou dinheiro.

d) Imediatamente após a incorporação, a **NEWS CORP.** transferirá sua participação na **DIRECTV** para a **FOX**, na qual a **NEWS CORP.** detém atualmente 80,6% (oitenta vírgula

	<h1>INFORME</h1>	ORIGEM:	205
		CMLCE	80
		NÚMERO:	70
		DATA:	16/8/05

seis por cento) do capital total e 90,7% (noventa vírgula sete por cento) do capital com direito a voto, em troca de ações adicionais da FOX e de nota promissória.

57. Como resultado da operação, a **DIRECTV** passará a ser uma empresa independente, constituída nos EUA, com uma classe única de ações ordinárias que será publicamente negociada na bolsa de valores de Nova Iorque. **A NEWS CORP., por meio de sua subsidiária FOX, deterá 34% (trinta e quatro) por cento das ações remanescentes da DIRECTV**, enquanto o fundo de pensão e outros planos de benefícios da **GM**, conjuntamente com o público, deterão os demais 66% (sessenta e seis por cento) da **DIRECTV**.

58. Observe-se que, segundo informações juntadas aos autos (fl. 16 do AC 2423/2003), a **NEWS CORP.** e suas afiliadas (incluindo a FOX) não poderão adquirir ações adicionais da **DIRECTV** por um ano e, sujeitas a determinadas condições, concordaram em não aumentar sua participação na **DIRECTV** para mais de 50% (cinquenta por cento).

59. Note-se que os planos de benefícios de empregados da **GM** não transferirão ou de outra forma alienarão, ou celebrarão contrato, entendimento ou acordo ou quaisquer negociações substanciais relativamente a qualquer transferência ou alienação, de quaisquer ações ordinárias GMH, ações ordinárias da **DIRECTV** ou da sociedade sobrevivente, ou de qualquer valor mobiliário sucessor, antes de um ano após o momento de vigência da cisão.

#### 4.4.2. DOCUMENTAÇÃO APRESENTADA

60. Junto à petição inicial, as Requerentes protocolizaram cópias de alguns documentos.<sup>6</sup> Após solicitação formulada por esta Agência, as Requerentes protocolizaram petição, encaminhando documentos suplementares.<sup>7</sup>

61. Além desses, foram juntados inúmeros documentos relativos a contratos firmados pelas Requerentes ou empresas dos respectivos grupos, acordos e informações, os quais serão identificados no decorrer do presente Informe na medida em que necessário.

<sup>6</sup> **Doc. 4:** *Stock Purchase Agreement* – Contrato de Compra e Venda de Ações (fls. 55 a 179 do AC 2423/2003).  
**Doc. 5:** *Separation Agreement* – Contrato de Desligamento (fls. 182 a 216 do AC 2423/2003).  
**Doc. 6:** *Agreement and Plan of Merger* – Contrato e Plano de Incorporação (fls. 217 a 241 do AC 2423/2003).  
**Doc. 7:** Relatório anual da **NEWS CORP.** 2002 (fls. 242 a 316 do AC 2423/2003).  
**Doc. 8:** Relatório anual da **GM** 2002 (fls. 319 a 480 do AC 2423/2003).  
**Doc. 9:** Relatório anual da **HUGHES** 2002 (fls. 481 a 560 do AC 2423/2003).

<sup>7</sup> Tradução do *Stock Purchase Agreement* – Contrato de Compra e Venda de Ações (fls. 618 a 709 do AC 2423/2003) - juntado como **Doc. 4** anexo à petição inicial.

Tradução do *Separation Agreement* – Contrato de Desligamento (fls. 710 a 751 do AC 2423/2003) - juntado como **Doc. 5** anexo à petição inicial.

Tradução do *Agreement and Plan of Merger* – Contrato e Plano de Incorporação (fls. 752 a 769 do AC 2423/2003) - juntado como **Doc. 6** anexo à petição inicial.

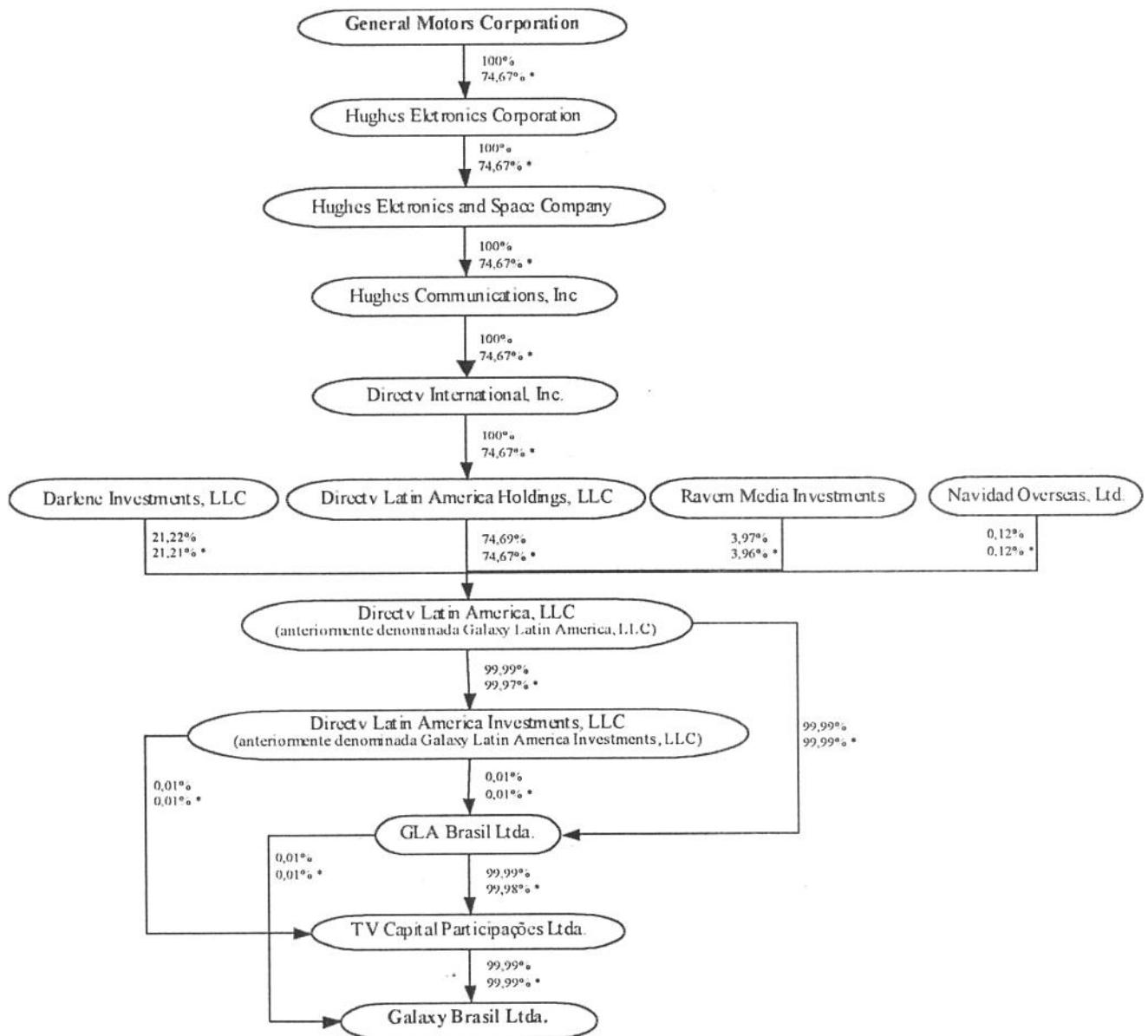


# INFORME

ORIGEM:	2055
CMLCE	ET
NÚMERO:	70
DATA:	16/8/05

## 4.4.3. RESULTADO DA OPERAÇÃO

62. Consoante apresentado pelas Requerentes (fl. 1.522 do AC 2423/2003), a estrutura societária da **DIRECTV** antes da operação era a seguinte:



Legenda:

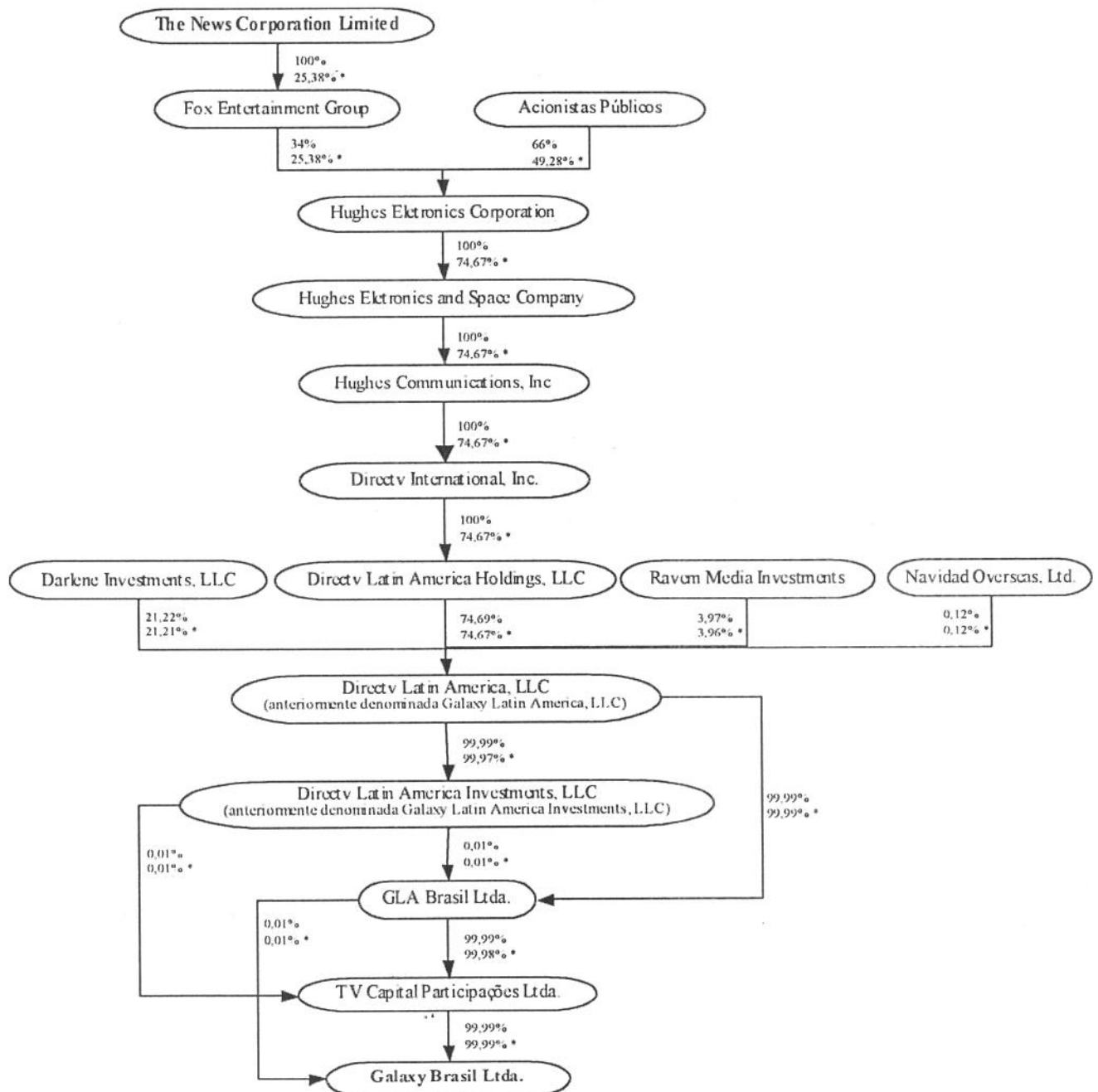
\* - Participação na DIRECTV BRASIL



# INFORME


ORIGEM:	205/E
CMLCE	ED
NÚMERO:	70
DATA:	16/8/05

63. Depois da operação, a estrutura societária passará a ser (fl. 1.523 do AC 2423/2003):



Legenda:

\* - Participação na DIRECTV BRASIL

	<h1>INFORME</h1>	ORIGEM: 205
		CMLCE 82
		NÚMERO: 70
		DATA: 16/8/05

#### 4.4.4. DATA DO FECHAMENTO OU DO ANÚNCIO

64. Os Contratos entre as partes prevendo a realização da operação e seus condicionantes foram assinados em 9 de abril de 2003.

#### 4.4.5. DATA DE APRESENTAÇÃO À ANATEL

65. O Ato de Concentração foi apresentado em 5 de maio de 2003, conforme se verifica à fl. 2 do AC 2423/2003 (carimbo do protocolo).

#### 4.4.6. VALOR DA OPERAÇÃO

66. A operação tem valor aproximado de US\$ 6,6 bilhões (seis bilhões e seiscentos milhões de dólares americanos), o que corresponde a aproximadamente R\$ 19.692.420.000,00 (dezenove bilhões, seiscentos e noventa e dois milhões, quatrocentos e vinte mil reais),<sup>8</sup> sujeito a ajustes, conforme previsto nos contratos juntados quando da apresentação do Ato de Concentração.

67. O preço de compra das ações diz respeito a 80% (oitenta por cento) das ações compradas pela NEWS CORP., qual seja, US\$ 14,00 (quatorze dólares americanos) por ação.

68. Relativamente aos 20% (vinte por cento) restantes, no que diz respeito ao número de ações da NEWS CORP., o Contrato de Compra e Venda (fls. 619 a 709 do AC 2423/2003) afirma ser:


(...) igual ao produto resultante da multiplicação (i) do Índice de Troca (conforme definido no Contrato de Incorporação) pelo (ii) número de Ações de Preço Variável, ressalvado, entretanto, que a Compradora poderá optar, por meio de notificação por escrito (a "Notificação de Opção por Pagamento em Dinheiro SPA) à GM e à HUGHES, até o terceiro Dia Útil anterior à Data do Fechamento, que o Preço de Compra, relativamente às Ações de Preço Variável, consista total ou parcialmente de dinheiro e não totalmente de Ações da Compradora, sendo que dinheiro substituirá a parte de Ações da Compradora que foi especificada na Notificação de Opção por Pagamento em Dinheiro SPA, em um valor em dinheiro (sem juros sobre o mesmo), igual a US\$ 14,00 por Ação Ordinária Classe B da HUGHES adquirida em dinheiro e não em Ações da Compradora (o "Valor em Dinheiro"); ressalvado, entretanto, que, se o Preço Médio de 20 Dias das Ações da Compradora for superior a US\$ 26,88, determinado para o período que termina em e inclui o quinto Dia Útil anterior à Data do Fechamento, então o Valor em Dinheiro será igual ao produto obtido multiplicando-se (i) esse Preço Médio de 20 Dias das Ações da Compradora (ii) pelo Índice de Troca". Deverá constar, ainda, na Notificação de Opção por Pagamento em Dinheiro a porcentagem de Ações de Preço Variável a serem adquiridas por dinheiro e a porcentagem de Ações de Preço Variável a serem adquiridas por Ações da Compradora cujo total será igual a 100% (cem por cento).<sup>9</sup>

<sup>8</sup> Conversão relativa ao câmbio de 5 de maio de 2003.

<sup>9</sup> Este trecho especificamente encontra-se à fl. 627 do AC 2423/2003.



2058

	<h1>INFORME</h1>	ORIGEM: <span style="float: right;">ED</span>
		CMLCE
		NÚMERO: 70
		DATA: 16/8/05

69. Ou seja, os 20% (vinte por cento) restantes ao pagamento da operação, serão pagos em ações da empresa compradora ou em dinheiro, se esta assim optar. Ou, ainda, caso o preço médio de 20 (vinte) dias das ações da compradora seja superior a U\$ 26,88 (vinte e seis dólares americanos e oitenta e oito centavos), determinado para o período que termina em e inclui o quinto dia útil anterior à data de fechamento do contrato, então o valor em dinheiro será calculado multiplicando-se o referido preço médio pelo índice de troca.<sup>10</sup>

#### 4.5. OPERAÇÃO - AC 29160/2004

##### 4.5.1. DESCRIÇÃO DA OPERAÇÃO

70. A operação notificada por meio do Ato de Concentração n.º 53500.0029160/2004 “envolve um ato pelo qual **NEWS CORP.**, **DIRECTV** e **GLOBOPAR** celebram determinados contratos estabelecendo as etapas societárias e negociais visando à associação dos negócios das plataformas da SKY BRASIL SERVIÇOS LTDA. e da GALAXY BRASIL LTDA.”, ambas empresas autorizadas a prestar o Serviço de Distribuição de Sinais de Televisão e de Audio por Assinatura Via Satélite (DTH) em âmbito nacional.

71. Conforme consta das informações apresentadas pelas Requerentes, “a operação notificada ocorrerá no mercado de atuação da SKY BRASIL e da DIRECTV BRASIL, a saber: na indústria de comunicação e entretenimento, especificamente no mercado de TV por assinatura”.

72. **A operação não é consequência de operação realizada entre empresas no exterior, nem envolve ativos, mas apenas trocas de participações acionárias, conforme descrito nos contratos que a disciplinam.**


73. Como razões consideradas decisivas para a realização da operação, as Requerentes aduzem que (fl. 41 do AC 29160/2004):

A operação ora submetida resultou de uma série de fatores conjunturais e econômicos que levaram as Partes a concluir que a associação dos negócios da SKY BRASIL e da DIRECTV BRASIL é a única alternativa para:

(i) incrementar a eficiência na prestação de serviços pela SKY BRASIL e pela DIRECTV BRASIL, de forma que os assinantes possam receber serviços de TV por assinatura de melhor qualidade; e

(ii) pra garantir competitividade da plataforma de DTH no mercado de TV por assinatura, especialmente em um momento em que é notória a vantagem competitiva que operadoras de TV por assinatura via cabo e MMDS detém (e deterão, ainda em maiores escalas) por conta do

<sup>10</sup> A definição de “índice de troca” está no Acordo e Plano de Incorporação (fls. 753 a 769 do AC 2423/2003), mais especificamente à fl. 760, sendo igual ao quociente resultante da divisão de U\$ 14,00 (quatorze dólares americanos) pelo Preço Ajustado das Ações da Compradora (que é o já referido preço médio de 20 dias destas ações).

	<h1>INFORME</h1>	ORIGEM:	28259
		CMLCE	67
		NÚMERO:	70
		DATA:	16/8/05

lançamento de pacotes de serviços denominados "triple play", que incluem TV por assinatura, internet rápida e telefonia.

74. Conforme já dito, embora tenha objeto próprio, a operação submetida por meio do Ato de Concentração n.º 53500.029160/2004 remonta à operação notificada por meio do Ato de Concentração n.º 53500.002423/2003, razão da análise conjunta ora efetivada.

75. No que se refere à fusão das plataformas da SKY BRASIL e DIRECTV BRASIL, aduzem as Requerentes que (fl. 3 do AC 29160/2004):

Conforme mencionado nos autos daquele Ato de Concentração [53500.002423/2003], a aquisição indireta, pela NEWS CORP., de participação na DIRECTV BRASIL não estava entre as razões ou motivações para a realização da operação global. Tanto assim, que as Partes declararam expressamente, no referido Ato, que, naquele momento, a SKY BRASIL e a DIRECTV BRASIL continuariam a operar como negócios separados e independentes, até que a NEWS CORP., a DIRECTV e os respectivos sócios das mesmas em tais negócios no Brasil tivessem a oportunidade de melhor analisar o mercado local e as medidas que poderiam ser tomadas para preservar e aumentar a eficiência e a qualidade dos serviços prestados aos atuais e futuros clientes brasileiros de TV por assinatura.

Como resultado das análises realizadas pela NEWS CORP., pela DIRECTV e pelos respectivos sócios das mesmas em tais negócios no Brasil, análises estas que envolveram não só a situação conjuntural e econômica do mercado de TV por assinatura no País, mas também o desempenho financeiro de cada uma das plataformas, concluiu-se ser imprescindível, para a manutenção da qualidade dos serviços prestados aos consumidores brasileiros no mercado de TV por assinatura por SKY BRASIL e DIRECTV BRASIL, e para a viabilidade econômica dos negócios de ambas as empresas, que fosse implementada a associação dos negócios das duas plataformas.

76. Os principais aspectos das operações e acordos contemplados nos Contratos da Operação,<sup>11</sup> foram assim resumidos pelas Requerentes (fls. 4 a 7 do AC 29160/2004):

a) Reorganização societária da SKY BRASIL:

Após a assinatura dos Contratos da Operação, os sócios da SKY BRASIL celebraram um aditamento ao acordo de sócios da empresa com o objetivo de reverem e modificarem os seus respectivos direitos e obrigações em relação à SKY BRASIL. Tais modificações foram necessárias para refletir o fato de que a GLOBOPAR não realizou quaisquer aportes de capital na SKY BRASIL desde 2002, bem como para formalizar que a GLOBOPAR não deverá ter quaisquer obrigações futuras de financiamento da SKY BRASIL, o que acarretará a redução de sua participação no capital social da empresa. Desta forma, a NEWS CORP., na condição de sócia detentora indireta e individualmente do maior número de cotas da SKY BRASIL, será a principal responsável pela

<sup>11</sup> Conforme informado pelas Requerentes, os Contratos da Operação, para os fins desta submissão, incluem: o *Participation Agreement*, o *Combination Agreement*, o *Second Amended and Restated Quotaholders Agreement*, o *Liberty Media America Purchase Agreement* e o *Latin America Purchase Agreement*.



# INFORME

ORIGEM:	80
CMLCE	
NÚMERO:	70
DATA:	16/8/05

administração da SKY BRASIL, cabendo à GLOPAR papel de minoritária nas deliberações no âmbito da sociedade.<sup>12</sup> [grifo nosso]

b) Reestruturação das participações societárias detidas pela NEWS CORP. na América Latina:

A NEWS CORP. e a DIRECTV decidiram promover uma reestruturação das suas participações societárias, por meio da qual a DIRECTV adquirirá todos ativos relacionados aos serviços de TV por assinatura via DTH detidos pela NEWS CORP. na América Latina, incluindo o Brasil.

c) Reestruturação societária detida pela LIBERTY MEDIA INTERNATIONAL, INC. (LIBERTY) na América Latina:

A LIBERTY também decidiu vender as suas participações nas empresas operadoras de DTH das quais era sócia por meio do contrato *Liberty Media Latin America Purchase Agreement* em 8.10.04.

d) Associação dos negócios da GALAXY BRASIL e da SKY BRASIL:


A conclusão da associação dos negócios da DIRECTV BRASIL e da SKY BRASIL está sujeita a diversas condições suspensivas. Uma vez satisfeitas ou dispensadas tais condições, as partes deverão associar as duas plataformas. A combinação deverá ocorrer por meio da contribuição indireta, pela DIRECTV, de 99,99% das cotas da TV Capital Participações Ltda (a principal sócia da DIRECTV BRASIL) para a SKY BRASIL, em troca da emissão, pela SKY BRASIL a uma afiliada da DIRECTV, de cotas representativas de 29,5% do capital da SKY BRASIL. Assim, por meio dessa etapa da operação, a SKY BRASIL, indiretamente, adquirirá a quase a totalidade das quotas da DIRECTV BRASIL.

e) Migração dos assinantes de ambas as empresas para uma única plataforma:

Após a conclusão da associação dos negócios da SKY BRASIL e da DIRECTV BRASIL, as partes pretendem realizar a migração dos assinantes para uma única plataforma, tendo sido acordado que a plataforma resultante será a SKY BRASIL, haja vista o maior número de assinantes por ela detido quando comparado à DIRECTV BRASIL.

77. No que se refere à condução dos negócios da DIRECTV BRASIL e da SKY BRASIL durante o período entre a assinatura dos Contratos da Operação e a realização da operação de associação dos negociais de ambas as empresas, as Requerentes informaram que estabeleceram, nos termos do *Combination Agreement*, que tanto a DIRECTV BRASIL quanto a SKY BRASIL terão seus negócios

<sup>12</sup> De acordo com as informações prestadas pelas Requerentes nos autos do AC 29160/2004, não é possível inferir se haverá ou não alteração no controle da SKY BRASIL, que atualmente é exercido de forma compartilhada pelas sócias DTH COMÉRCIO E PARTICIPAÇÕES S.A., pertencente às ORGANIZAÇÕES GLOBO, e NEWS DTH DO BRASIL COMÉRCIO E PARTICIPAÇÕES LTDA., controlada pela NEWS CORP. (vide item 4.3.2., parágrafo 38, do presente Informe). Entretanto, nos autos do Processo Jurídico em que está sendo analisada a alteração do controle da DIRECTV BRASIL foi afirmado, por diversas vezes, que, independentemente da participação que as ORGANIZAÇÕES GLOBO venham a deter, direta ou indiretamente, no capital social da SKY BRASIL, o controle continuará sendo compartilhado (cópias às fls. 2.022 a 2.039 do AC 29160/2004).

	<h1>INFORME</h1>	ORIGEM: <span style="float: right;">206/</span>
		CMLCE: <span style="float: right;">87</span>
		NÚMERO: 70
		DATA: 16/8/05

conduzidos “pela forma conduzida anteriormente, de modo a preservar os respectivos negócios intactos em todos os aspectos materiais, visando a garantir que as condições vigentes na data da assinatura do contrato permaneçam inalteradas até a data da efetiva realização da operação (‘stand still provision’). Ademais **DIRECTV** e **NEWS CORP.** também acordaram em manter cada uma das plataformas sob administrações próprias e independentes até a realização da combinação. Espera-se, nesse sentido, que as atuais administrações da SKY BRASIL e da DIRECTV BRASIL sejam mantidas até a efetiva conclusão da operação” (fl. 6 do AC 29160/2004).

#### 4.5.2. DOCUMENTAÇÃO APRESENTADA

78. Junto à petição inicial, as Requerentes protocolizaram cópias de alguns documentos e,<sup>13</sup> em 25 de novembro de 2004, encaminharam cópia, em inglês, dos documentos relacionados com a análise e aprovação da operação em tela pela *Federal Communications Commission (FCC)* (fls. 679 a 1.071 do AC 29160/2004).

79. Em 7 e 21 de janeiro de 2005, após solicitação formulada por esta Agência, as Requerentes protocolizaram petição encaminhando ainda documentos suplementares.<sup>14</sup>

#### 4.5.3. RESULTADO DA OPERAÇÃO

80. Foram apresentados diversos organogramas detalhando as estruturas societárias da SKY BRASIL e da DIRECTV BRASIL antes da operação em análise e após a realização de cada um dos principais aspectos das operações e acordos contemplados nos Contratos da Operação (vide parágrafo 76 do presente Informe), quais sejam:

- <sup>13</sup> **Doc. 5:** *Participation Agreement* (fls. 77 a 138 do AC 29160/2004).  
**Doc. 6:** *Combination Agreement* (fls. 139 a 188 do AC 29160/2004).  
**Doc. 7:** *Latin America Purchase Agreement*, assinado entre **NEWS CORP.** e **DIRECTV** (fls. 189 a 238 do AC 29160/2004).  
**Doc. 8:** *Liberty Media America Purchase Agreement* (fls. 239 a 280 do AC 29160/2004).  
**Doc. 9:** *Second Amended and Restated Quotaholders Agreement* da SKY BRASIL (fls. 281 a 348 do AC 29160/2004).  
**Doc. 10:** Relatório Anual da **NEWS CORP.** 2003 (fls. 349 a 433 do AC 29160/2004).  
**Doc. 11:** Relatório Anual da **DIRECTV** 2003 (fls. 434 a 571 do AC 29160/2004).  
**Doc. 12:** Demonstrações Financeiras da **GLOBOPAR** 2002/2003 (fls. 572 a 625 do AC 29160/2004).

- <sup>14</sup> Tradução do *Latin America Purchase Agreement*, assinado entre **NEWS CORP.** e **DIRECTV** (fls. 1.083 a 1.120 do AC 29160/2004) - juntado como **Doc. 7**, anexo à petição inicial.  
Tradução do *Liberty Media America Purchase Agreement* (fls. 1.021 a 1.154 do AC 29160/2004) - juntado como **Doc. 8**, anexo à petição inicial.  
Tradução do *Second Amended and Restated Quotaholders Agreement* da SKY BRASIL (fls. 1.156 a 1.330 do AC 29160/2004) - juntado como **Doc. 9**, anexo à petição inicial.  
Versão final do *Second Amended and Restated Quotaholders Agreement* da SKY BRASIL (fls. 1.332 a 1.499 do AC 29160/2004).  
Tradução do *Participation Agreement* (fls. 1.527 a 1.553 do AC 29160/2004) - juntado como **Doc. 5**, anexo à petição inicial.  
Tradução do *Combination Agreement* (fls. 1.555 a 1.592 do AC 29160/2004) - juntado como **Doc. 6**, anexo à petição inicial.  
Tradução do *Annex A*, contendo as traduções dos termos usados no *Participation Agreement* e no *Combination Agreement* (fls. 1.594 a 1.618 do AC 29160/2004).



## INFORME

ORIGEM:	2062
CMLCE	ES
NÚMERO:	70
DATA:	16/8/05

- a) antes da operação, fl. 65 do AC 29160/2004;
- b) após a reorganização societária da SKY BRASIL (*Participation Agreement* - capitalização dos AFACS), fl. 67 do AC 29160/2004;
- c) após a reestruturação das participações societárias detidas pela NEWS CORP. na América Latina (*Latin America Purchase Agreement*), fls. 69 e 70 do AC 29160/2004;
- d) após a reestruturação societária detida pela LIBERTY na América Latina (*Latin America Purchase Agreement*), fls. 72 e 73 do AC 29160/2004; e
- e) após a associação dos negócios da DIRECTV BRASIL e da SKY BRASIL (*Combination Agreement*), fls. 75 e 76 do AC 29160/2004.

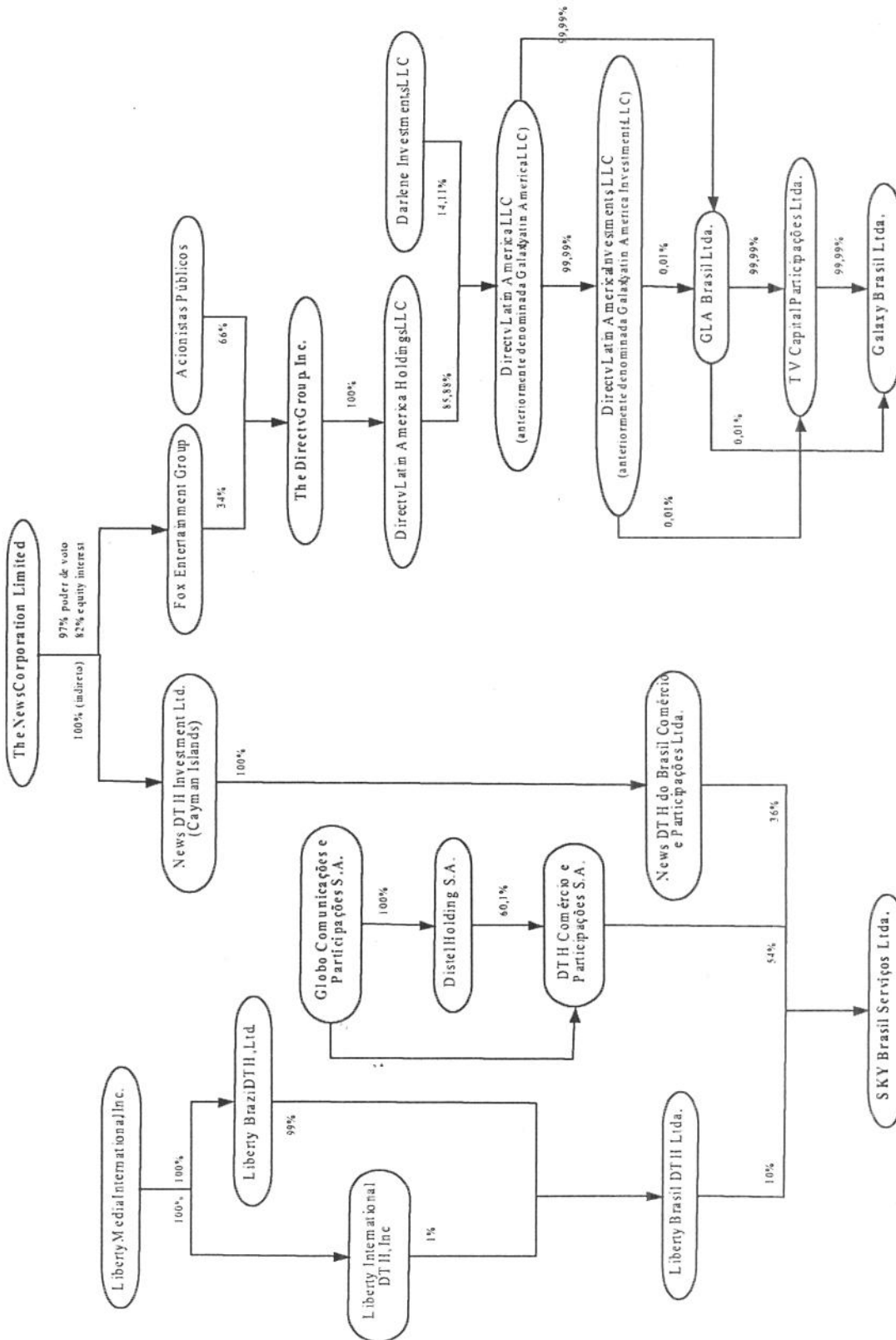
81. Por uma questão de praticidade, somente serão reproduzidas no presente Informe a estrutura inicial e a final da operação.



# INFORME

ORIGEM: 2016  
CMLCE: 31  
NÚMERO: 70  
DATA: 16/8/05

82. As estruturas societárias da SKY BRASIL e da DIRECTV BRASIL antes da operação, conforme apresentado pelas Requerentes, eram as seguintes (fl. 65 do AC 29160/2004):

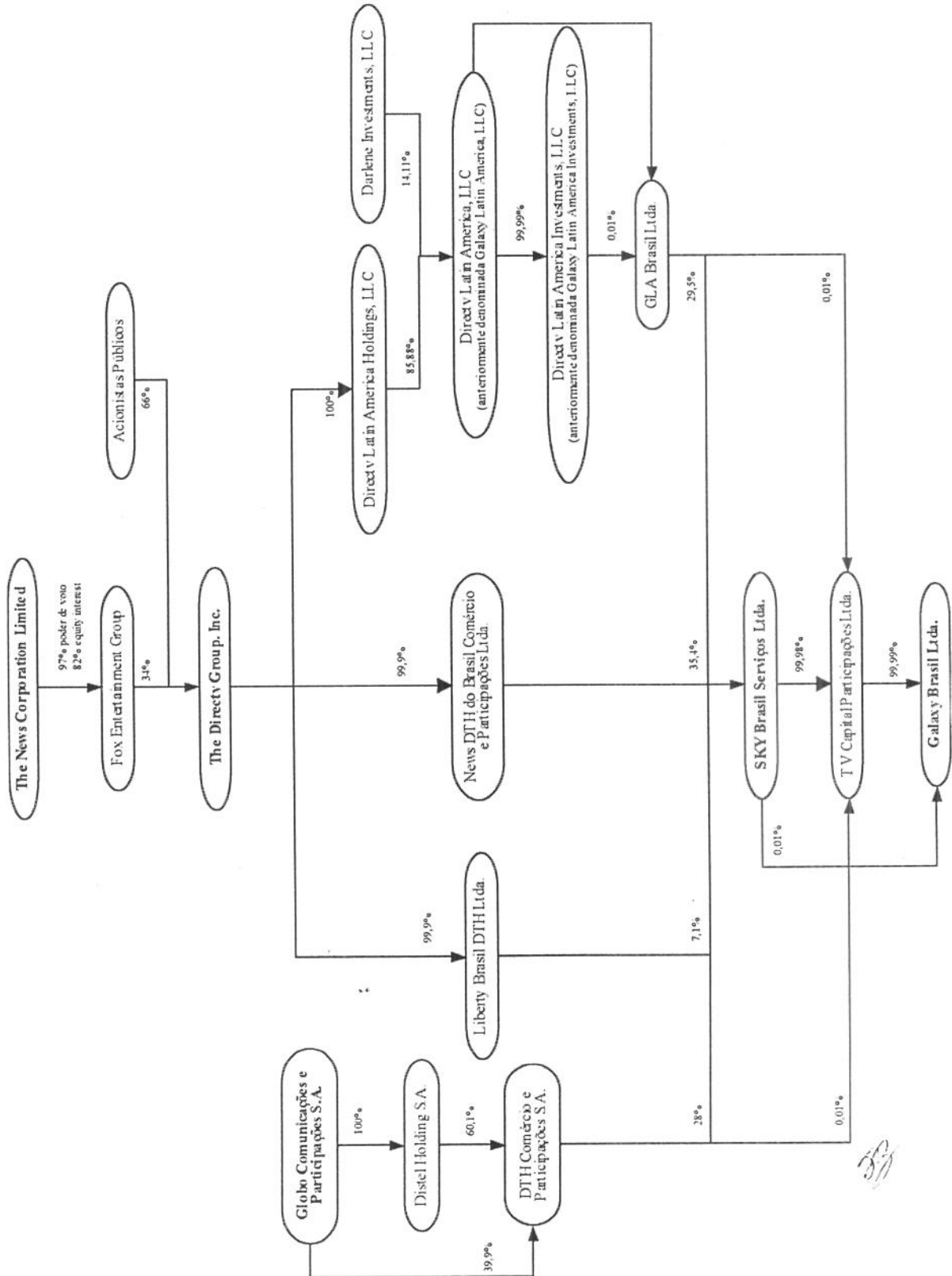





# INFORME

ORIGEM:	CMLCE
NÚMERO:	70
DATA:	16/8/05

83. Depois da operação, as estruturas societárias da SKY BRASIL e da DIRECTV BRASIL passarão a ser (fls. 75 e 76 do AC 29160/2004):



	<h1>INFORME</h1>	ORIGEM:	26.5
		CMLCE	8
		NÚMERO:	70
		DATA:	16/8/05

#### 4.5.4. DATA DO FECHAMENTO OU DO ANÚNCIO

84. O *Participation Agreement* e o *Combination Agreement*, bem como os demais contratos que consubstanciam a operação, foram assinados pelas Requerentes em 8 de outubro de 2004.

85. O fechamento efetivo da operação está sujeito a algumas condições suspensivas, conforme previsto nos contratos.

#### 4.5.5. DATA DE APRESENTAÇÃO À ANATEL

86. O Ato de Concentração foi apresentado em 29 de outubro de 2004, conforme carimbo de protocolo.

#### 4.5.6. VALOR DA OPERAÇÃO

87. Conforme consta do item II.5 do Anexo I da Norma n.º 04/98 - Anatel (fl. 41 do AC 29160/2004), o valor da operação em análise é de aproximadamente US\$ 650 milhões (seiscentos e cinquenta milhões de dólares).

### 4.6. CONSIDERAÇÕES SOBRE A OPERAÇÃO

#### 4.6.1. SUBSUNÇÃO ÀS HIPÓTESES DO ART. 54, CAPUT E § 3.º, DA LEI N.º 8.884, DE 1994

88. A obrigatoriedade de submissão de atos de concentração é dada pelo art. 54, § 3.º da Lei n.º 8.884, de 11 de junho de 1994.<sup>15</sup>


#### 4.6.2. COMPETÊNCIA DA ANATEL

89. Com a promulgação da Lei n.º 9.472, de 16 de julho 1997 (Lei Geral de Telecomunicações - LGT), o setor de telecomunicações passou a ser regulado e fiscalizado pela Anatel, à quem também foi atribuído o dever de implementar sua respectiva concorrência, ficando a cargo da Anatel as competências atribuídas, no Sistema Brasileiro de Defesa da Concorrência (Lei n.º 8.884, de 1997), à Secretaria de Direito Econômico do Ministério da Justiça (SDE/MJ) e à Secretaria de Acompanhamento Econômico do Ministério da Fazenda (SEAE/MF).

<sup>15</sup> **Art. 54:** Os atos, sob qualquer forma manifestados, que possam limitar ou de qualquer forma prejudicar a livre concorrência, ou resultar na dominação de mercados relevantes de bens ou serviços, deverão ser submetidos à apreciação do Cade.

**§ 3.º** Incluem-se nos atos de que trata o caput aqueles que visem a qualquer forma de concentração econômica, seja através de fusão ou incorporação de empresas, constituição de sociedade para exercer o controle de empresas ou qualquer forma de agrupamento societário, que implique participação de empresa ou grupo de empresas resultante em vinte por cento de um mercado relevante, ou em que qualquer dos participantes tenha registrado faturamento bruto anual no último balanço equivalente a R\$ 400.000.000,00 (quatrocentos milhões de reais). [Redação dada pela Lei n.º 10.149, de 21 de dezembro de 2000]



	<h1>INFORME</h1>	ORIGEM:	266
		CMLCE	80
		NÚMERO:	70
		DATA:	16/8/05

90. No mesmo sentido, estabelece, ainda, o art. 18 do Regulamento da Anatel, aprovado pelo Decreto n.º 2.338, de 7 de outubro de 1997, que “no exercício das competências em matéria de controle, prevenção e repressão das infrações à ordem econômica, que lhe foram conferidas pelos art. 7.º, § 2.º, e 19, inciso XIX, da LGT, a Agência observará as regras procedimentais estabelecidas na Lei n.º 8.884, de 11 de junho de 1994, e suas alterações, cabendo ao Conselho Diretor a adoção das medidas por elas reguladas”.

91. Em razão disso, a Anatel editou a Norma n.º 04/98 - Anatel e a Norma n.º 07/99 - Anatel, as quais observam o disposto nas Leis n.º 8.884, de 1994, e n.º 9.784, de 29 de janeiro de 1999, que trata do processo administrativo no âmbito da Administração Pública Federal.

#### 4.6.3. PRÉVIA ANUÊNCIA PELA ANATEL

92. A Lei Geral de Telecomunicações determina, em seus arts. 98 e 136, § 2.º, que as transferências de outorgas para prestação de serviços de telecomunicações sejam submetidas à anuência prévia da Anatel.

93. Essa exigência de submissão prévia decorre da obrigatoriedade legal imposta a este órgão regulador de impedir a concentração econômica nos mercados relevantes e de resguardar a livre concorrência e o direito dos consumidores dos serviços de telecomunicações, conforme o art. 7.º, §§ 1.º e 2.º, da mesma Lei Geral de Telecomunicações, e atinge tanto as operações de transferência de controle quanto as de transferência de outorga de serviços de telecomunicações.

94. **No que se refere aos aspectos regulatórios da operação objeto do Ato de Concentração n.º 53500.002423/2003**, cumpre informar que a Anatel pronunciou-se favoravelmente a sua realização por meio do Ato n.º 40.360, de 6 de novembro de 2003, publicado no Diário Oficial da União do dia 12 subsequente.<sup>16</sup>

95. **No que se refere aos aspectos regulatórios da operação objeto do Ato de Concentração n.º 53500.029160/2004**, cumpre informar que até o presente momento somente encontram-se em tramitação perante a Anatel os pedidos de prévia anuência para transferência do controle da DIRECTV BRASIL, conforme consta do item 4.3.3., parágrafos 39 a 43, do presente Informe. Assim, não há como afirmar que a operação objeto da presente análise já tenha sido autorizada por esta Agência (vide nota 12 aposta ao parágrafo 76.a do presente Informe).

<sup>16</sup> O referido Ato teve por fundamento os seguintes documentos (cópias retiradas do Processo n.º 53500.000994/1999 e juntadas às fls. 1.819 a 1.850 do AC 2423/2003):

- Informe n.º 166/CMLCE, de 2 de outubro de 2003, da Superintendência de Serviços de Comunicação Massa;
- Informe n.º 83/PVCPC, de 22 de outubro de 2003, da Superintendência de Serviços de Privados;
- Parecer da Procuradoria Federal Especializada da Anatel, exarado no Informe n.º 166/CMLCE;
- Nota Técnica n.º 1.052-2003/PGF/PF-ADTB/Anatel, de 23 de outubro de 2003, da Procuradoria Federal Especializada da Anatel; e
- Análise n.º 191/2003-GCAV, de 23 de outubro de 2003.

2007



# INFORME

ORIGEM:	70
CMLCE	
NÚMERO:	70
DATA:	16/8/05

## 4.7. DEFINIÇÃO DO MERCADO RELEVANTE

### 4.7.1. CONSIDERAÇÕES INICIAIS

96. Segundo o GUIA PARA ANÁLISE ECONÔMICA DE ATOS DE CONCENTRAÇÃO HORIZONTAL, Portaria Conjunta Seae/SDE n.º 50, de 1.º de agosto de 2001 (GUIA SEAE/SDE), “a definição do mercado relevante é o processo de identificação do conjunto de agentes econômicos, consumidores e produtores, que efetivamente limitam as decisões referentes a preços e quantidades da empresa resultante da operação”. Assim, prossegue o GUIA, “o mercado relevante se determinará em termos dos produtos e/ou serviços (...) que o compõem (dimensão produto) e da área geográfica para a qual a venda destes produtos é economicamente viável (dimensão geográfica)”.

97. De acordo com as informações prestadas pelas Requerentes, o mercado relevante objeto de ambos os Atos de Concentração seria o de “TV por assinatura em âmbito nacional”, *in verbis*:


Como descrito acima, o único segmento no qual poderia ocorrer alguma sobreposição horizontal entre as atividades da **NEWS CORP.** e da **GM/HUGHES** em relação ao mercado brasileiro - como efeito indireto da operação estruturada nos Estados Unidos - é o segmento de **TV por assinatura, que as Partes acreditam ser o único mercado relevante de produto que deveria ser examinado sob o ponto de vista das leis antitruste no Brasil.** Em termos geográficos, as Partes entendem que o mercado relevante que deve ser analisado é o território nacional. [fl. 23 do AC 2423/2003 - grifos no original]

Considerando o mercado de atuação da **SKY BRASIL** e da **DIRECTV BRASIL**, cujas atividades deverão ser associadas como resultado da presente operação, tem-se que o mercado em que ocorrerá sobreposição entre as atividades da **NEWS CORP.** e da **DIRECTV** no Brasil é o de **TV por assinatura.** Em termos geográficos, o mercado relevante abrange todo o território nacional. [fl. 12 do AC 29160/2004 - grifos no original]

98. Analisando as razões apontadas pelas Requerentes, pode-se perceber que o mercado relevante por elas definido diz respeito tão somente à atividade desenvolvida por empresas detentoras de concessão, autorização ou permissão para exploração do Serviço de TV a Cabo, do Serviço de Distribuição de Sinais Multiponto Multicanal (MMDS) ou do Serviço de Distribuição de Sinais de Televisão e de Áudio por Assinatura Via Satélite (DTH). Entretanto, uma análise técnica da questão leva à conclusão de que o mercado ao qual as Requerentes se referem como “mercado de TV por assinatura” deve ser qualificado como “**Provimento de TV por assinatura**”, atividade que consiste na venda de canais de programação diretamente ao consumidor.<sup>17</sup>

99. Em que pese a definição dada e as razões apresentadas, cumpre destacar que as operações submetidas afetam outros agentes econômicos, que não exercem diretamente a atividade de Provimento de TV assinatura, mas que podem, eventualmente, ser afetados positiva ou negativamente, a depender das relações comerciais estabelecidas com as Requerentes.

<sup>17</sup> A definição de “Provimento de TV por assinatura” será desenvolvida a seguir.

	<h1>INFORME</h1>	ORIGEM: <span style="float: right;">2008</span> CMLCE <span style="float: right;">[assinatura]</span>
		NÚMERO: 70
		DATA: 16/8/05

100. Ante o exposto, faz-se necessário um estudo pormenorizado do **Mercado de TV por assinatura**, o qual envolve, para os fins da presente análise, todas as atividades e os agentes econômicos relacionados à produção, circulação e consumo de conteúdos audiovisuais devidamente formatados em canais de programação diretamente ao consumidor (assinante).<sup>18</sup> Tais atividades e agentes estão encadeados de acordo com os fluxos nos quais circulam, por um lado (a jusante ou *upstream*), conteúdos audiovisuais e, por outro lado (a montante ou *downstream*), recursos financeiros. Ou seja, estão concatenados em uma cadeia produtiva que se inicia, de acordo com o fluxo do produto audiovisual, com a produção do conteúdo audiovisual e se finaliza com a comercialização de canais de programação diretamente ao consumidor; e, de acordo com o fluxo financeiro, se inicia com a cobrança de subscrições do consumidor e termina com a remuneração decorrente da produção de conteúdos audiovisuais.

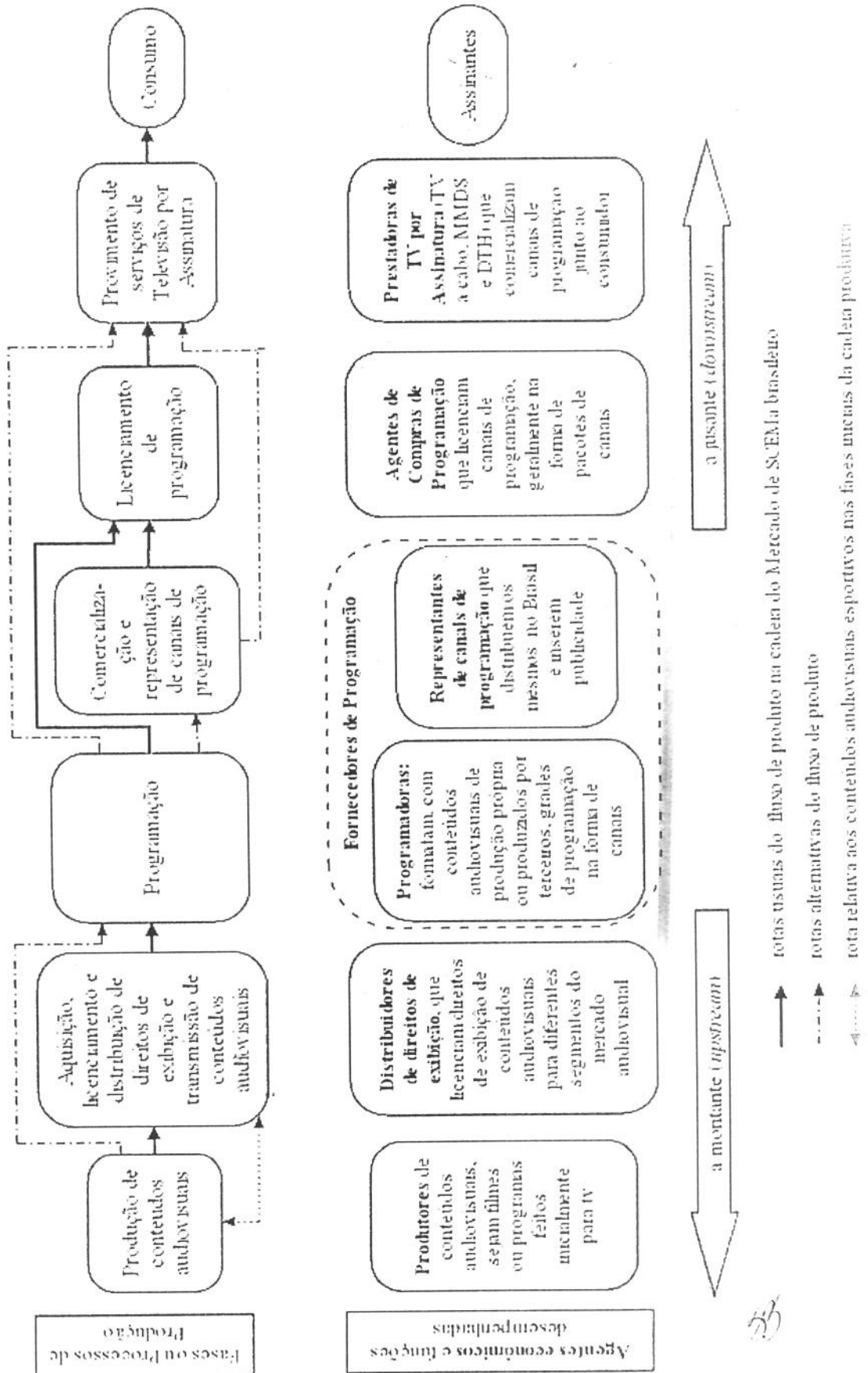
101. A cadeia produtiva do Mercado de TV por assinatura,<sup>19</sup> mostrada na FIGURA 1 a seguir, envolve inúmeros agentes econômicos que realizam diferentes processos de produção correspondentes às diversas etapas necessárias à efetivação do Provimento de TV por assinatura ao consumidor.<sup>20</sup>


<sup>18</sup> Para efeitos da análise a ser realizada neste Informe, **conteúdo audiovisual** é o produto da fixação ou transmissão de imagens, com ou sem som, que tenha a finalidade de criar a impressão de movimento, independentemente dos processos de captação, da tecnologia empregada, do suporte utilizado inicial ou posteriormente para fixá-las ou transmiti-las, dos meios utilizados para sua veiculação, reprodução, transmissão ou difusão, assim como de sua duração. Neste contexto, entender-se-á por **obra audiovisual** o produto da fixação ou transmissão de conteúdo audiovisual em um tempo de duração determinado (longa-metragem, curta, série de televisão, telenovela, etc.) e que tenha temática baseada em dramaturgia ou em aspectos documentais. A distinção entre conteúdo e obra audiovisual é importante na medida em que há uma grande variedade de conteúdos audiovisuais, com valores de comercialização bastante diversos no Mercado Audiovisual - conteúdos audiovisuais esportivos e obras audiovisuais são, de modo geral, os conteúdos cujos direitos de licenciamento para exibição e transmissão adquirem as cifras mais elevadas.

<sup>19</sup> O tratamento conferido a seguir à cadeia produtiva do Mercado de TV por assinatura, bem como a respeito do Mercado Audiovisual, baseiam-se nos trabalhos desenvolvidos por Alexander Patez Galvão no exercício do cargo de Especialista em Regulação de Serviços Públicos de Telecomunicações, entre abril e julho de 2005, com base em sua dissertação de mestrado intitulada *Da Convergência Tecnológica à Convergência Empresarial - o Audiovisual como espaço de acumulação na era da digitalização* (Instituto de Economia/UFRJ, 1998) e em sua tese de doutorado intitulada *O Cinema Brasileiro da Retomada: a auto-sustentabilidade é possível?* (PPGCI, IBICT/ECO-UFRJ, 2003).

<sup>20</sup> Ainda que as Requerentes pleiteiem a esta Agência a circunscrição da análise da “associação dos negócios das plataformas da SKY BRASIL SERVIÇOS LTDA. e da GALAXY BRASIL LTDA.” ao mercado de Provimento de TV por assinatura, as duas prestadoras em questão são integrantes de grupos econômicos cujas empresas subsidiárias ofertam diversos produtos e serviços associados ao Mercado de TV por assinatura no Brasil – como poderá ver visto no detalhamento da FIGURA 1, constante do Anexo 6.2.

Figura 1  
Cadeia Produtiva do Mercado de Televisão por Assinatura no Brasil



	<h1>INFORME</h1>	ORIGEM: 2070
		CMLCE: 80
		NÚMERO: 70
		DATA: 16/8/05

102. Por todo o exposto, verifica-se que as operações submetidas à análise desta Agência, além de constituir uma **concentração horizontal** no Provimento de TV por assinatura (fusão das plataformas), inclui um processo de **integração vertical**, envolvendo agentes econômicos distintos, os quais ofertam produtos ou serviços diferentes e que fazem parte de uma mesma cadeia produtiva – no caso, a cadeia produtiva do Mercado de TV por assinatura no Brasil.<sup>21</sup>

103. A TABELA 1 a seguir enumera os empresas pertencentes aos grupos econômicos das Requerentes que desenvolvem atividades relacionadas às diversas fases ou processo de produção envolvidos no Mercado de TV por assinatura, tal como identificado na FIGURA 1 (fl. 30 do presente Informe).

TABELA 1  
EMPRESAS INTEGRANTES DOS GRUPOS ECONÔMICOS ENVOLVIDOS NA OPERAÇÃO<sup>22</sup>

	NEWS CORP.*	ORGANIZAÇÕES GLOBO
Provimento de TV por assinatura	- <u>SKY BRASIL</u> - <u>DIRECTV BRASIL</u>	- <u>SKY BRASIL</u> - NET Serviços** <sup>23</sup>
Licenciamento de canais de programação	—	- NET Brasil S.A
Comercialização e representação de canais de programação de terceiros	—	- Globosat Programadora Ltda.
Programação	- Telecine Programação de Filmes Ltda. - Fox Latin America Channel do Brasil Ltda.	- Globosat Programadora Ltda. - Telecine Programação de Filmes Ltda. - Canal Brasil Programadora Ltda. - USA Brasil Programadora Ltda.
Aquisição, licenciamento e distribuição de direitos de exibição de conteúdos audiovisuais	- Fox Latin America Channel do Brasil Ltda. - Fox Film do Brasil Ltda.	- Sanland Investment S.A - TV Globo Ltda. - Endemol Globo S.A. - Interpro-International Prom. Ltda.
Produção de conteúdos audiovisuais	- Fox Latin America Channel do Brasil Ltda. - Fox Film do Brasil Ltda.	- Globosat Programadora Ltda. - Central Globo de Produções (TV Globo Ltda.) - Globo Filmes (TV Globo Ltda.) - Endemol Globo S.A.


\* Refere-se às atividades do Grupo no Brasil

<sup>21</sup> Segundo definição do Glossário Básico de Defesa da Concorrência, encontrado no sítio da SEAE na Internet, em: <<http://www.fazenda.gov.br/seae/documentos/Glossario.html>>.

<sup>22</sup> Em que pese o fato de que a operação em tela ter como Requerentes a NEWS CORP. (GRUPO NEWS CORP.), a DIRECTV (GRUPO DIRECTV ou, num enfoque mais abrangente, GRUPO NEWS), a GLOBOPAR (ORGANIZAÇÕES GLOBO) e a GM (GRUPO GM), a TABELA 1 apresenta apenas dois grupos econômicos. Isto porque a DIRECTV foi incluída no GRUPO NEWS e o GRUPO GM não mais participa dos mercados relevantes de produtos identificados na presente análise.

<sup>23</sup> Compreende as empresas: NET Anápolis Ltda., NET Arapongas Ltda., NET Bauru Ltda., NET Belo Horizonte Ltda., NET Brasília Ltda., NET Campinas Ltda., NET Campo Grande Ltda., NET Curitiba Ltda., NET Florianópolis Ltda., NET Franca Ltda., NET Goiânia Ltda., NET Indaiatuba Ltda., NET Joinville Ltda., NET Londrina Ltda., NET Maringá Ltda., NET Paraná Comunicações Ltda., NET Piracicaba Ltda., NET Recife Ltda., NET Ribeirão Preto S.A., NET Rio S.A., NET São Carlos S.A., NET São José do Rio Preto Ltda., NET São Paulo Ltda., NET Sorocaba Ltda., NET Sul Comunicações Ltda., DR Empresa de Distribuição e Recepção de TV Ltda., Horizonte Sul Comunicações Ltda. Televisão a Cabo Criciúma Ltda. e TV Cabo e Comunicações de Jundiá S.A.

2561  
EJO

	<h1>INFORME</h1>	ORIGEM:
		CMLCE
		NÚMERO: 70
		DATA: 16/8/05

#### 4.7.1.1. Mercado Audiovisual

104. É importante explicitar, contudo, que a cadeia produtiva do Mercado de TV por assinatura está inserida em outra cadeia maior e mais abrangente, aquela responsável pela produção, circulação e consumo de conteúdos audiovisuais, ou seja, relacionada ao **Mercado Audiovisual**. Ressalte-se que as Requerentes, por meio de subsidiárias, têm, no Mercado Audiovisual, suas maiores fontes de receitas,<sup>24</sup> sendo que o Mercado de TV por assinatura constitui apenas uma das diversas fontes de receita derivada desse mercado maior.

105. Neste contexto, ainda que não seja objeto primordial desta análise, cumpre primeiramente analisar a cadeia produtiva do Mercado Audiovisual, apreendendo as interseções existentes entre esta cadeia mais abrangente e a cadeia produtiva do Mercado de TV por assinatura.

106. Segundo a literatura sobre a economia envolvida na produção e circulação de produtos audiovisuais,<sup>25</sup> o Mercado de TV por assinatura é considerado como uma das fontes de receitas importantes para toda a cadeia produtiva envolvida na produção, circulação e consumo de produtos audiovisuais. Outras receitas, além daquelas decorrentes deste segmento, são advindas dos ingressos vendidos nas salas de exibição, da publicidade que financia o funcionamento da TV aberta,<sup>26</sup> da venda de unidades de vídeo doméstico (VHS e DVD) e das taxas de licença pagas pela posse de aparelhos de televisão (taxas existentes em quase todos os países europeus e também no Japão).<sup>27</sup>

107. **O Mercado de TV por assinatura, objeto primeiro desta análise, constitui, portanto, um dos segmentos do Mercado Audiovisual.** Outros importantes segmentos de mercado são as salas de cinema (*theatrical*), a TV aberta e o vídeo doméstico (*home video*).<sup>28</sup> Cada um destes segmentos

<sup>24</sup> De acordo dados do *Institut de l'Audiovisuel et des Télécommunications en Europe* (IDATE), em 2002 a NEWS CORP. faturou o equivalente a US\$ 16,27 bilhões, sendo que 65%, ou US\$ 10,58 bilhões, de sua receita total foi proveniente do Mercado Audiovisual. Os dados são derivados do *IDATE: 2004 Digiworld Yearbook* e foram compilados em documento da Agência Francesa da Inovação. ANVAR. Multimédia: Bilan Sectoriel. Disponível na Internet em: <<http://www.anvar.fr/download/agenpresBilanMultimedia2003.pdf>> Acesso em 13 de junho de 2005.


<sup>25</sup> Cf. BONNELL, René. *La Vingt-cinquième image: Une économie de l'audiovisuel*. Paris: Éditions Gallimard, 2001.

<sup>26</sup> A legislação brasileira denomina por Serviço de Radiodifusão de Sons e Imagens o que é comumente chamado de "TV aberta".

<sup>27</sup> Segundo projeções do *Institut de l'Audiovisuel et des Télécommunications en Europe* (IDATE), as receitas decorrentes do pagamento dos consumidores por serviços de televisão paga, que incluem os serviços de televisão por assinatura (receitas de assinaturas) e novos serviços interativos, como o PPV e o vídeo por demanda (receitas pontuais, por conteúdo audiovisual visionado), foram responsáveis em 2002 por 31,01% (trinta e um vírgula zero um por cento) de todas as receitas movimentadas pelo Mercado Audiovisual nos Estados Unidos e por 22,81% (vinte e dois vírgula oitenta e um por cento) das receitas movimentadas no Mercado Audiovisual da União Européia.

Segundo o IDATE, para o ano de 2002, as receitas do Mercado Audiovisual no mercado norte-americano foram assim divididas: 5,89% decorrentes das salas de cinema, 17,59% advindos do vídeo doméstico, 31,01% provenientes da televisão paga, 45,08% da publicidade e 0,43% de taxas de licença, ajudas estatais e contribuições voluntárias. No Mercado Audiovisual da União Européia, as receitas foram divididas da seguinte forma: 7,23% decorrentes das salas de cinema, 8,76% advindos do vídeo doméstico, 22,81% provenientes da televisão paga, 37,83% da publicidade e 23,37% de taxas de licença. IDATE. 2002 DigiWorld Yearbook. Disponível na Internet em: <<http://www.idate.fr/pages/index.php?rubrique=digiworld&idl=7&idr=15&idp=8>>. Acesso em 13 de junho de 2005.

<sup>28</sup> Há também o segmento de mercado conhecido como "ancilar", correspondente à comercialização de direitos de exibição de conteúdos audiovisuais para exibição em navios, aviões etc.

	<b>INFORME</b>	ORIGEM: <span style="float: right;">207</span>
		CMLCE <span style="float: right;">E30</span>
		NÚMERO: 70
		DATA: 16/8/05

tem cadeias produtivas próprias que convergem entre si nos elos mais a montante (*upstream*) da cadeia produtiva relativa ao Mercado Audiovisual, quais sejam, os elos relacionados à produção e comercialização de conteúdos audiovisuais.

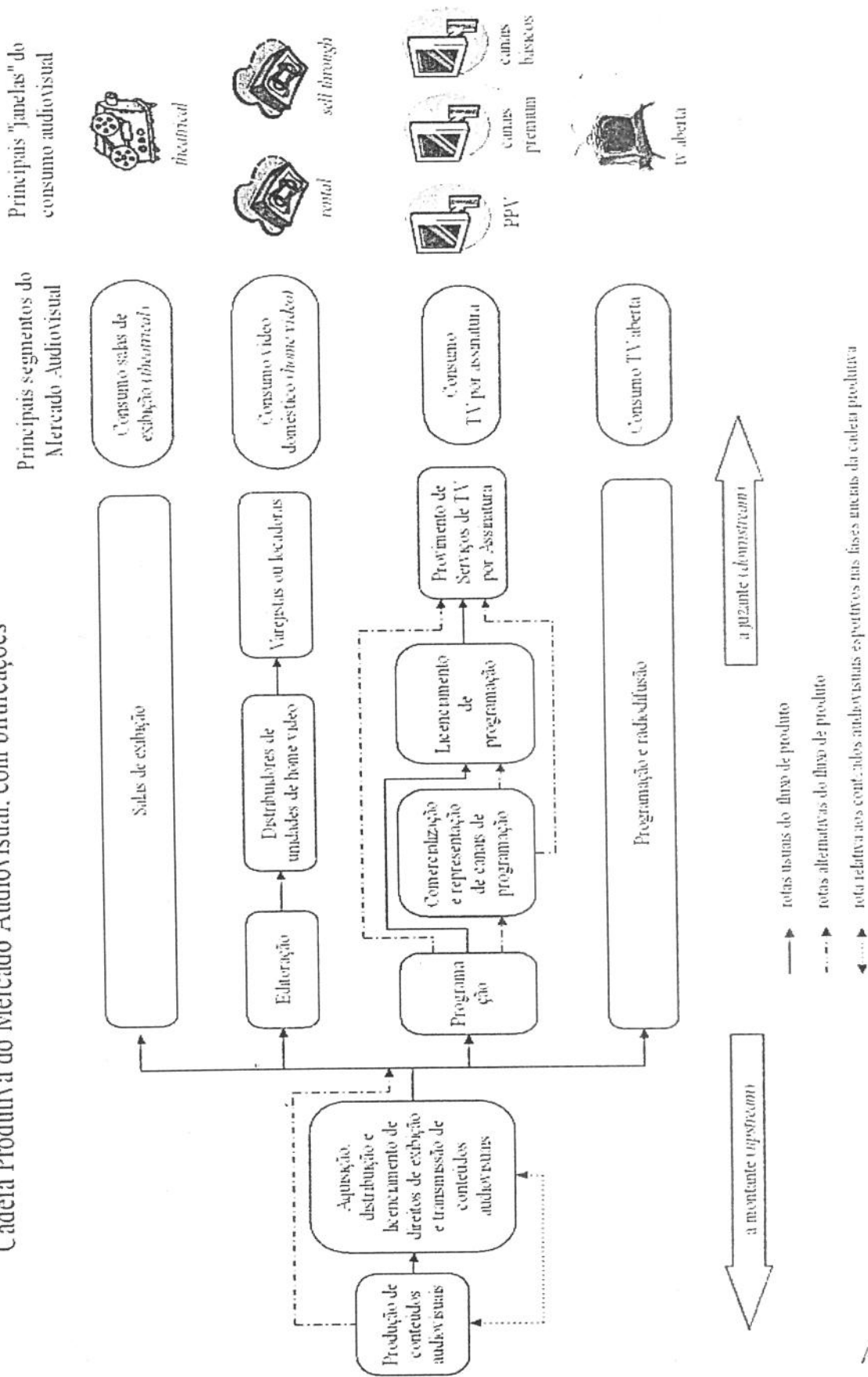
108. Assim, a cadeia produtiva na qual está envolvida a produção, a circulação e o consumo de conteúdos audiovisuais – ou seja, a cadeia do Mercado Audiovisual – apresenta bifurcações (FIGURA 2, a seguir), sendo que cada uma delas corresponde aos segmentos de mercado acima descritos.



# INFORME

ORIGEM: 2023  
CMLCE: E0  
NÚMERO: 70  
DATA: 16/8/05

Figura 2  
Cadeia Produtiva do Mercado Audiovisual, com bifurcações





	<h1>INFORME</h1>	ORIGEM:
		CMLCE
		NÚMERO: 70
		DATA: 16/8/05

109. Tais segmentos podem, por sua vez, ser subdivididos em instâncias menores de acordo com um determinado período de tempo que uma obra audiovisual é exibida depois de ter sido produzida. Essas subdivisões são conhecidas como “janelas de exibição” (*windows*) e correspondem a nichos midiáticos específicos.

110. Uma obra cinematográfica (feita para exibição inicial no segmento *theatrical*), após ser exibida na janela salas de cinema, passa por todas as outras janelas de exibição, geralmente na seguinte ordem: janela *rental* do vídeo doméstico, *Pay Per View* (PPV), janela *sell through* do vídeo doméstico, canais *premium* de TV por assinatura, canais básicos de TV por assinatura e TV aberta.<sup>29</sup> Uma obra audiovisual feita inicialmente para o mercado de televisão (uma série, por exemplo) também obedece a essa lógica temporal sem, no entanto, passar pelas primeiras janelas. O período de exibição em cada uma das janelas obedece a uma lógica temporal de modo a não permitir que uma janela venha a canibalizar os rendimentos possíveis de serem obtidos em outra janela.<sup>30</sup>

111. Assim, o segmento de mercado de vídeo doméstico é dividido em duas janelas: venda para as locadoras (mercado *rental*) e venda direta ao consumidor (*sell through*). Já o segmento de televisão por assinatura (Mercado de TV por assinatura) é dividido entre as janelas PPV, canais *premium* e canais básicos, sendo que determinados conteúdos audiovisuais de grande valor agregado, tais como filmes de longa-metragem, costumam ser veiculados nessas três janelas em períodos diferentes após o lançamento nas salas de exibição.

112. A continuidade da produção de conteúdos audiovisuais depende de que os mesmos possam encontrar mercado – e rentabilidade – no maior número possível de janelas de exibição correspondentes aos segmentos do Mercado Audiovisual. Nos países com mercados audiovisuais desenvolvidos, todas as janelas de exibição dão vazão às produções locais (nacionais). São essas janelas que retro-alimentam toda a cadeia produtiva, permitindo que os recursos angariados junto aos consumidores ou no mercado publicitário cheguem até os produtores de conteúdos audiovisuais. Estes, assim, podem continuar a produzir tais conteúdos, alimentando toda a cadeia com suas produções.

113. A produção de conteúdos audiovisuais é o elo que envolve mais riscos na cadeia produtiva do Mercado Audiovisual. No momento da produção de um determinado conteúdo audiovisual, no qual um grande montante de recursos deve ser necessariamente investido, não há qualquer garantia de que esse conteúdo seja bem-sucedido no mercado, obtendo receitas junto ao mercado consumidor ou ao mercado publicitário. Tais riscos podem ser minimizados desde que o conteúdo encontre possibilidade de veiculação nas diversas janelas de exibição, em todos os segmentos do Mercado Audiovisual.

<sup>29</sup> A janela *Pay Per View* diz respeito ao serviço no qual o assinante de TV por assinatura paga apenas pelo conteúdo audiovisual que quer assistir (tipicamente filmes de estréia recente nas salas de exibição, eventos esportivos ou shows), dentro de uma oferta limitada e previamente disponibilizada pela prestadora do serviço. A janela dos canais *premium* corresponde aos canais de programação, cuja aquisição, por parte dos assinantes, requer o pagamento de uma taxa extra à assinatura básica. Os canais *premium* geralmente exibem eventos esportivos de grande apelo popular ou filmes de lançamento recente nas salas de cinema e exibem pouca ou nenhuma publicidade (especialmente canais de filmes). A janela dos “canais básicos” diz respeito aos canais de programação oferecidos aos assinantes nos pacotes básicos (mais baratos) das Prestadoras de TV por assinatura. Geralmente os canais básicos exibem conteúdos não inéditos no Mercado de TV por assinatura e têm na publicidade uma importante fonte de receitas.

<sup>30</sup> O período pelo qual uma obra cinematográfica permanece em exibição em uma janela específica varia de país para país, de acordo com as peculiaridades do mercado local e com a regulamentação imposta aos responsáveis pela comercialização dos direitos de exibição.



# INFORME

ORIGEM:
CMLCE
NÚMERO: 70
DATA: 16/2/05

114. Em um determinado mercado geográfico, além da produção, outros elos da cadeia produtiva do audiovisual podem existir e apresentar lucratividade, mesmo prescindido de conteúdos audiovisuais produzidas nesse mesmo mercado. Há, nos mercados internacionais, uma grande quantidade de conteúdos audiovisuais produzidas em várias outras regiões geográficas, cujos preços de licenciamento para exibição são, via de regra, muito menores que os recursos alocados na produção local de conteúdos audiovisuais.

115. Isto se deve às peculiaridades dos produtos audiovisuais que, à semelhança dos *softwares*, têm um elevado custo de produção (equivalente ao custo do primeiro protótipo) e custos de comercialização relativamente muito mais baixos. Amortizadas em seus custos de produção ainda nos mercados geográficos de origem, os conteúdos audiovisuais comercializados nos mercados internacionais apresentam, para programadores ou redes de TV aberta, custos de aquisição mais baixos.

116. A existência da capacidade produtiva de conteúdos audiovisuais em um determinado mercado geográfico depende da possibilidade de exibição de conteúdos produzidos localmente em várias janelas de exibição e, conseqüentemente, que os produtores encontrem possibilidade de lucros. O aporte de recursos públicos pode servir de alternativa à rentabilidade dos produtores, desde que se entenda que a atividade de produção de conteúdos audiovisuais é importante do ponto de vista econômico e, principalmente, do ponto de vista cultural.


117. Diversos países alocam, em menor ou maior grau, recursos dos orçamentos públicos na produção audiovisual – especialmente filmes de longa-metragem – por haver certo entendimento que os conteúdos audiovisuais têm impactos econômicos e culturais relevantes.<sup>31</sup> Procuram também garantir, por meio de instrumentos regulatórios específicos, que haja competição nos diversos segmentos do Mercado Audiovisual.<sup>32</sup> A concorrência pode gerar maiores ganhos ao consumidor e a efetiva possibilidade de que as várias janelas de exibição do Mercado Audiovisual estejam abertas à produção local, gerando demanda aos produtores autóctones e, por conseguinte, maior rentabilidade a estes últimos e menor dependência de recursos públicos alocados na produção.

118. Assim, a análise que seguirá neste Informe terá como pressupostos: (a) trata-se de uma operação de integração vertical, (b) envolvendo o Mercado de TV por assinatura que, por sua vez, (c) está inserido em um mercado maior e mais abrangente, o Mercado Audiovisual.

130

<sup>31</sup> Em 2004, o governo federal brasileiro alocou, por meio de incentivos fiscais, R\$ 129,5 milhões na produção audiovisual, especialmente de filmes de longa-metragem. Entre 1995 e 2004, R\$ 802 milhões em incentivos fiscais (valores nominais) foram alocados na produção audiovisual brasileira. Tais valores correspondem apenas a projetos audiovisuais sob escopo da Agência Nacional de Cinema (Ancine) e desconsidera outros recursos, baseados em incentivos fiscais ou mesmo aportes diretos que foram alocados pelo Ministério da Cultura e por governos estaduais e municipais. ANCINE. Sumário Executivo 2004. Disponível na Internet em: <<http://www.ancine.gov.br/cgi/cgilua.exe/sys/start.htm?sid=515>>. Acesso em 14 de junho de 2005.

<sup>32</sup> A concorrência no Mercado Audiovisual é um dos pré-requisitos para a diversidade de fontes de informação, também objeto de políticas públicas em países democráticos.

	<h1>INFORME</h1>	ORIGEM:	E.P.
		CMLCE	
		NÚMERO:	70
		DATA:	16/8/05

**4.7.1.2. A cadeia produtiva do Mercado de TV por assinatura**

119. Entendido o funcionamento básico do Mercado Audiovisual e de sua cadeia de produção, bem como suas conexões com a cadeia produtiva relacionada ao segmento de TV por assinatura, far-se-á um escrutínio pormenorizado a respeito deste segmento. Analísado isoladamente, o segmento de TV por assinatura constitui um mercado que se inicia com a produção dos conteúdos audiovisuais e termina com a comercialização, diretamente ao consumidor (assinante), desses conteúdos devidamente formatados em canais de programação que obedecem a grades horárias e temáticas específicas.<sup>33</sup> Trata-se, portanto, do **Mercado de TV por assinatura**.

120. Ainda que intimamente conectado ao Mercado Audiovisual e a sua cadeia produtiva, o segmento de TV por assinatura pode ser considerado, para efeitos da análise que seguirá, um mercado distinto. Deste modo, o Mercado de TV por assinatura, tem uma cadeia produtiva própria, que é interconectada com a cadeia do Mercado Audiovisual nas primeiras fases do processo produtivo, e que finaliza com o Provimento de TV por assinatura diretamente ao consumidor.

121. Assim, o elo da cadeia produtiva do Mercado de TV por assinatura com o consumidor é representado pelas Prestadoras de TV por assinatura, que desempenham um papel fundamental na entrada dos recursos na cadeia produtiva. Os recursos obtidos pelas Prestadoras junto aos assinantes percorrem um fluxo financeiro a montante (*upstream*) da cadeia produtiva, até chegar, finalmente, ao elo inicial do encadeamento: os produtores de obras e conteúdos audiovisuais. Entre estes dois elos, outros agentes, não diretamente envolvidos com o Provimento de TV por assinatura, são devidamente remunerados.

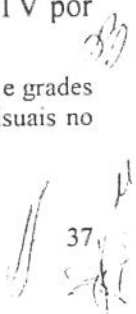
122. Considerando as peculiaridades do Mercado de TV por assinatura no Brasil e tendo como referência o sentido jusante-montante na cadeia produtiva (sentido em que o fluxo financeiro percorre a cadeia, tal com pode ser visto na FIGURA 1 à fl. 30 do presente Informe), passemos à descrição dos seis principais agentes econômicos e das funções que desempenham de acordo com as diversas fases do processo produtivo relacionado à entrega, ao consumidor, de conteúdos audiovisuais na forma de canais de programação.


123. Na fase de Provimento de TV por assinatura, as Prestadoras de TV por assinatura são as empresas responsáveis pela infra-estrutura necessária e pela venda dos pacotes de canais de programação para o consumidor. Essa infra-estrutura pode ser constituída por redes e plataformas tecnológicas distintas (Serviço de TV a Cabo, Serviço MMDS e Serviço DTH), necessitando, para tanto, da competente concessão, autorização ou permissão da Anatel. As Prestadoras são responsáveis pela cobrança de assinaturas dos usuários, além de outras taxas associadas a novos serviços, como PPV e vídeo por demanda. Entre as maiores Prestadoras de TV por assinatura presentes no mercado brasileiro destacam-se: SKY BRASIL, DIRECTV BRASIL, GRUPO NET, Horizon (Vivax) e TVA.

124. Na maior parte dos países, as empresas responsáveis pelo provimento de serviços de TV por assinatura junto ao consumidor geralmente licenciam os direitos de transmissão dos canais de programação diretamente junto às Programadoras. Entretanto, a configuração do Mercado de TV por

<sup>33</sup> Um canal de programação é o agrupamento de vários conteúdos audiovisuais, cuja junção obedece a temáticas e grades horárias específicas. Nesta definição, inclui-se também canais de programação que veiculam conteúdos audiovisuais no sistema PPV

37



	<h1>INFORME</h1>	ORIGEM: <i>Esp</i>
		CMLCE
		NÚMERO: <i>70</i>
		DATA: <i>16/8/05</i>

assinatura no Brasil fez nascer a necessidade de um agente intermediário, os Agentes de Compras de Programação.

125. Na fase de Licenciamento de Programação, os **Agentes de Compras de Programação** negociam, com Programadoras ou seus Representantes, no Brasil ou no exterior, o licenciamento dos direitos de transmissão de canais de programação que são, então, transmitidos pelas Prestadoras de TV por assinatura. O papel desempenhado pelos Agentes de Compra de Programação constitui uma peculiaridade do Mercado de TV por assinatura estruturado no Brasil que obriga, segundo a legislação vigente, que a compra de programação ou de canais de programação se dê por meio de empresa sediada no país. Contudo, os impactos da existência desses agentes econômicos na estruturação do Mercado de TV por assinatura no Brasil vão muito além das exigências legais, como poderá ser visto na análise do mercado a seguir.

126. Dois agentes atuam com destaque no Brasil nesta fase da cadeia produtiva: a NET BRASIL S.A., uma “franqueadora de canais de programação”, e a ASSOCIAÇÃO NEO TV, uma “central de compras de canais de programação”, os quais guardam diferenças entre si que também serão explicitadas posteriormente.

127. Na fase correspondente à Representação de Canais de Programação, há a atuação de várias empresas brasileiras (de capital nacional ou estrangeiro), que representam canais de empresas Programadoras, geralmente estrangeiras, ofertando tais canais no mercado brasileiro (para as Prestadoras ou para os Agentes de Compra de Programação) e, eventualmente, inserindo publicidade nos mesmos. Essas empresas são aqui denominadas de **Representantes de Canais de Programação**.

128. Dentre as empresas que desempenham essa função no mercado brasileiro, destacam-se a Media Mundi (distribuidora dos canais da Pramer e do canal TV5), a InteracTV (distribuidora dos canais TyC Sports, Outdoor Ch., Telefe Int., TVE e Euronews) e a HBO Brasil, que, além de programar e distribuir seus próprios canais, representa os canais Sony, Warner Channel e os canais da A&E no Brasil.

129. A fase de Programação corresponde à atuação das empresas **Programadoras** que formatam canais de programação a partir de conteúdos audiovisuais de produção própria ou adquiridos de terceiros. A programação constitui a atividade produzir canais de programação, agrupando determinados conteúdos audiovisuais que obedecem a uma temática específica (variedades, filmes de lançamento recente, esportes etc.) e a uma grade horária própria, de acordo com as estratégias da Programadora. Trata-se de atividade editorial fundamental para o Mercado de TV por assinatura, cujo produto é o canal de programação.<sup>34</sup>

130. As Programadoras têm como principal fonte de receitas a comercialização, para as Prestadoras ou para os Agentes de Compras de Programação, dos direitos de exibição dos seus canais de programação. As Programadoras são geralmente remuneradas de acordo com o número de assinantes e também de acordo com o tipo de canal licenciado. Outra fonte de receitas importante para as Programadoras é a venda de espaço publicitário, especialmente nos canais básicos.<sup>35</sup>

<sup>34</sup> Portanto, “programação audiovisual” e “conteúdo audiovisual” são produtos diversos, supridos por agentes econômicos distintos – o primeiro por empresas Programadoras e o segundo por empresas Produtoras de conteúdos audiovisuais.

<sup>35</sup> Outra fonte de recursos importante para a cadeia produtiva do Mercado de TV por assinatura é a publicidade, cuja



## INFORME

ORIGEM:	2078
CMLCE	21
NÚMERO:	70
DATA:	16/8/05

131. Há várias Programadoras com atuação no Brasil, muitas das quais subsidiárias de Programadoras estrangeiras cujos canais de programação são conhecidos internacionalmente, tais como HBO, Sony Ch., Warner Ch., Fox, NatGeo, etc. No Brasil, há apenas duas Programadoras de capital nacional que programam mais de um canal: a Globosat e a Newco (do Grupo Bandeirantes). Há também Programadoras que programam apenas um canal, dentre as quais se destacam: a Conceito A em Audiovisual (CineBrasil TV), a Fundação Padre Anchieta (Ra Tim Bum), a RBS (Canal Rural) e a Climatempo (Climatempo).

132. Na fase de Aquisição, Licenciamento e Distribuição de Direitos de Exibição de Conteúdos Audiovisuais, os **Distribuidores de Direitos de Exibição de Conteúdos Audiovisuais** licenciam direitos de exibição de conteúdos audiovisuais para diferentes segmentos do Mercado Audiovisual, dentre os quais o Mercado de TV por assinatura. Participam deste elo da cadeia produtiva desde grandes Distribuidores internacionais (tais como as *majors* norte-americanas),<sup>36</sup> que comercializam conteúdos audiovisuais em grandes volumes para todos os segmentos do Mercado Audiovisual em todas as regiões do mundo – inclusive no Brasil –, até agentes de vendas, que recebem das Produtoras os direitos de comercialização de suas produções em regiões e segmentos de mercados específicos.

133. Os Distribuidores de Direitos de Exibição de Conteúdos Audiovisuais são geralmente remunerados por comissão sobre as vendas – cujo percentual varia de acordo com o segmento do Mercado Audiovisual -<sup>37</sup> e desempenham papel relevante na cadeia produtiva de TV por assinatura na medida em que são repositórios de obras audiovisuais de produção antiga (não inéditos, de 2.<sup>a</sup>, 3.<sup>a</sup> ou n.<sup>a</sup> exibição) que servem de insumo a vários de canais de programação,<sup>38</sup> especialmente os canais que constam nos pacotes básicos das Prestadoras de TV por assinatura.

---


captação junto ao mercado se dá pelos programadores. A venda de espaço publicitário, especialmente em canais básicos (comercializados nos pacotes básicos das prestadoras), resultou, em 2003, em receitas de cerca de R\$ 188 milhões, segundo dados da Intermeios.

<sup>36</sup> Os maiores estúdios de cinema norte-americanos ficaram conhecidos como *Majors* e constituíram, ao longo do Século XX, estruturas integradas de produção, distribuição e exibição de filmes. No final da década de 1940, as *majors* foram obrigadas, pela legislação antitruste norte-americana, a se desverticalizar vendendo ativos na área de exibição. Nas duas últimas décadas do século XX estúdios grandes estúdios norte-americanos deram origem ou passaram a fazer parte das maiores empresas de mídia em nível mundial, com forte atuação em todos os segmentos do Mercado Audiovisual. Por meio do sindicato *Motion Picture Association* (MPA), cujos antecedentes remontam a década de 1920, as *majors* norte-americanas defendem seus interesses em diversos fóruns mundiais. As chamadas *majors* podem ser identificadas por fazerem parte da MPA e são: Buena Vista (Walt Disney, também conhecida como Miramax, um “estúdio independente”), Columbia (Sony Pictures Entertainment), Metro Goldwyn Mayer, Paramount Pictures (Viacom), 20th Century Fox (NEWS CORP.), Warner Bros (Time Warner, também conhecida com New Line Cinema, outro “estúdio independente”) e Universal Studios (recentemente fusionada ao grupo NBC). A Dreamworks SKG, empresa de constituição mais recente e que não faz parte da MPA, também poderia ser incluída no grupo das *majors*. Os grupos econômicos aos quais as *majors* fazem parte possuem forte atuação no segmento de televisão por assinatura (Mercado de TV por assinatura). Além de atuarem em produção de conteúdos audiovisuais (filmes e programas de TV) e programação de canais, a Time Warner e a NEWS CORP. têm forte atuação no Provimento de TV por assinatura: a primeira é uma das maiores empresas de cabo dos Estados Unidos e a segunda tem ampla atuação no DTH na Europa, Oceania, América Latina e, agora, também nos Estados Unidos, com a aquisição da **DIRECTV**.

<sup>37</sup> Nos segmentos televisivos (televisão aberta ou paga) a comissão costuma variar entre 20 e 30% sobre o valor do licenciamento do direito de exibição da obra audiovisual. No segmento de salas de exibição, o Distribuidor também é responsável pela logística da distribuição física dos filmes e pelo marketing dos mesmos.

<sup>38</sup> Ressalte-se que o papel desempenhado pelos Distribuidores de Direitos de Exibição de Conteúdos Audiovisuais tende a aumentar na mesma medida em que novos modos de visionamento de conteúdos audiovisuais, como os serviços de vídeo

2071

	<h1>INFORME</h1>	ORIGEM: <span style="float: right;">E</span> CMLCE
		NÚMERO: 70
		DATA: 16/8/05

134. No Brasil, há poucas empresas de capital nacional atuando na comercialização de direitos de exibição de conteúdos audiovisuais formatados para televisão.<sup>39</sup> No segmento de TV aberta, as produções televisivas são geralmente adquiridas de subsidiárias brasileiras de grandes distribuidores internacionais (especialmente das *majors*) ou produzidas internamente pelas grandes emissoras cabeças-de-rede. No Mercado de TV por assinatura, as Programadoras brasileiras geralmente adquirem conteúdos nos mercados internacionais e a participação da produção independente dá-se, geralmente, por meio da co-produção com as Programadoras. Não há, portanto, demanda suficiente por conteúdos audiovisuais nacionais de produção independente a ponto de alavancar internamente um mercado de comercialização de direitos de exibição.

135. Cumpre ressaltar que **conteúdos audiovisuais esportivos**, tais como grandes eventos que são televisionados “ao vivo”, obedecem a uma lógica própria de comercialização de direitos de exibição e transmissão. Os detentores originais do direito de exibição – uma grande liga de futebol, por exemplo – licencia com Distribuidores, no caso, Licenciadoras de Conteúdos Audiovisuais Esportivos, a possibilidade de captar as imagens (função que é muitas vezes terceirizada a produtoras especializadas) e comercializar o licenciamento dos eventos dos quais detém os direitos. Esses Distribuidores podem, por sua vez, negociar com outros Distribuidores, em regiões e segmentos de mercados específicos, ou diretamente com programadoras ou redes de TV aberta.<sup>40</sup>

136. Por fim, na fase de Produção de Conteúdos Audiovisuais, as empresas **Produtoras de Conteúdos Audiovisuais** produzem conteúdos audiovisuais que podem ser formatados inicialmente para veiculação em salas de cinema ou em canais de televisão (abertos ou pagos). As Produtoras de Conteúdos Audiovisuais geralmente licenciam seus produtos para Distribuidores de Direitos de Exibição que comercializam os mesmos em regiões e segmentos de mercados específicos. Contudo, Produtoras também podem negociar suas produções diretamente com o elo seguinte da cadeia produtiva, sendo que empresas Produtoras que produzem grande quantidade de conteúdos audiovisuais geralmente o fazem.

137. Grande parte dos canais de programação distribuídos pelas Prestadoras brasileiras de TV por assinatura tem suas grades de programação ocupadas por conteúdos audiovisuais produzidos em outros países. Essa realidade se aplica inclusive aos canais de Programadoras de capital nacional.<sup>41</sup>


---

por demanda, venham a se consolidar no mercado. Ressalte-se ainda que esse elo da cadeia produtiva, compartilhada por todos os segmentos do Mercado Audiovisual, tem sido considerado o núcleo estratégico dos negócios das grandes empresas mundiais que têm na no audiovisual suas maiores fontes de receitas.

<sup>39</sup> Alguns poucos Distribuidores (agentes de vendas) de capital nacional atuam na comercialização de direitos de exibição de conteúdos audiovisuais formatados para televisão. São empresas de pequeno porte, como a Conceito A em Audiovisual (que se tornou, em 2004, programadora do canal CineBrasil TV) e a Synapse (voltada para a venda de conteúdos audiovisuais estrangeiros de caráter educativo e formatados para televisão).

<sup>40</sup> As ORGANIZAÇÕES GLOBO, por exemplo, por meio da subsidiária Sanland (100% Globopar) detém os direitos de transmissão da Copa do Mundo de 2006. Outra subsidiária, a Interpro – International Promotions Ltda., detém os direitos, no Brasil, para organizar e explorar eventos relacionados a Fórmula 1 e a F3000. Além das emissoras de TV aberta, algumas poucas empresas também atuam na comercialização de direitos de transmissão de eventos esportivos no mercado brasileiro. Dentre elas, destaca-se a Traffic Marketing Esportivo.

<sup>41</sup> Ainda que pese a inserção de obras audiovisuais nacionais (documentários e séries geralmente co-produzidos com produtores independentes) em alguns canais da maior programadora de capital nacional. A exceção desta realidade é representada pelos dois canais existentes que exibem programação majoritariamente composta por obras cinematográficas e

	<h1>INFORME</h1>	ORIGEM:	28/0
		CMLCE	
		NÚMERO:	70
		DATA:	16/8/05

Nos últimos anos, algumas empresas produtoras independentes brasileiras têm utilizado mecanismos de incentivo fiscal previstos na legislação para obter recursos de produção junto a Programadoras de capital estrangeiro atuantes no Mercado de TV por assinatura no Brasil.<sup>42</sup>

#### 4.7.1.3. Considerações metodológicas

138. Identificado que se trata de uma operação de integração vertical que se dá no Mercado de TV por assinatura e que este mercado, por sua vez, está interconectado ao Mercado Audiovisual e descritos os processos de produção da cadeia produtiva do Mercado de TV por assinatura,<sup>43</sup> assim como os agentes econômicos correspondentes, resta proceder a definição dos mercados relevantes a serem analisados neste Informe. Antes, contudo, é importante que se delimite a abrangência da análise que se seguirá, bem como a metodologia a ser adotada.

139. Como visto na FIGURA 1 (fl. 30 do presente Informe) e, principalmente, na FIGURA 2 (fl. 34 do presente Informe), bem como já descrito anteriormente, duas das seis fases da cadeia produtiva do Mercado de TV por assinatura são compartilhadas pela cadeia produtiva do Mercado Audiovisual. Tratam-se dos processos produtivos desempenhados pelos Distribuidores de Direitos de Exibição de Conteúdos Audiovisuais e pelas Produtoras de Conteúdos Audiovisuais, situados no início da cadeia produtiva. Essas duas fases, cujos agentes econômicos correspondentes possuem atuação nos vários segmentos do Mercado Audiovisual, não serão objeto de análise quanto às ligações econômicas tecidas a montante (*upstream*) ou a jusante (*downstream*) ao longo da cadeia produtiva do Mercado de TV por assinatura.

140. Conforme se percebe na FIGURA 2 (fl. 34 do presente Informe), após as atividades de produção e comercialização de conteúdos audiovisuais, a cadeia produtiva do Mercado Audiovisual sofre bifurcações correspondentes aos diversos segmentos do mercado. Desta forma, tem-se os seguintes segmentos: salas de cinema (*theatrical*), TV aberta, vídeo doméstico (*home video*) e TV por assinatura, todos eles convergindo entre si nos elos mais a montante (*upstream*) da cadeia produtiva relativa ao Mercado Audiovisual.


141. Como já explicitado anteriormente, o Mercado de TV por assinatura corresponde a apenas uma das fontes de receitas para toda a cadeia produtiva envolvida na produção, circulação e consumo de produtos audiovisuais (Mercado Audiovisual), juntamente com as receitas decorrentes dos demais segmentos. Ainda que seja possível inferir algumas conseqüências da operação em questão para os

---

audiovisuais brasileiras de produção independente, em atendimento ao art. 74 do Regulamento do Serviço de TV a Cabo, aprovado pelo Decreto n.º 2.206, de 14 de abril de 1997, que regulamentou o art. 31 da Lei n.º 8.977, de 6 de janeiro de 1995 (Lei do Serviço de TV a Cabo). Os canais são o Canal Brasil, 50% de propriedade da Globosat, e o CineBrasilTV, de propriedade da Conceito A.

<sup>42</sup> Trata-se do art. 39 da Medida Provisória n.º 2.228-1, de 6 de setembro de 2001, que criou a Agência Nacional do Cinema, na redação que lhe foi dada pela Lei n.º 10.454, de 13 de maio de 2002. Segundo dados da Agência Nacional do Cinema, em 2004, cerca de R\$ 16,7 milhões foram alocados pelas Programadoras de capital internacional em co-produções com Produtoras independentes brasileiras. ANCINE. Sumário Executivo 2004. Disponível na Internet em: <<http://www.ancine.gov.br/cgi/cgilua.exe/sys/start.htm?sid=515>> Acesso em 14 de junho de 2005.

<sup>43</sup> É importante ressaltar que a divisão do Mercado de TV por assinatura em seis fases, correspondentes a processos produtivos distintos neste mercado, é um recorte que serve de instrumental à análise que seguirá. Contudo, é possível encontrar, no Mercado de TV por assinatura, grupos econômicos que atuam em todas, ou quase todas, essas fases – como de fato ocorre com as Requerentes da operação em tela.

	<h1>INFORME</h1>	ORIGEM: 202
		CMLCE: 60
		NÚMERO: 70
		DATA: 16/8/05

dois elos mais a montante da cadeia produtiva – especialmente em relação aos agentes econômicos de capital nacional que atuam nesses elos –, tais conseqüências seriam difíceis de se quantificar devido ao fato de que, nesses elos, o fluxo de produto a jusante é, na maior parte das vezes, compartilhado por outros segmentos do Mercado Audiovisual.<sup>44</sup> Ademais, as competências da Anatel para com o Mercado de TV por assinatura restringem-se, basicamente, à prestação do serviço (Provimento de Serviço de TV por assinatura) junto ao consumidor – serviço pelo qual a Agência deve zelar para que se estabeleça em cenário de competição entre as diversas Prestadoras. O acesso a determinados tipos de canais de programação se configura como o principal fator de competição entre as diversas Prestadoras de TV por assinatura e, nesse sentido, cumpre à Agência examinar em que condições se dá a comercialização do insumo básico à prestação do Provimento de TV por assinatura.

142. Portanto, a análise a ser realizada neste Informe enfocará, sobretudo, as quatro fases do Mercado de TV por assinatura situadas mais à jusante na cadeia produtiva correspondente, a começar pelo elo de Programação.

143. Contudo, para facilitar a análise que se seguirá, optou-se por agrupar os agentes econômicos relativos às fases de Programação e de Representação de Canais de Programação em uma só instância, doravante denominada simplesmente de **Fornecedores de Programação** que, conjuntamente, são responsáveis pelas fases relativas ao “fornecimento de programação” ao Mercado de TV por assinatura. Ainda que Programadoras e Representantes de Canais de Programação atuem em fases distintas da cadeia produtiva, tecendo muitas vezes relações entre si, a junção desses agentes econômicos não prejudica a análise a ser efetuada, na medida em que, considerados agrupados, tais agentes interagem a jusante da cadeia, fornecendo canais de programação, seja aos Agentes de Compras de Programação, seja às Prestadoras de TV por assinatura. Ademais, as Representantes de Canais pouco impactam as fases a montante (*upstream*) da cadeia produtiva do Mercado de TV por assinatura no Brasil, uma vez que os canais que representam adquirem praticamente todo o conteúdo que veiculam em mercados internacionais.

144. Assim, a análise que segue focará basicamente três agentes econômicos (considerada a junção entre programadoras e representantes de canais de programação), tal como ilustrado na figura a seguir, a qual elenca as fases do processo de produção que fazem parte exclusivamente da cadeia produtiva do Mercado de TV por Assinatura, desconsiderando os elos e os agentes produtivos correspondentes que são compartilhados por outros segmentos do Mercado Audiovisual (vide FIGURAS 1 e 2 às fls. 30 e 34 do presente Informe).

<sup>44</sup> Como citado anteriormente, as receitas decorrentes do Mercado (segmento) de TV por assinatura correspondem, nos países desenvolvidos, a algo entre 20 e 30% (vinte e trinta por cento) de todas as receitas movimentadas pelo Mercado Audiovisual, conforme aponta dados do *Institut de l'Audiovisuel et des Télécommunications en Europe* para o ano de 2002.




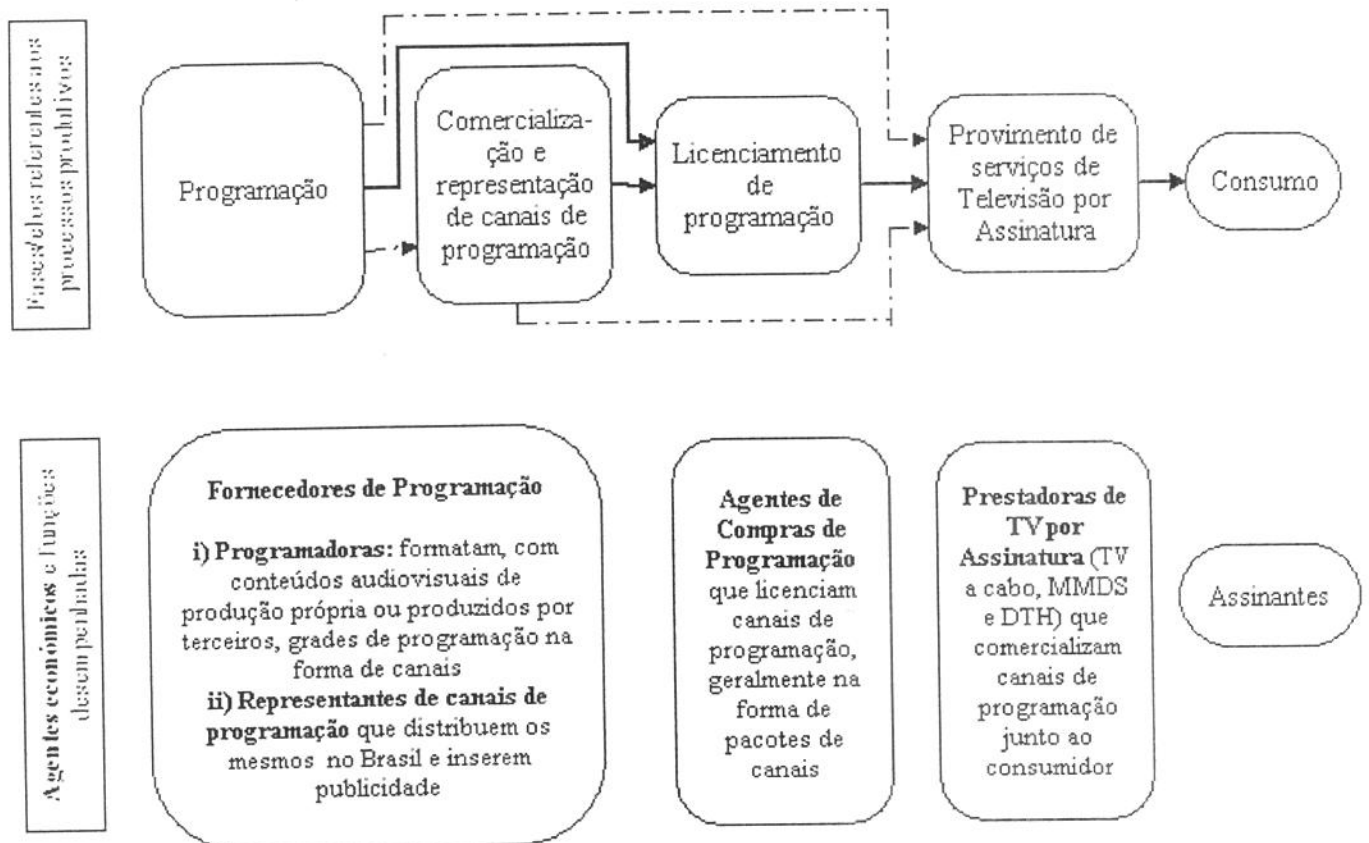

	<h1>INFORME</h1>	ORIGEM: 208
		CMLCE: 51
		NÚMERO: 70
		DATA: 16/2/05

Figura 3  
Cadeia produtiva "exclusiva" do Mercado de TV por Assinatura



145. **Resumindo.** Para chegar ao mercado relevante a ser efetivamente analisado no presente Informe, conforme a FIGURA 3, passou-se pelas seguintes fases: (a) inicialmente foi analisado, como ponto de partida, o Mercado Audiovisual, mostrado na FIGURA 1 (fl. 30 do presente Informe); (b) posteriormente, demonstrou-se que o Mercado de TV por assinatura é apenas uma das bifurcações do Mercado Audiovisual, como descrito na FIGURA 2 (fl. 34 do presente Informe); e (c) por fim, foram agrupadas 2 das 4 fases do Mercado de TV por assinatura, resultando na cadeia "resumida" disposta na FIGURA 3.

	<h1>INFORME</h1>	ORIGEM: <span style="float: right;">23</span>
		CMLCE: <span style="float: right;">87</span>
		NÚMERO: 70
		DATA: 16/2/05

146. Esclarecida a circunscrição da análise, cumpre melhor qualificar o exame dos mercados relevantes a ser realizado neste Informe. Segundo o GUIA SEAE/SDE, o mercado relevante constitui-se do "menor espaço econômico no qual seja factível a uma empresa, atuando de forma isolada, ou a um grupo de empresas, atuando de forma coordenada, exercer o poder de mercado".

147. Em cada um dos mercados relevantes cumpre proceder a **análise sobre duas dimensões de substituíbilidade entre os bens/serviços que são transacionados: a dimensão do produto e a dimensão geográfica**. O método usualmente utilizado para avaliar o grau de substituição entre produtos e localidades e, com isso, definir-se o mercado relevante, é o **teste do monopolista hipotético**.<sup>45</sup> Simplificadamente, o "teste" busca averiguar se um suposto monopolista seria capaz de impor um significativo e não transitório aumento de preços a seus consumidores em um determinado mercado. Trata-se de um "instrumental analítico utilizado para se aferir o grau de substituíbilidade entre bens ou serviços e, como tal, para o mercado relevante", segundo o GUIA SEAE/SDE.

148. Além disso, faz-se também necessário verificar, em relação aos mercados relevantes considerados, em que medida a operação impacta os fluxos financeiros e de produtos/serviços ao longo dos diversos elos da cadeia produtiva. Os agentes econômicos situados nos diferentes elos dessa cadeia interagem entre si, seja a montante, comprando insumos, seja a jusante, comercializando produtos ou serviços específicos. Quando um determinado agente econômico relaciona-se comercialmente com outro agente a montante da cadeia produtiva tem-se um relacionamento com o mercado de insumo ou, como será denominado neste Informe, **mercado de origem**; quando um agente econômico específico relaciona-se comercialmente com outro agente a jusante da cadeia produtiva, tem-se então um relacionamento com o mercado de produto, ou como aqui chamado, **mercado alvo**.

149. Como explanado anteriormente, a operação em tela envolve processo de concentração horizontal e de integração vertical, cujo pleito de exame a esta Agência é requerido por grupos econômicos com ampla atuação nas várias fases correspondentes aos processos produtivos concernentes à cadeia produtiva do Mercado de TV por assinatura no Brasil.

150. Como se trata de uma operação que pode eventualmente dar ensejo à ocorrência de exercício coordenado de poder de mercado, poder-se-ia, para efeitos da análise a ser realizada neste Informe, considerar como referência para a definição dos mercados relevantes, **a atuação dos agentes econômicos participantes do Mercado de TV por assinatura em três fases distintas, a saber: Provimento de TV por assinatura, Licenciamento de Programação e Fornecimento de Programação**

<sup>45</sup> Traz o mencionado GUIA: "o teste do 'monopolista hipotético' consiste em se considerar, para um conjunto de produtos e área específicos, começando com os bens produzidos e vendidos pelas empresas participantes da operação, e com a extensão territorial em que estas empresas atuam, qual seria o resultado final de um 'pequeno porém significativo e não transitório' aumento dos preços para um suposto monopolista destes bens nesta área. Se o resultado for tal que o suposto monopolista não considere o aumento de preços rentável, então a SEAE e a SDE acrescentarão à definição original de mercado relevante o produto que for o mais próximo substituto do produto da nova empresa criada e a região de onde provém a produção que for a melhor substituta da produção da empresa em questão. Esse exercício deve ser repetido sucessivamente até que seja identificado um Grupo de produtos e um conjunto de localidades para os quais seja economicamente interessante, para um suposto monopolista, impor um 'pequeno porém significativo e não transitório aumento' dos preços. O primeiro grupo de produtos e localidades identificado segundo este procedimento será o menor grupo de produtos e localidades necessário para que um suposto monopolista esteja em condições de impor um 'pequeno porém significativo e não transitório' aumento dos preços, sendo este o mercado relevante delimitado."

2024

 <b>ANATEL</b>	<h1>INFORME</h1>	ORIGEM:	ETD
		CMLCE:	
		NÚMERO:	70
		DATA:	16/8/05

(considerada a junção entre Programação e Representação de Canais). Poder-se-ia, deste modo, tomando como referência a FIGURA 3 (fl. 43 do presente Informe), analisar, **em cada uma dessas três fases, as repercussões da operação nos respectivos mercados alvo e de origem**, assim como o grau de substitutibilidade entre bens ou serviços de acordo com as **dimensões de produto e geográfica**.<sup>46</sup>

151. Contudo, ao se proceder tal segmentação dos mercados relevantes, a análise poderia se tornar demasiadamente exaustiva, com o risco de se perder o foco, qual seja, o exame das interações existentes ao longo da cadeia produtiva. Assim, ainda que considerando a perspectiva dos eventuais impactos causados nas diversas fases correspondentes aos vários processos produtivos envolvidos no Mercado de TV por assinatura, optou-se por considerar dois mercados relevantes principais.

152. O primeiro mercado relevante, **Provimento de TV por assinatura** (comercialização de canais de programação diretamente ao consumidor), diz respeito ao mercado-alvo; e o segundo, **Comercialização de Canais de Programação Audiovisual**, diz respeito ao mercado de origem.

153. No que se refere ao Mercado de Comercialização de Canais de Programação Audiovisual, cumpre ressaltar que o mesmo engloba três relações bilaterais, quais sejam:<sup>47</sup>

- a) Prestadoras de TV por assinatura com Agentes de Compras de Programação;
- b) Prestadoras de TV por assinatura com Fornecedores de Programação; e
- c) Agentes de Compras de Programação com Fornecedores de Programação.

154. Além do Mercado de TV por assinatura (relacionado à produção e circulação de conteúdos audiovisuais na forma de canais de programação diretamente ao consumidor) têm-se ainda outro mercado relevante de origem, relacionado ao primeiro, que necessita ser analisado. Trata-se do mercado de **Licenciamento da Tecnologia para Acesso e Recepção de TV por assinatura** – mercado no qual uma das Requerentes tem importante atuação em âmbito internacional.


155. Tem-se assim, três mercados relevantes que receberão destaque na presente análise:

- a) Provimento de TV por assinatura;
- b) Comercialização de Canais de Programação Audiovisual; e
- c) Licenciamento de Tecnologia para Acesso e Recepção de TV por assinatura.

156. Por fim, cumpre esclarecer que, quando da apreciação do AC n.º 53500.002423/2003, também foi identificado o mercado de Comercialização de Capacidade Satelital, o qual consiste no oferecimento dos recursos de órbita e espectro radioelétrico a Prestadoras do Serviço DTH, bem como

<sup>46</sup> Ter-se-ia, então, seis mercados relevantes. Para os mercados-alvo: Provimento de TV por assinatura (comercialização de canais de programação diretamente ao consumidor), Licenciamento de canais de programação e Fornecimento de canais de programação ao Mercado de TV por assinatura, e para os mercados de origem: Aquisição de canais de programação, Aquisição dos direitos de comercialização de canais de programação e Aquisição de conteúdos.

<sup>47</sup> As relações elencadas estão explicitadas na FIGURA 3.

	<h1>INFORME</h1>	ORIGEM: <span style="float: right;">2085</span>
		CMLCE <span style="float: right;">Ed</span>
		NÚMERO: 70
		DATA: 16/8/05

de *trunking* (telefonia), radiodifusão (emissoras de rádio e TV) e mercado corporativo (bancos e companhias com grande tráfego de dados), uma vez que, à época, a empresa PANAMSAT DO BRASIL LTDA. (PANAMSAT) fornecedora de capacidade satelital era integrante do GRUPO HUGHES. Ocorre, porém, que se consolidou, ao final do ano de 2004, a venda da PANAMSAT para a Kohlberg Kravis Roberts & Co. Por tal motivo, não mais se justifica a análise deste mercado.<sup>48</sup>

157. Dito isto, para melhor compreensão dos mercados relevantes identificados, far-se-á uma breve descrição dos mesmos.

#### 4.7.1. MERCADO ALVO - PROVIMENTO DE TV POR ASSINATURA

##### 4.7.1.1. Dimensão Produto

158. Para a definição do mercado relevante de produto aqui denominado de **Provimento de TV por assinatura**, inicialmente buscou-se as definições constantes da legislação e regulamentação.


159. O art. 4.º do Regulamento dos Serviços de Telecomunicações, aprovado pela Resolução n.º 73, de 25 de novembro de 1998, e alterado pelas Resoluções n.º 234, de 6 de setembro de 2000, e n.º 343, de 17 de julho de 2003, traz a seguinte definição “o Serviço de Comunicação Eletrônica de Massa é o serviço de telecomunicações prestado no regime privado, de interesse coletivo, destinado a difusão unidirecional ou comunicação assimétrica, entre o prestador e os usuários em sua área de serviço, de sinais de telecomunicações, para serem recebidos livremente pelo público em geral ou por assinantes.”

160. Já o Regulamento para uso de redes de Serviços de Comunicação de Massa por Assinatura para provimento de Serviços de Valor Adicionado, aprovado pela Resolução n.º 190, de 29 de novembro de 1999, foi além, dispondo que “são Serviços de Comunicação de Massa com acesso por assinatura, prestados no âmbito de interesse coletivo, nos termos do Regulamento dos Serviços de Telecomunicações, aprovado pela Resolução n.º 73, de 25 de novembro de 1998, e do Ato n.º 3.807, de 23 de junho de 1999, compreendendo o Serviço de TV a Cabo, o Serviço de Distribuição de Sinais Multiponto Multicanal (MMDS), o Serviço de Distribuição de Sinais de Televisão e de Áudio por Assinatura via Satélite (DTH) e outros que vierem a ser criados pela Agência”.

161. Também a Medida Provisória n.º 2.228-1, de 6 de setembro de 2001, que criou a Agência Nacional do Cinema, na redação que lhe foi dada pela Lei n.º 10.454, de 13 de maio de 2002 (Dispõe sobre remissão da Contribuição para o Desenvolvimento da Indústria Cinematográfica) trata de “empresas prestadoras de serviços de comunicação eletrônica de massa por assinatura”, conforme seu art. 31.

162. Entretanto, a utilização da denominação “serviços de comunicação eletrônica de massa por assinatura (SCEMA)” poderia gerar dificuldades de compreensão por parte de órgãos externos à Anatel, razão pela qual optou-se por utilizar o termo mais comum, qual seja, TV por assinatura.

<sup>48</sup> Disponível na internet em: <<http://www.panamsat.com/news>>.

	<h1>INFORME</h1>	ORIGEM: <span style="float: right;">EO</span>
		CMLCE
		NÚMERO: 70
		DATA: 16/8/05

163. Neste contexto, do ponto de vista da análise concorrencial, o mercado relevante de Provimento de TV por assinatura inclui, consoante dantes consignado, três modalidades de serviços, a saber: o Serviço de TV a Cabo, o Serviço MMDS e o Serviço DTH.

164. Poder-se-ia incluir ainda uma quarta modalidade: o Serviço Especial de Televisão por Assinatura (TVA-UHF). No entanto, tal serviço difere das características comuns às demais tecnologias de TV por assinatura tal como definidas, especialmente no que se refere à limitação a um único canal e à autorização que vem sendo dada a seus prestadores para que transmitam sua programação não codificada (sinal aberto) desde 1991, quando foi editada a Portaria Minfra n.º 186, que permitia a transmissão aberta em até 10% (dez por cento) do tempo destinado à irradiação diária das emissoras, sem inserção de publicidade. Atualmente, está em vigor o Ato n.º 43.313, de 18 de outubro de 2004, que alterou o percentual para 45% (quarenta e cinco por cento) de sua irradiação diária.

165. Embora haja diferenças entre as tecnologias empregadas nos meios para a distribuição de canais de programação pelos Serviços de TV a Cabo, MMDS e DTH, pode-se afirmar que, da perspectiva da demanda, o usuário percebe os três serviços como equivalentes, tomando-os como substitutos próximos. Os três serviços têm como características, entre outras, a oferta de canais de programação que contempla um amplo número de canais de conteúdo variável, a não disponibilidade gratuita e a comercialização de pacotes de canais de programação por meio de assinaturas mensais.

166. Quanto aos valores cobrados aos assinantes, tanto no que se refere à adesão quanto à mensalidade, nota-se que estes têm convergido nos últimos anos, não configurando, portanto, para efeitos da análise concorrencial, uma diferenciação dos produtos/serviços ofertados pelas Prestadoras de TV por assinatura nas modalidades de Serviço de TV a Cabo, MMDS e DTH.

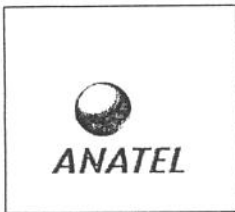
167. Forçoso ainda ponderar quanto à distinção entre os serviços incluídos nessa definição de mercado relevante de Provimento de TV por assinatura e o Serviço de Radiodifusão de Sons e Imagens, popularmente denominado TV aberta.

168. Por um lado, do ponto de vista da demanda (consumidor), não se pode afirmar que os serviços ofertados no mercado de Provimento de TV por assinatura e no de TV aberta sejam intercambiáveis. Não se confundem, pois há diferenciação, por exemplo, no conteúdo da programação e na qualidade da imagem recebida. Ademais, e decerto mais importante, existe cobrança pelos TV por assinatura, enquanto o serviço ofertado por concessionárias do Serviço de Radiodifusão de Sons e Imagens é gratuito.

169. Portanto, aplicando-se o teste do “monopolista hipotético” conforme descrito no GUIA SEAE/SDE, percebe-se que, na eventualidade de uma pequena, porém significativa e não transitória elevação do valor cobrado por uma determinada Prestadora de TV por assinatura, seria impróprio considerar que assinantes substituiriam esse serviço pela TV aberta e que a elevação dos valores não seria lucrativa para a Prestadora de TV por assinatura.

170. Com efeito, não há que se falar em substituição ou escolha por parte do consumidor entre os serviços, uma vez que o serviço prestado pelas concessionárias do Serviço de Radiodifusão de Sons e Imagens independe da assinatura de um contrato e é disponibilizado gratuitamente. Ademais, o fato de contratar os serviços da Prestadora de TV por assinatura não lhe exclui acesso à TV aberta.

2287  
ED



# INFORME

ORIGEM:	ED
CMLCE	
NÚMERO:	70
DATA:	16/8/05

171. Também pelo lado da oferta, percebe-se a impossibilidade de inclusão da TV aberta e da TV por assinatura como substitutos. De fato, dadas as configurações técnicas da TV por assinatura, está ausente o principal elemento que caracterizaria um novo ofertante de curto prazo, qual seja, a possibilidade de adaptar seu negócio a custo relativamente baixo e em um curto espaço de tempo (inferior a um ano), a fim de concorrer nesse mercado, em resposta a um “pequeno porém significativo e não transitório aumento” dos preços.

172. Assim, cumpre esclarecer que o direito de exploração de TV por assinatura é conferido pela Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel) em razão da tecnologia adotada (plataforma) e para uma determinada Área de Prestação do Serviço (APS).

173. No que se refere aos Serviços de TV a Cabo e MMDS, o direito é conferido nas modalidades de concessão e autorização, respectivamente, para exploração dos Serviços em Áreas que incluem um ou mais Municípios adjacentes.

174. O Brasil tem pouco mais de 5.570 (cinco mil, quinhentos e setenta) Municípios e o Serviço de TV a Cabo e/ou pelo Serviço MMDS está presente basicamente nos maiores deles.<sup>49</sup> Conforme o Panorama de Serviços da Superintendência de Serviços de Comunicação de Massa,<sup>50</sup> atualizado até julho de 2005, existem 215 (duzentas e quinze) empresas operando o Serviço de TV a Cabo e 66 (sessenta e seis) operando o Serviço MMDS. Além disso, 71 (setenta e uma) concessionárias de TV a Cabo e 18 (dezoito) empresas autorizadas de MMDS estão em fase de instalação.

175. Isso corresponde a 485 (quatrocentos e oitenta e cinco) Municípios atendidos, por meio de 300 (trezentas) APS's, o que corresponde a quase 8,8% (oito vírgula oito por cento) do total de Municípios brasileiros, a mais de 52,4% (cinquenta e dois vírgula quatro por cento) da população brasileira e a quase 54,2% (cinquenta e quatro vírgula dois por cento) dos domicílios urbanos.<sup>51</sup>


176. Quanto ao Serviço DTH, deve-se primeiramente observar que a autorização/permissão para exploração desse serviço é, em regra, em âmbito nacional, o que possibilita, ao menos em tese, que o serviço seja ofertado e esteja disponível em todos os Município brasileiros. Assim, existem hoje, conforme o referido Panorama de Serviços, nove Prestadoras de Serviço DTH em operação, porém, em decorrência do tipo de programação oferecida, apenas cinco competem na prestação desse serviço,<sup>52</sup> haja vista que as demais possuem programação de interesse específico para determinados

<sup>49</sup> Informações segundo o censo do IBGE de 2000, disponível na Internet em: <<http://www.ibge.gov.br>>.

<sup>50</sup> Disponíveis na internet em: <[http://www.anatel.gov.br/tv\\_assinatura/panorama/panorama.asp?CodArea=27&CodTemplate=536](http://www.anatel.gov.br/tv_assinatura/panorama/panorama.asp?CodArea=27&CodTemplate=536)>.

<sup>51</sup> Sobre a abrangência das APS's cumpre esclarecer que, em razão da tecnologia de distribuição adotada, as APS's para o Serviço de TV a Cabo diferem das atribuídas ao Serviço MMDS, ou seja, os Municípios englobados em uma APS do Serviço de TV a Cabo não são necessariamente os mesmos que constam de uma APS do Serviço MMDS. Apenas para exemplificar, a APS de São Paulo para o Serviço de TV a Cabo engloba apenas o Município de São Paulo, SP; já a APS de São Paulo para o Serviço MMDS envolve a capital paulista e mais 24 (vinte e quatro) Municípios adjacentes.

<sup>52</sup> São elas, a SKY BRASIL, a DIRECTV BRASIL, a TECTELCOM TÉCNICA EM TELECOMUNICAÇÕES LTDA. (TECTELCOM), DTH INTERACTIVE TELECOMUNICAÇÕES LTDA. e DTCOM DIRECT TO COMPANY S.A. Entretanto, as duas últimas não possuem representatividade, uma vez que, segundo os dados de março de 2005, possuíam, respectivamente, apenas 2.040 (dois mil e quarenta) e 87 (oitenta e sete) assinantes em todo o país.

	<h1>INFORME</h1>	ORIGEM: <span style="float: right;">208</span>
		CMLCE <span style="float: right;">ED</span>
		NÚMERO: 70
		DATA: 16/8/05

setores como, por exemplo, cursos profissionalizantes. Também existem uma Prestadora em fase de instalação do respectivo sistema.

177. Portanto, o mercado de produto a ser analisado é o de **Provisionamento de TV por assinatura**, composto pelos Serviços de TV a Cabo, MMDS e DTH, dada a possibilidade de sobreposição de atividades denotada.<sup>53</sup>

178. É importante ressaltar, por fim, que essa definição de mercado relevante de produto também está em conformidade com a prática antitruste internacional, tendo sido reafirmada em decisões recentes tanto na Europa quanto nos EUA.<sup>54</sup>

#### 4.7.1.2. Dimensão Geográfica


179. Em que pese as razões apontadas pelas Requerentes para definir o mercado de Provisionamento de TV por assinatura como nacional, a dimensão geográfica desse mercado restringe-se à Área em que o serviço em questão estiver sendo prestado, tendo em vista que o direito conferido à empresa está limitada a essa Área. O teste do monopolista hipotético aplica-se a essa situação particular, pois, na eventualidade de um significativo, porém não transitório, aumento de preços, um usuário somente poderia recorrer à substituição do fornecimento de serviços por empresas atuantes no mesmo mercado de produtos que atendessem naquela APS (vide parágrafos 173 a 177).

180. Sobre este aspecto, as Requerentes sustentam que o mercado geográfico deve ser o nacional. Para tanto aduzem, sinteticamente, que a vasta maioria dos assinantes de TV por assinatura, aproximadamente 73% (setenta e três por cento), estaria localizada nas Regiões Sul e Sudeste do País, Regiões estas que concentram a maior parte do PIB nacional e, portanto, onde haveria maior concentração de consumidores capazes de adquirir os serviços de TV por assinatura. Nestes mercados, por se encontrarem os consumidores mais atrativos, que formam a população de maior renda, ter-se-ia a maior concorrência para manter e obter novos assinantes. Assim, para a maior partes dos consumidores brasileiros representativos da demanda por TV por assinatura, as Prestadoras dos

<sup>53</sup> A definição desse mercado relevante já foi feita em outros Atos de Concentração instruídos tanto pela Anatel quanto pela Secretaria de Direito Econômico do Ministério da Justiça (SDE/MJ) e pela Secretaria de Acompanhamento Econômico do Ministério da Fazenda (Seae/MF) sob os nomes de “Mercado de Serviços de TV por Assinatura”, “Mercado de Provisionamento de Serviços de Comunicação de Massa por assinatura (SCMa)” e “Mercado de Provisionamento de Serviços de Comunicação Eletrônica de Massa por assinatura (SCEMA)”, sendo que todas as definições se referem ao mesmo mercado.

<sup>54</sup> As seguintes decisões estão publicadas no endereço da Comissão Europeia na Internet em <<http://europa.eu.int/comm/competition/mergers/cases/>>: caso COMP JV 37 *BskyB/Kirch Pay TV*; caso IV M. 993 *Bertelsmann/Kirch/Première*; caso COMP M. 2211 *Universal Studio Networks/De Facto 829 (NTL) Studio Channel Ltd*, caso COMP JV 57-TPS, caso COMP M. 2845 *Sogetel/Canalsatélite Digital/Via Digital*.

Há também decisão recente do Departamento de Justiça dos Estados Unidos, sobre a fusão entre Echostar Communications Corp. e Hughes Electronic Corp., que corrobora a definição de mercado relevante utilizada nesta análise: “Thus, the United States comprises numerous local geographic markets for MVPD service, each consisting of a community whose members face the same competitive choices. In each, customers can choose from either DTV or DISH. In most markets, a local cable operator provides a third option. In a very few markets representing no more than 5% of U.S. households, customers can choose to buy from a fourth provider. Customers cannot choose to purchase service from a cable operator who does not serve their area.” Disponível na Internet em: <<http://www.usdoj.gov/atr/cases/f200400/200409.pdf>>.

	<h1>INFORME</h1>	ORIGEM:	20189
		CMLCE	EST
		NÚMERO:	70
		DATA:	16/8/05

Serviços de TV a Cabo e MMDS exerceriam uma restrição competitiva sobre o comportamento das Prestadoras do Serviço DTH.

181. Ainda segundo as Requerentes, nas localidades em que o Serviço de TV por assinatura está apenas disponível por meio do uso da tecnologia DTH, a Prestadora resultante da fusão das plataformas não iria aumentar seus preços haja vista que ambas já adotam uma **política de preços nacional**, justificada pela portabilidade do equipamento necessário para recepção dos sinais do Serviço DTH.

182. Por fim, alegam que seria irracional que as empresas, após a conclusão da operação, venham a exercer de forma abusiva seu poder de mercado para aumentar os preços acima de níveis competitivos porque “para elas seria irracional elevar os seus preços nacionalmente, uma vez que os potenciais ganhos obtidos nas áreas onde os consumidores não teriam outra escolha seriam muito menores do que as perdas decorrentes da migração de assinantes para operadoras de cabo e MMDS nas localidades onde há a concorrência dessas tecnologias, ou para novas operadoras de DTH presentes em todo território nacional”. Neste contexto, concluem que a fusão da SKY BRASIL com a DIRECTV BRASIL, nas áreas em que estas operem com exclusividade, teria o poder de mercado limitado pelos preços praticados nas áreas em que há efetiva concorrência.

183. Todavia, a garantia dos direitos dos consumidores não pode ficar restrita a uma mera política atualmente praticada pelas Requerentes. Ao contrário, há de ser garantida formalmente pelos órgãos antitruste. Assim, para se fazer uma análise minuciosa da competição no Mercado de TV por assinatura faz-se necessária uma avaliação de Município a Município.

184. A fim de possibilitar esta análise, foi solicitado à SKY BRASIL, à DIRECTV BRASIL e à TECTELCOM a indicação dos 500 (quinhentos) Municípios,<sup>55</sup> nos quais cada uma das empresas possui maior quantitativo de assinantes, enumerando-os em ordem decrescente, isto é, a partir do Município com o maior número de assinantes. A compilação dos dados recebidos consta da tabela anexa ao presente Informe (Anexo 6.3.).

185. No que se refere à distribuição geográfica dos 500 Municípios, apontados pela SKY BRASIL e pela DIRECTV BRASIL, temos que:

*SD*

<sup>55</sup> Vide nota 52.





# INFORME

ORIGEM: 2010  
CMLCE: ELP  
NÚMERO: 70  
DATA: 16/2/05

QUADRO I


Região	N.º Municípios	Unidade da Federação	Municípios			
			Total	Capital	Mais de 100 mil hab.	Menos de 100 mil hab.
Sudeste	325	Espírito Santo	9	1	6	2
		Minas Gerais	75	1	21	53
		Rio de Janeiro	48	1	21	26
		São Paulo	193	1	61	131
Sul	150	Paraná	39	1	11	27
		Rio Grande do Sul	73	1	16	56
		Santa Catarina	38	1	9	28
Centro-Oeste	30	Distrito Federal	1	1	0	0
		Goiás	13	1	4	8
		Mato Grosso	11	1	2	8
		Mato Grosso do Sul	5	1	1	3
Norte	28	Acre	1	1	0	0
		Amaná	2	1	0	1
		Amazonas	2	1	0	1
		Pará	13	1	4	8
		Rondônia	6	1	1	4
		Roraima	1	1	0	0
		Tocantins	3	1	1	1
Nordeste	52	Alagoas	2	1	1	0
		Bahia	20	1	11	8
		Ceará	7	1	5	1
		Maranhão	2	1	1	0
		Paraíba	3	1	1	1
		Pernambuco	12	1	8	3
		Piauí	2	1	1	0
		Rio Grande do Norte	3	1	2	0
		Sergipe	1	1	0	0
TOTAL			585	27	188	370

186. Analisando os dados apresentados, a primeira informação a ser ressaltada é que há uma grande similaridade no que se refere aos 500 (quinhentos) principais Municípios em que cada uma das duas empresas possui assinantes, uma vez que o número de Municípios constante da compilação é de 585 (quinhentos e oitenta e cinco).<sup>56</sup>

187. Esta mesma conclusão decorre da análise dos últimos Municípios listados entre os 500 mais relevantes, nos quais as Prestadoras possuem um número reduzidíssimo de assinantes.

a) Considerando o número de assinantes da SKY BRASIL, nos últimos 86 (oitenta e seis) Municípios indicados entre os 500 mais relevantes, a empresa tem menos de 300 (trezentos) assinantes.

<sup>56</sup> Os 585 Municípios serão doravante denominados "Base 500".

	<h1>INFORME</h1>	ORIGEM: <i>AS</i>
		CMLCE <i>ES</i>
		NÚMERO: 70
		DATA: 16/8/05

b) Em relação à DIRECTV BRASIL, nos últimos 303 (trezentos e três) Municípios indicados entre os 500 mais relevantes, a empresa tem menos de 300 (trezentos) assinantes, sendo que nos últimos 231 (duzentos e trinta e um) Municípios tem menos de 200 (duzentos assinantes) e nos últimos 85 (oitenta e cinco), menos de 100 (cem assinantes).

c) Por fim, considerando o número total de assinantes de uma eventual plataforma fusionada, bem como o total de 585 (quinhentos e oitenta e cinco) Municípios indicados por ambas as empresas, nos últimos 114 (cento e quatorze) Municípios indicados, a empresa fusionada teria menos de 300 (trezentos) assinantes, sendo que nos últimos 82 (oitenta e dois) Municípios teria menos de 200 (duzentos) assinantes e nos últimos 46 (quarenta e seis), menos de 100 (cem) assinantes.

188. Ao classificarmos os referidos 500 Municípios em quatro grupos (Capitais, Municípios com mais de cem mil habitantes, Municípios com menos de cem mil habitantes e "Outros", ou seja, aqueles que não foram listados pelas duas empresas entre os 500 mais relevantes),<sup>57</sup> bem como o quantitativo de assinantes de outras Prestadoras de TV por assinatura (independentemente da tecnologia utilizada), teremos os seguintes dados:<sup>58</sup>

<sup>57</sup> Foram utilizados os dados relativos à população total do Censo Demográfico 2000 do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE).

<sup>58</sup> Para os fins da análise dos dados a seguir, utilizaremos os seguintes termos:

a) N.º de assinantes: Assinantes de TV por assinatura (A-TV<sub>a</sub>), Assinantes da SKY BRASIL (AS), Assinantes da DIRECTV BRASIL (AD), Assinantes da SKY + DIRECTV (ASD), Assinantes da TECTELCOM (ATe), Assinantes das CONCORRENTES (AC) e Assinantes da SKY + DIRECTV + TV a Cabo e MMDS (A-SDTM);

b) N.º de assinantes nos 500 Municípios mais expressivos: Assinantes da SKY BRASIL 500 (AS 500), Assinantes da DIRECTV BRASIL 500 (AD 500), Assinantes da SKY + DIRECTV 500 (ASD 500), Assinantes da TECTELCOM 500 (ATe 500) e Assinantes das CONCORRENTES 500 (AC 500);

c) N.º de total de assinantes: Total de Assinantes da SKY BRASIL (T-AS), Total de Assinantes da DIRECTV BRASIL (T-AD), Total de Assinantes da SKY + DIRECTV (T-ASD), Total de Assinantes da TECTELCOM (T-ATe), Total de Assinantes das CONCORRENTES (T-AC), Total de Assinantes de TV por assinatura (T-TV<sub>a</sub>), Total de Assinantes de DTH (T-DTH) e Total de Assinantes da SKY + DIRECTV + TV a Cabo e MMDS (T-SDTM).



# INFORME

ORIGEM:  
CMLCE 201  
NÚMERO: 70  
DATA: 16/8/05

## QUADRO 2

		Capitais	Mais de 100 mil hab.	Menos de 100 mil hab.	Total 500	Outros <sup>59</sup>	Total
TV por assinatura	Assinantes TV por assinatura (A-TVa)	2.125.215	1.204.613	273.425	3.603.253	274.565	3.877.818
		54,80%	31,06%	7,05%	92,92%	7,08%	100,00%
SKY BRASIL	Assinantes SKY (AS)	263.356	238.495	143.302	645.153	223.337	868.490
	AS / AS 500	40,82%	36,97%	22,21%	N/A	N/A	N/A
	AS / T-AS	30,32%	27,46%	16,50%	74,28%	25,72%	100,00%
	AS / A-TVa	12,39%	19,80%	52,41%	17,90%	81,34%	22,40%
	AS / T-TVa	6,79%	6,15%	3,70%	16,64%	5,76%	22,40%
DIRECTV BRASIL	Assinantes DIRECTV (AD)	195.606	164.248	63.266	423.120	32.266	455.386
	AD / AD 500	46,23%	38,82%	14,95%	N/A	N/A	N/A
	AD / T-AD	42,95%	36,07%	13,89%	92,91%	7,09%	100,00%
	AD / A-TVa	9,20%	13,63%	23,14%	11,74%	11,75%	11,74%
	AD / T-TVa	5,04%	4,24%	1,63%	10,91%	0,83%	11,74%
SKY + DirecTV	Assinantes SKY + DIRECTV (ASD)	458.962	402.743	206.568	1.068.273	255.603	1.323.876
	ASD / ASD 500	42,96%	37,70%	19,34%	N/A	N/A	N/A
	ASD / T-ASD	34,67%	30,42%	15,60%	80,69%	19,31%	100,00%
	ASD / A-TVa	21,60%	33,43%	75,55%	29,65%	93,09%	34,14%
	ASD / T-TVa	11,84%	10,39%	5,33%	27,55%	6,59%	34,14%
Concorrentes	Assinantes Concorrentes (AC)	1.666.253	801.870	66.857	2.534.980	18.962	2.553.942
	AC / AC 500	65,73%	31,63%	2,64%	N/A	N/A	N/A
	AC / T-AC	65,24%	31,40%	2,62%	99,26%	0,74%	100,00%
	AC / A-TVa	78,40%	66,57%	24,45%	70,35%	6,91%	65,86%
	AC / T-TVa	42,97%	20,68%	1,72%	65,37%	0,49%	65,86%

189. O QUADRO 2 demonstra, no que se refere à base de assinantes de TV por assinatura nos 500 Municípios, que:

- nas Capitais, os assinantes da SKY BRASIL representam 12,4%, os da DIRECTV BRASIL, 9,2%, e os das concorrentes, 78,4%;
- nos Municípios com mais de cem mil habitantes, os assinantes da SKY BRASIL representam 19,80%, os da DIRECTV BRASIL, 13,63%, e os das concorrentes, 66,57%; e
- nos Municípios com menos de cem mil habitantes, os assinantes da SKY BRASIL representam 52,41%, os da DIRECTV BRASIL, 23,14%, e os das concorrentes, 24,45%.

190. Já os "Outros" Municípios, ou seja, aqueles não incluídos entres os 500 principais pelas duas empresas, os assinantes da SKY BRASIL representam 5,76% da base total de assinantes de TV por assinatura, os da DIRECTV BRASIL; 0,83% e os das concorrentes, 0,49%.

<sup>59</sup> Os assinantes da DTH INTERACTIVE TELECOMUNICAÇÕES LTDA. e da DTCOM DIRECT TO COMPANY S.A. (vide nota 52), foram incluídos nesta coluna, uma vez que as empresas não foram consultadas por esta Agência.



# INFORME

ORIGEM: 2013  
CMLCE  
NÚMERO: 70  
DATA: 16/10/05

191. Considerando a base total de assinantes, a plataforma fusionada teria mais de 34% (trinta e quatro por cento) do mercado nacional de TV por assinatura.


192. Outra possibilidade, seria realizar uma comparação apenas entre as Prestadoras do Serviço DTH, ou seja, entre os assinantes da SKY BRASIL, da DIRECTV BRASIL e da TECTELCOM.<sup>60</sup>

QUADRO 3

		Capitais	Mais de 100 mil hab.	Menos de 100 mil hab.	Total 500	Outros <sup>61</sup>	Total
DTH	Assinantes DTH (A-DTH)	463.994	414.939	216.193	1.095.126	264.656	1.359.782
		34,12%	30,52%	15,90%	80,54%	19,46%	100,00%
SKY Brasil	Assinantes SKY (AS)	263.356	238.495	143.302	645.153	223.337	868.490
	AS / AS 500	40,82%	36,97%	22,21%	N/A	N/A	N/A
	AS / T-AS	30,32%	27,46%	16,50%	74,28%	25,72%	100,00%
	AS / A-DTH	56,76%	57,48%	66,28%	58,91%	84,39%	63,87%
	AS / T-DTH	19,40%	17,57%	10,56%	47,52%	16,45%	63,97%
DIRECTV BRASIL	Assinantes DIRECTV (AD)	195.606	164.248	63.266	423.120	32.266	455.386
	AD / AD 500	46,23%	38,82%	14,95%	N/A	N/A	N/A
	AD / T-AD	42,95%	36,07%	13,89%	92,91%	7,09%	100,00%
	AD / A-DTH	42,16%	39,58%	29,26%	38,64%	12,19%	33,49%
	AD / T-DTH	14,39%	12,08%	4,65%	31,12%	2,37%	33,49%
SKY + DIRECTV	Assinantes SKY + DIRECTV (ASG)	458.962	402.743	206.568	1.068.273	255.603	1.323.876
	ASD / ASD 500	42,96%	37,70%	19,34%	N/A	N/A	N/A
	ASD / T-ASD	34,67%	30,42%	15,60%	80,69%	19,31%	100,00%
	ASD / A-DTH	98,92%	97,06%	95,55%	97,55%	96,58%	97,36%
	ASD / T-DTH	33,75%	29,62%	15,19%	78,56%	18,80%	97,36%
TECTELCOM	Assinantes Tectelcom (ATe)	5.032	12.196	9.625	26.853	6.926	33.779
	ATe / ATe 500	18,74%	45,42%	35,84%	N/A	N/A	N/A
	ATe / T-ATe	14,90%	36,11%	28,49%	79,50%	20,50%	100,00%
	ATe / A-DTH	1,08%	2,94%	4,45%	2,45%	2,62%	2,48%
	ATe / T-DTH	0,37%	0,90%	0,71%	1,97%	0,51%	2,48%
Outros DTH	Assin. Outros DTH (AOD)	N/A	N/A	N/A	N/A	2.127	2.127
	AOD / A-DTH	N/A	N/A	N/A	N/A	0,80%	0,16%
	AOD / T-DTH	N/A	N/A	N/A	N/A	0,16%	0,16%

<sup>60</sup> A TECTELCOM apresentou 90 (noventa) novos Municípios, os quais, após análise dos dados, foram reduzidos a 83 (oitenta e três). Isto porque a empresa apresentou 6 cidades satélites de Brasília (Ceilândia, Gama, Guará, Planaltina, Sobradinho e Taguatinga) como Municípios independentes, as quais são consideradas pelo IBGE como Distritos de Brasília, que configura como único Município do DF, definição essa que, aparentemente, também foi seguida por SKY BRASIL e DIRECTV BRASIL, uma vez que não informaram qualquer cidade satélite de Brasília entre seus 500 principais Municípios. O número de assinantes informados pela TECTELCOM para esses distritos foram acrescidos ao número de assinantes informados para Brasília. Também foi desconsiderado, o "Município" de Águas de Araxá da base da TECTELCOM, uma vez que esse Município não consta na base de dados do Censo 2000 do IBGE. Os 22 assinantes da TECTELCOM em Águas de Araxá foram considerados na linha de "Outros".

<sup>61</sup> Vide nota 59.

	<h1>INFORME</h1>	ORIGEM: <span style="float: right;">2014</span>
		CMLCE <span style="float: right;">2014</span>
		NÚMERO: 70
		DATA: 16/12/05

193. Considerando-se apenas as Prestadoras do Serviço DTH, a SKY BRASIL e a DIRECTV BRASIL teriam, juntas, mais de 97% (noventa e sete por cento) do mercado nacional de DTH.


194. Por fim, objetivando verificar a existência de concorrência promovida pelas Prestadoras de outras tecnologias de TV por assinatura (TV a Cabo e MMDS) sobre as atividades desenvolvidas pelas Requerentes, uma última possibilidade de análise seria dividir os 500 Municípios mais relevantes entre aqueles em que a SKY BRASIL e a DIRECTV BRASIL possuem concorrentes nessas tecnologias e aqueles em que não há concorrência.

QUADRO 4

		Sem Concorrente	1 Concorrente	2 Concorrentes	3 Concorrentes	5 Concorrentes	Total
<u>SKY + DIRECTV + TV a Cabo e MMDS</u>	Assinantes SDTM (A-SDTM)	191.272	573.137	1.642.955	1.068.740	100.296	3.576.400
		5,35%	16,03%	45,94%	29,88%	2,80%	100,00%
<u>SKY BRASIL</u>	Assinantes <u>SKY</u> (AS)	136.920	151.615	275.028	74.802	6.788	645.153
	AS / T-AS	21,22%	23,50%	42,63%	11,59%	1,05%	100,00%
	AS / A-SDTM	71,58%	26,45%	16,74%	7,00%	6,77%	18,04%
	AS / T-SDTM	3,83%	4,24%	7,69%	2,09%	0,19%	18,04%
<u>DIRECTV BRASIL</u>	Assinantes <u>DIRECTV</u> (AD)	54.352	85.140	201.095	72.600	9.933	423.120
	AD / T-AD	12,85%	20,12%	47,53%	17,16%	2,35%	100,00%
	AD / A-SDTM	28,42%	14,86%	12,24%	6,79%	9,90%	11,83%
	AD / T-SDTM	1,52%	2,38%	5,62%	2,03%	0,28%	11,83%
<u>SKY + DIRECTV</u>	Assinantes <u>SKY + DIRECTV</u> (ASD)	191.272	236.755	476.123	147.402	16.721	1.068.273
	ASD / T-ASD	17,90%	22,16%	44,57%	13,80%	1,57%	100,00%
	ASD / A-SDTM	100,00%	41,31%	28,98%	13,79%	16,67%	29,87%
	ASD / T-SDTM	5,35%	6,62%	13,31%	4,12%	0,47%	29,87%
Concorrentes (TV a Cabo e MMDS)	Assinantes Concorrentes (AC)	0	336.382	1.166.832	921.338	83.575	2.508.127
	AC / T-AC	N/A	13,41%	46,52%	36,73%	3,33%	100,00%
	AC / A-SDTM	N/A	58,69%	71,02%	86,21%	83,33%	70,13%
	AC / T-SDTM	N/A	9,41%	32,63%	25,76%	2,34%	70,13%
NÚMERO DE MUNICÍPIOS		316	171	89	8	1	585

195. O QUADRO 4 demonstra grande concentração dos assinantes da SKY BRASIL e da DIRECTV BRASIL nos Municípios em que estas empresas possuem concorrentes prestando os Serviços de TV a Cabo e MMDS. Tanto é assim que nos 316 Municípios nos quais as duas empresas não possuem concorrentes representam apenas 17,9% da base total de assinantes da plataforma fusionada e os demais 269 Municípios em que há efetiva concorrência, representam 82,1% da base total de assinantes da plataforma fusionada.

196. Após a análise minuciosa dos dados expostos, conclui-se não ser necessária uma análise Município a Município, uma vez que, considerando a base total de assinantes das empresas, os 500 Municípios mais relevantes representam:

	<h1>INFORME</h1>	ORIGEM: 2015
		CMLCE: 20
		NÚMERO: 70
		DATA: 16/8/05

## QUADRO 5

	500 Municípios		Outros Municípios
	Quantidade	Percentual	Percentual
Assinantes de TV por assinatura	3.603.253	92,92%	7,08%
<u>SKY BRASIL</u>	645.153	74,28%	25,72%
<u>DIRECTV BRASIL</u>	423.120	92,91%	7,09%
<u>SKY + DIRECTV</u>	1.068.273	80,69%	19,31%
Concorrentes	2.534.980	99,26%	0,74%

197. Pelo QUADRO 5, percebe-se que este espaço amostral abrange os Municípios de maior relevância para as Prestadoras de TV por assinatura, seja para a SKY BRASIL e para a DIRECTV BRASIL, seja para suas concorrentes, motivo pelo qual estes reclamam uma análise diferenciada. Quanto aos Municípios não abarcados pelo paradigma adotado, outra deve ser a abordagem, no escopo de proteger de forma efetiva que o Provimento de TV por assinatura não alcance valores abusivos.

198. Portanto, conclui-se que existem dois mercados no que se refere à dimensão geográfica do mercado de **Provimento de TV por assinatura**: (a) os 585 (quinhentos e oitenta e cinco) Municípios elencados por SKY BRASIL e DIRECTV BRASIL como os mais relevantes e (b) os demais Municípios brasileiros.


### 4.7.2. MERCADO DE ORIGEM – COMERCIALIZAÇÃO DE CANAIS DE PROGRAMAÇÃO AUDIOVISUAL

#### 4.7.2.1. Dimensão Produto

199. Inicialmente, cabe restacar que, conforme já dito, o mercado de Comercialização de Canais de Programação Audiovisual compreende três espécies de relações bilaterais mantidas entre agentes econômicos envolvidos na cadeia produtiva do Mercado de Provimento de TV por assinatura, quais sejam:

- a) Prestadoras de TV por assinatura com Agentes de Compras de Programação;
- b) Prestadoras de TV por assinatura com Fornecedores de Programação; e
- c) Agentes de Compras de Programação com Fornecedores de Programação.

200. Do ponto de vista da análise econômica antitruste, requer-se que, na definição de um mercado relevante, a definição propriamente do produto ou serviço comercializado. Para tanto, considera-se modernamente que um produto ou serviço deve ser definido pela totalidade de suas características e não apenas por suas propriedades físicas ou organolépticas. Bens em diferentes momentos, datas, localidades, quantidades, qualidades e estados da natureza são considerados produtos

	<h1>INFORME</h1>	ORIGEM: 2016
		CMLCE: EC
		NÚMERO: 70
		DATA: 16/8/05

distintos, independentemente do fato de suas propriedades físicas e organolépticas serem, ou não, idênticas.<sup>62</sup>

201. Nesse sentido, é importante esclarecer que, no Mercado de TV por assinatura, concernente à produção, circulação e consumo de conteúdos audiovisuais devidamente formatados em canais de programação diretamente ao consumidor, é possível diferenciar, do ponto de vista do apelo junto ao mercado consumidor (assinantes), canais de programação de acordo com o tipo de conteúdo audiovisual veiculado.<sup>63</sup>

202. Ainda que não faltassem critérios subjetivos para diferenciar os conteúdos audiovisuais entre si, é possível, **objetivamente**, diferenciá-los de acordo com o tempo em que foram produzidos e exibidos pela primeira vez (se conteúdos inéditos, ao vivo, se conteúdos de 2.<sup>a</sup>, 3.<sup>a</sup> ou n.<sup>a</sup> exibições etc.) e, principalmente, com relação ao apelo junto ao mercado consumidor. O apelo de um determinado conteúdo audiovisual pode ser medido pelo valor que alcança no licenciamento dos direitos de exibição e transmissão.

203. Em relação ao segmento de televisão por assinatura (Mercado de TV por assinatura), **filmes de longa-metragem de lançamento recente** em salas de exibição e determinados **eventos esportivos** de grande apelo popular são, reconhecidamente, **os conteúdos audiovisuais de maior valor de licenciamento para as Programadoras**. Portanto, tais conteúdos são comercializados aos assinantes, seja isoladamente (PPV) ou devidamente “empacotados” em canais de programação, por valores mais elevados. Canais que exibem tais conteúdos não costumam figurar nos pacotes básicos comercializados pelas Prestadoras de TV por assinatura aos assinantes. Para ter acesso a estes conteúdos, é necessário que o assinante pague uma taxa específica pelo visionamento do mesmo (por meio de um serviço PPV ou da assinatura do canal de programação que o veicule) após já ter adquirido ou alugado uma caixa conversora (*set top box*)<sup>64</sup> e assinando o pacote básico de canais ofertando pela Prestadora de TV por assinatura.

204. A experiência internacional em defesa da concorrência no segmento de televisão por assinatura tem sistematicamente reconhecido que eventos esportivos, especialmente futebol com participação de times locais e nacionais, e filmes de longa-metragem de lançamento recente nas salas de cinema são conteúdos que merecem atenção especial por parte dos órgãos reguladores.

<sup>62</sup> Cf. Parecer Seae n.º 192, de 31 de outubro de 2003, referente ao Processo Administrativo n.º 08012.003048/2001-31. Representantes: ASSOCIAÇÃO NEO TV e OUTROS. Representadas: GLOBOSAT PROGRAMADORA LTDA. e GLOBO COMUNICAÇÕES E PARTICIPAÇÕES LTDA.

<sup>63</sup> Conforme definição constante do Anexo A aos Contratos da Operação apresentado pelas Requerentes, **Conteúdo** “significa todos os sinais de vídeo, de áudio e audiovisuais (incluindo, sem limitação, canais, programas específicos, eventos *pay-per-view*, *walled garden*, aperfeiçoamentos (*enhancements*) digitais e serviços interativos) que possam ser vistos ou interagidos por usuários finais através do uso de aparelhos de televisão ou de monitores de vídeo. Exceto conforme especificamente de outra forma indicado, ‘Conteúdo’ exclui promoções cruzadas, canais *barker* relativos à SKY BRASIL e inserções de comerciais” (fl. 1.597 do AC 29160/2004).

<sup>64</sup> Para ter acesso a serviços de PPV, os assinantes precisam adquirir ou alugar caixas conversoras (*set top boxes*) com algum dispositivo que permita a criação de um canal de retorno de informações entre a casa do assinante e a Prestadora de TV por assinatura. Tais caixas, geralmente pagas pelos assinantes no momento da adesão, são mais caras do que aquelas necessárias para o Provimento de TV por assinatura que contenham apenas os canais básicos.



# INFORME

ORIGEM	2017
CMLCE	Er
NÚMERO:	70
DATA:	16/8/05

205. O Parecer n.º 192 COGSE/SEAE/MF, de 31 de outubro de 2003, da Seae,<sup>65</sup> cita vários casos, especialmente nos países europeus, nos quais os órgãos de defesa da concorrência deliberam exclusivamente sobre a circulação de tais conteúdos, diferenciando-os de outros conteúdos audiovisuais.

206. Faz-se necessário, portanto, reconhecer que há determinados conteúdos audiovisuais que possuem maior valor de comercialização de direitos de transmissão e exibição, possuem maior apelo junto aos assinantes e, conseqüentemente, são diferenciados de outros conteúdos audiovisuais pela importância que têm na competição entre os vários agentes econômicos envolvidos no Mercado de TV por assinatura. Os canais de programação que veiculam tais conteúdos possuem, portanto, importância diferenciada para a competição entre os vários agentes econômicos envolvidos no Mercado de TV por assinatura.

207. Assim, a análise que segue neste Informe considerará que **eventos esportivos de grande apelo popular, especialmente eventos futebolísticos com equipes nacionais, filmes de lançamento recente nas salas de exibição e conteúdos audiovisuais brasileiros de dramaturgia são conteúdos audiovisuais diferenciados em relação à competição no Mercado de TV por assinatura.** Conseqüentemente, os canais de programação que **veiculam majoritariamente**<sup>66</sup> tais conteúdos são diferenciados, do ponto de vista da concorrência, em relação aos outros canais de programação e serão doravante denominados **canais diferenciados**.

208. A fim de estabelecer o que seria cada uma das três espécies de canais de programação diferenciada (brasileira, esportiva e filmes de 1.ª exibição), cumpre inicialmente trazer à colação algumas definições trazidas pelas próprias Requerentes. As definições a seguir constam do Anexo A dos Contratos da Operação (fls. 1.594 a 1.618 do AC 29160/2004), bem como no Contrato de Comissão apresentado (fls. 1.823 a 1.877 do AC 29160/2004):

## Anexo A

**CONTEÚDO BRASILEIRO:** o Conteúdo Brasileiro Existente e o Novo Conteúdo Brasileiro.

**NOVO CONTEÚDO BRASILEIRO:** significa, com relação a qualquer Plataforma individual, o Conteúdo não transmitido por essa Plataforma na Data de Assinatura (i) que seja originalmente produzido, predominantemente, em língua portuguesa ou cujo mercado principal seja o mercado brasileiro (conforme medido pelo valor econômico, demanda por espectadores ou pelo número de assinantes), ou (ii) que, ou cuja produção, predominantemente, envolva brasileiros; ou (iii) que consista predominantemente na cobertura de eventos, notícias, comentários e/ou análises referentes a esses eventos, seja adquirido de terceiros ou originalmente desenvolvidos, onde uma parcela desse Conteúdo e a respectiva comerciabilidade forem significativamente direcionada por (pela) (a) participação de atletas

<sup>65</sup> Referente ao Processo Administrativo n.º 08012.003048/2001-31. Representantes: ASSOCIAÇÃO NEO TV e Outros. Representadas: GLOBOSAT PROGRAMADORA LTDA. e GLOBO COMUNICAÇÕES E PARTICIPAÇÕES LTDA. Recomendação: Condenação das Representadas por práticas anticoncorrenciais.

<sup>66</sup> "Majoritariamente" refere-se à veiculação de tais conteúdos na maior parte do tempo da grade horária de um canal de programação ou a veiculação de tais conteúdos na maior parte do tempo da grade horária que ocupa o horário nobre (em um sentido amplo, das 18h às 24h).






# INFORME

ORIGEM:	
CMLCE	207
NÚMERO:	70
DATA:	16/8/05

brasileiros em eventos, individual ou coletivamente ou (b) eventos realizados no Brasil. Para os fins desta definição, "eventos" significa eventos (x) de propriedade, organizados ou promovidos por uma Pessoa Brasileira ou por outra Pessoa cujas operações e/ou atividades se localizem principalmente no Brasil ou (y) cuja parcela substancial do Conteúdo seja de times de futebol brasileiros ou um evento que inclua um time de futebol brasileiro. Além disso, para os fins desta definição, nenhuma disposição a seguir será considerada Novo Conteúdo Brasileiro: (1) eventos descritos no item (iii) na primeira sentença desta definição que foram concluídos há mais de doze meses, (2) eventos meramente institucionais ou educacionais que tenham atletas como participantes e (3) eventos descritos no item (iii) da primeira sentença desta definição, nos casos em que os participantes sejam predominantemente menores de 16 anos de idade. Qualquer unidade comercial específica do Conteúdo adquirida ou distribuída como tal pela Plataforma aplicável não será considerada Novo Conteúdo Brasileiro unicamente em virtude da inclusão nela de quantidades insignificantes e de Conteúdo que seja classificado como Novo Conteúdo Brasileiro segundo a definição acima (por exemplo, quantidades pequenas de programação intersticial em língua portuguesa ou, no caso dos canais 24 horas, pequenos blocos de programação brasileira que não excedam a média de 1 hora diária semanal, porém, em qualquer caso, não mais que 3 horas em um dia qualquer (a "Média Diária") e uma média de 7 horas por semana, porém, em qualquer caso, não mais do que 10 horas em uma semana qualquer ("Média Semanal"), em que essas médias sejam calculadas a cada quatro semanas). Reexibições de qualquer unidade de Conteúdo por duas vezes dentro do período de 24 horas a contar da transmissão original não serão computadas para efeitos da Média Diária ou da Média Semanal. A restrição contida nesta definição também se aplicará ao Conteúdo que se beneficie do incentivo promovido pela ANCINE e que seja produzido com recursos relacionados à ANCINE. Para que não haja dúvidas, Conteúdo distribuído pela DTV Brasil [DIRECTV BRASIL] em qualquer ocasião que (A) satisfaça qualquer dos itens (i), (ii) ou (iii) da primeira sentença desta definição (independente de ser ou não apresentado pela DTV Brasil na Data da Assinatura, porém sujeito às demais disposições desta definição) e (y) não seja apresentado pela SKY BRASIL na ocasião constituirá Novo Conteúdo Brasileiro e estará sujeito aos direitos e obrigações da NEWS e da GLOBO nesse sentido, para fins de apresentação pela SKY BRASIL, e Conteúdo Brasileiro Existente (outro que não o Conteúdo da GLOBO que seja renovado em 30 de junho de 2011) constituirá Novo Conteúdo Brasileiro quando do término do Acordo de fornecimento de Conteúdo aplicável. Qualquer outro Conteúdo que, na data deste instrumento, não constitua atualmente Conteúdo Brasileiro mas que, quando da renovação dos termos do Acordo de fornecimento de Conteúdo aplicável, tenha sofrido mudança importante que faça com que ele se enquadre no item (i), (ii) ou (iii) da primeira sentença desta definição também constituirá Novo Conteúdo Brasileiro.

## Contrato de Comissão firmado entre NET BRASIL e SKY BRASIL

CONTEÚDO BRASILEIRO EXISTENTE: significa o Conteúdo Brasileiro Existente A e o Conteúdo Brasileiro Existente B. Para efeito desta definição qualquer conteúdo Brasileiro Existente B poderá ser considerado Novo Conteúdo Internacional caso tenha sofrido, ao término da vigência do respectivo Contrato de Programação, alterações substanciais que o faça se enquadrar na definição de Novo Conteúdo Internacional.

	<h1>INFORME</h1>	ORIGEM:	205
		CMLCE	86
		NÚMERO:	70
		DATA:	16/8/05

CONTEÚDO BRASILEIRO EXISTENTE "A": significa o Conteúdo Brasileiro efetivamente contratado pela NET BRASIL, na data de assinatura do presente Contrato, para fornecimento a SKY, e que se encontra discriminado no Anexo I item "A" deste Contrato.<sup>67</sup>

CONTEÚDO BRASILEIRO EXISTENTE "B": significa o Conteúdo Brasileiro efetivamente contratado pela NET BRASIL, na data de assinatura do presente Contrato, para fornecimento a SKY, e que se encontra discriminado no Anexo I item "B" deste Contrato.<sup>68</sup>

209. Assim, para os fins da análise a ser procedida no presente Informe, tem-se, enquanto canais de programação diferenciada:


- a) CANAIS DE PROGRAMAÇÃO AUDIOVISUAL BRASILEIRA: canais de programação que veiculem, majoritariamente, conteúdo brasileiro, conforme definição de "Novo Conteúdo Brasileiro" dada pelas Requerentes, excetuando-se canais esportivos;
- b) CANAIS DE PROGRAMAÇÃO ESPORTIVA BRASILEIRA, ESPECIALMENTE EVENTOS FUTEBOLÍSTICOS COM EQUIPES NACIONAIS: canais de programação que veiculem, majoritariamente, eventos esportivos, especialmente aqueles que envolvam atletas ou times brasileiros; e
- c) CANAIS DE PROGRAMAÇÃO DE FILMES DE 1.ª EXIBIÇÃO: canais de programação que veiculem, majoritariamente, filmes de 1.ª exibição no mercado de TV por assinatura e que não se enquadrem na categoria "a".

210. Deste modo, tendo as definições acima como referência, o mercado de Comercialização de Canais de Programação Audiovisual, no qual dá-se a atividade de compra e venda de direitos de veiculação de canais de programação, pode ser subdividido em:

- a) COMERCIALIZAÇÃO DE CANAIS DE PROGRAMAÇÃO AUDIOVISUAL BRASILEIRA;
- b) COMERCIALIZAÇÃO DE CANAIS DE PROGRAMAÇÃO ESPORTIVA BRASILEIRA;
- c) COMERCIALIZAÇÃO DE CANAIS DE DE PROGRAMAÇÃO DE FILMES DE 1.ª EXIBIÇÃO; e
- d) COMERCIALIZAÇÃO DE CANAIS DE OUTRAS PROGRAMAÇÕES: assim considerada a atividade de compra e venda de direitos de veiculação de canais de programação que não se enquadrem nas categorias anteriores.

<sup>67</sup> Canal Brasil, ESPN International, ESPN Brasil, Futura, Globonews, GNT, Multishow, Premiere Combate, Premiere Esportes, Sexy Hot, Shoptime, SporTV, SportTV 2, Telecines (Action, Classic, Emotion, Happy e Premium), USA, TV Globo e 32 canais de áudio Radioclick.

<sup>68</sup> Canal Rural, Climatempo (TV e conteúdo interativo), MTV, RTPi, SIC International STV (Rede Sesc Senac), TV Justiça, Bloomberg, Rede TV, TV Câmara, TV Senado, Rede Brasil, CNT, TV Cultura, Rede Viva, Conteúdo interativo de Trânsito, Turma do Chiquinho, Canal Esotérico, Rádio Gaúcha, Rádio Globo AM e FM, Rádio Excelsior (CBN), Rádio Jovem Pan AM e FM, TV escola e Rádio Clube do Pará.

	<h1>INFORME</h1>	ORIGEM: 240
		CMLCE: 60
		NÚMERO: 70
		DATA: 16/8/05

#### 4.7.2.2. Dimensão Geográfica

211. Conforme já visto, a legislação brasileira fez surgir um agente intermediário entre as Prestadoras de TV por assinatura e os Fornecedores de Programação (Programadoras e Representantes de Canais de Programação): os Agentes de Compras de Programação, os quais negociam, com Programadoras ou seus Representantes, no Brasil ou no exterior, o licenciamento dos direitos de transmissão de canais de programação que são, então, transmitidos pelas Prestadoras de TV por assinatura.

212. A obrigação de aquisição de programação ou canais de programação por meio de empresa sediada no país decorre do disposto no art. 31 da Medida Provisória n.º 2.228-1, na redação dada pela Lei n.º 10.454, de 13 de maio de 2002, “a contratação de programação ou de canais de programação internacional, pelas empresas prestadoras de serviços de comunicação eletrônica de massa por assinatura ou de quaisquer outros serviços de comunicação que transmitam sinais eletrônicos de som e imagem, deverá ser sempre realizada através de empresa brasileira qualificada na forma do § 1.º do art. 1.º da Medida Provisória n.º 2.228-1, de 6 de setembro de 2001, com a redação dada por esta Lei, ainda que o pagamento dos montantes a esta referentes seja feito diretamente à empresa estrangeira pela empresa brasileira que se responsabilizará pelo conteúdo da programação contratada, observando os dispositivos desta Medida Provisória e da legislação brasileira pertinente”.


213. Assim, no que se refere à dimensão geográfica do Mercado de Comercialização de Canais de Programação Audiovisual, tem-se que:

- a) Prestadoras de TV por assinatura com Agentes de Compras de Programação: **nacional**;
- b) Prestadoras de TV por assinatura com Fornecedores de Programação: **nacional**; e
- c) Agentes de Compras de Programação com Fornecedores de Programação: **mundial**.

#### 4.7.3. MERCADO DE ORIGEM - LICENCIAMENTO DE TECNOLOGIA PARA ACESSO E RECEPÇÃO DE TV POR ASSINATURA

##### 4.7.3.1. Dimensão Produto

214. Os sistemas de acesso condicional (*Conditional Access Systems – CAS*), interfaces de programação de aplicações (*Application Programming Interfaces – API*) e sistemas de guia eletrônico de programação (*Electronic Programming Guides – EPG*) são instrumentos que viabilizam alguns serviços na transmissão e recepção de TV por assinatura. Geralmente, uma mesma empresa fornece os três tipos de sistemas, conforme se verificou das respostas a Ofícios das empresas envolvidas no mercado (como, por exemplo, a resposta da Motorola Industrial Ltda., fls. 1.608 a 1.610 do AC

	<h1>INFORME</h1>	ORIGEM: 261
		CMLCE 20
		NÚMERO: 70
		DATA: 16/8/05

2423/2003). Porém, algumas vezes, o fornecimento ocorre somente para um dos tipos de tecnologia aqui envolvidos (a Motorola, por exemplo, apenas os fornece para o Serviço de TV a Cabo digital).

215. Desta forma, mais um mercado de produto a ser analisado no presente Informe é o de **Licenciamento de Tecnologia para Acesso e Recepção de TV por assinatura**, incluindo CAS, API e EPG.

#### 4.7.4. Dimensão Geográfica.

216. Considerando-se que não existe limitação à contratação de empresas estrangeiras e o fato de que a tecnologia necessária não é restrita ao Brasil, entende-se cabível admitir-se o mercado relevante geográfico de Licenciamento de Tecnologia para Acesso e Recepção de TV por assinatura como sendo mundial.

### 4.8. IMPACTOS DA OPERAÇÃO

#### 4.8.1. INTRODUÇÃO - METODOLOGIA

217. Conforme anteriormente exposto e comprovado pelos dados apresentados, destarte os Atos de Concentração terem como mercado principal o mercado de Provimento de TV por assinatura, eles produzirão uma série de efeitos em outras fases/elos a montante na cadeia produtiva do Mercado de TV por Assinatura. Nesta perspectiva, as operações em tela, além de ser uma **concentração horizontal**, decorrente da associação das plataformas da SKY BRASIL e da DIRECTV BRASIL, também configura uma **integração vertical** - embora não haja acordo formal de integração vertical.


218. Consigne-se que a atenção conferida à comercialização de canais de programação audiovisual desenvolvida neste Informe decorre unicamente do fato de que o impedimento de acesso a determinados tipos de canais de programação, que veiculem majoritariamente determinados conteúdos audiovisuais diferenciados, é uma das principais barreiras à entrada no mercado de Provimento de TV por assinatura. A fim de atrair um número adequado de assinantes que justifique economicamente seus negócios, as Prestadoras necessitam de canais de programação que diferencie os serviços por elas prestados da TV aberta. Em síntese, pode-se assumir que algumas espécies de canais de programação constituem verdadeira *essencial facility* para o Provimento de TV por assinatura.

219. Em razão deste duplo efeito – horizontal e vertical – a análise a seguir será feita conjuntamente, a fim de mensurar os reflexos da operação no Mercado de TV por assinatura como um todo.

#### 4.8.2. BASE TEÓRICA

##### 4.8.2.1. Concentrações Horizontais

220. As concentrações horizontais são definidas como aquelas em que os rivais de um mesmo mercado se transformam em uma só empresa por meio da fusão. Certo é que nem todas as fusões

	<h1>INFORME</h1>	ORIGEM: <span style="float: right;">2102</span>
		CMLCE <span style="float: right;">25</span>
		NÚMERO: 70
		DATA: 16/8/05

horizontais restringem a concorrência. Todavia, embora possam promover a eficiência,<sup>69</sup> este tipo de concentração tem potencial de causar dano à concorrência, dado que a fusão horizontal supõe, por definição, a eliminação de um concorrente, e portanto, à redução no número de empresas rivais no mercado.


221. As concentrações horizontais têm, potencialmente, efeitos positivos e negativos sobre o bem-estar econômico.

222. Os **efeitos positivos** normalmente derivam de economias de escala, de escopo, de redução de custos de transação, entre outros, que podem proporcionar vantagens competitivas para as empresas participantes.

223. As concentrações horizontais passíveis de gerar restrições, ou **efeitos negativos**, se caracterizam pela tentativa de eliminar ou reduzir a concorrência, seja estabelecendo acordos entre concorrentes no mesmo mercado relevante com respeito a preços ou outras condições, seja praticando preços predatórios. O abuso de posição dominante também é uma prática que visa modificar a dinâmica de um determinado mercado. Em ambos os casos busca-se, de imediato ou no futuro, em conjunto ou individualmente, o aumento de poder de mercado ou a criação de condições necessárias para exercê-lo com maior facilidade. A Resolução n.º 20-CADE, de 1999, assim as exemplifica:

- a) a formação de cartéis, que são acordos explícitos ou tácitos entre concorrentes do mesmo segmento e que envolvem parte substancial do mercado consumidor, em torno de itens como preços (qualquer fixação de preços), quotas de produção e distribuição e divisão territorial, na tentativa de aumentar preços e lucros para níveis mais próximos dos de monopólio;
- b) outros acordos entre empresas, que são restrições horizontais que envolvam apenas parte do mercado relevante e/ou esforços conjuntos temporários voltados para a busca de maior eficiência (produtiva/tecnológica);
- c) os ilícitos de associações profissionais, que são quaisquer práticas que limitem injustificadamente a concorrência entre profissionais, principalmente mediante conduta acertada de preços;
- d) a prática de preços predatórios, que consiste em fixar preços abaixo do custo variável médio, visando eliminar concorrentes para posteriormente praticar preços de monopólio.
- e) o abuso de posição dominante está vinculado à capacidade potencial que uma única empresa teria de influir e modificar a dinâmica do mercado em que atua, impondo suas próprias regras, como aumentar abusivamente preços e lucros.

<sup>69</sup> As fusões, diferentemente dos cartéis de preços, implicam a integração de capacidades empresariais recíprocas, o que aumenta a possibilidade de atividades conjuntas que elevam o bem-estar social. Fonte: Conferência das Nações Unidas para o Comércio e Desenvolvimento (UNCTAD), "Manual para a Formulação e Aplicação das Leis de Concorrência". Genebra, Agosto de 2002.

	<h1>INFORME</h1>	ORIGEM: 2723
		CMLCE 880
		NÚMERO: 70
		DATA: 16/8/05

224. Assim, o primeiro passo para o desenvolvimento da análise é verificar se há **possibilidade de exercício de poder de mercado** pela empresa resultante da operação. Para tanto, deve-se observar as participações de mercado das Requerentes com relação aos mercados relevantes definidos, avaliando se há possibilidade de exercício unilateral e/ou coordenado das empresas, considerando os respectivos percentuais de participação no mercado.

225. Entretanto, o simples fato de concentrar uma parcela grande do mercado não necessariamente significa que a nova empresa exercerá de forma unilateral seu poder de mercado. Isso porque existem algumas condições para que tal exercício seja possível.

226. Ao se analisar a **probabilidade de exercício de poder de mercado**, há que se verificar alguns fatores, quais sejam: (a) importações e possibilidade de importações; (b) entrada de novos competidores no mercado (provável, tempestiva e suficiente); (c) oportunidades de vendas de parcelas de mercado potencialmente disponíveis aos entrantes; (d) escalas mínimas viáveis (EMVs); (e) barreiras à entrada (como por exemplo custos irrecuperáveis, barreiras legais e regulatórias, propriedade intelectual e fidelidade dos consumidores); e (f) efetividade da rivalidade.

227. Além destes aspectos, existem outros fatores que afetam a probabilidade de que as empresas exerçam coordenadamente o poder de mercado. Estes fatores melhoram as condições de coordenação de condutas e de supervisão de regras, favorecendo a imposição de sanções para os que se desviarem dos acordos estabelecidos entre as empresas.<sup>70</sup>

#### 4.8.2.2. Integrações Verticais

228. As integrações verticais ocorrem quando diferentes processos de produção adjacentes, que podem ser realizados separadamente por várias firmas, passam a ser realizados, total ou parcialmente, no âmbito de uma única firma ou no âmbito de firmas entre as quais exista alguma relação financeira.


229. A Comissão Européia, nas Orientações relativas às restrições verticais (2000/C 291/01), classifica alguns **efeitos negativos** das integrações verticais, os quais a legislação antitruste devem procurar impedir, em (a) exclusão de outros fornecedores ou outros compradores por meio do aumento dos obstáculos à entrada; (b) redução da concorrência intermarcas entre as empresas que operam num mercado, incluindo facilitar colusões entre fornecedores ou compradores;<sup>71</sup> e (c) redução da concorrência intramarcas entre distribuidores da mesma marca.

230. A maior preocupação concorrencial associada às integrações verticais diz respeito à possibilidade de ocorrência de **fechamento de mercado** (*market foreclosure*).

231. As integrações verticais criam incentivos para que a firma dominante negue acesso adequado a qualquer insumo ou mercado essencial para alguns compradores ou fornecedores, com o objetivo de estender o seu poder de mercado de um segmento do mercado para o outro. Para que o

<sup>70</sup> A descrição de cada um destes fatores consta do GUIA SEAE/SDE, mais especificamente em seus parágrafos 39 a 69. No presente Informe somente serão explorados aqueles que efetivamente se aplicarem à análise em tela.

<sup>71</sup> Por colusão entende-se tanto a colusão explícita com a colusão tácita (comportamento paralelo consciente).

	<h1>INFORME</h1>	ORIGEM: 2104
		CMLCE 86
		NÚMERO: 70
		DATA: 16/8/05

fechamento seja possível é necessário que (a) o insumo ou o mercado seja indispensável para um competidor; (b) o insumo ou o mercado seja detido por apenas uma ou por poucas empresas; ou (c) o insumo ou o mercado não possa ser economicamente ou tecnicamente duplicado pelos competidores. Assim, vê-se que o fechamento do mercado pode ocorrer tanto a montante (*upstream*) quanto a jusante (*downstream*) na cadeia produtiva

232. A respeito das integrações verticais, a literatura econômica denomina *input foreclosure* o comportamento da firma fusionada em fornecer insumos para suas rivais a um preço maior, no limite, deixando de atendê-las;<sup>72</sup> já por *customer foreclosure*, é denominada a prática da firma fusionada em não requisitar insumos das demais firmas a montante. Neste último caso, os fornecedores rivais podem se deparar com perda substancial de mercado, com custos mais elevados e, no limite, serem expulsos do mercado. Com isso, vê-se que na análise de integrações verticais deve-se observar o impacto da operação nos preços dos insumos e nos custos dos rivais e se os preços dos produtos ofertados no mercado a jusante serão modificados.


233. A fim de verificar os impactos das integrações verticais no mercado relevante, também é preciso analisar a existência de barreiras à entrada, especialmente de acordos de preferências exclusivas.

234. **Acordos de preferências exclusivas** dizem respeito a contratos com cláusulas de exclusividade ou negociações tácitas envolvendo empresas de uma mesma cadeia produtiva e cujas atividades são complementares. Os acordos firmados geralmente envolvem uma empresa compradora e uma fornecedora. Por um lado, caso a empresa compradora tenha posição predominante no mercado, o acordo de preferências exclusivas pode beneficiar o fornecedor, na medida em que pode levar, no limite, à exclusão do mercado de todos os demais potenciais fornecedores (*customer foreclosure*). Por outro lado, caso a empresa fornecedora tenha posição predominante, o acordo pode ser interessante para o comprador na medida em que garante para si o acesso ao insumo desse fornecedor, excluindo, no limite, o acesso de outros compradores ao insumo do fornecedor em questão (*input foreclosure*).

235. Destarte estarem na esfera da livre iniciativa e da autonomia contratual, os acordos de preferências exclusivas tornam-se ilícitos na medida em que sejam prejudiciais aos consumidores. Todavia, a averiguação da ilicitude dos efeitos anticoncorrenciais não é feita por uma análise *per se*, embora a natureza desses contratos possa gerar o fechamento de mercado aos demais concorrentes, mas à luz da *regra da razão*, segundo juízo de proporcionalidade que considere os custos e os benefícios econômicos gerados pela prática.

236. Tais acordos podem gerar uma vantagem competitiva auferida não pela pura eficiência, mas por condições privilegiadas na competição que podem inviabilizar a concorrência no mercado, conseqüentemente alcançando o consumidor, o qual vê o seu bem-estar econômico prejudicado. Isto decorre do fato de que, quando existem acordos de preferências exclusivas, especialmente na hipótese de produtos sem substitutos próximos, não haverá rivais para reduzir a probabilidade de exercício de poder de mercado.

<sup>72</sup> Cf. CANÊDO-PINHEIRO, M.; PIONER, H. M. *Análise Econômica de Concentrações Verticais*. Seminário Estudos em Métodos Quantitativos Aplicados à Defesa da Concorrência e à Regulação Econômica. Brasília, 25 a 28 de abril de 2005. (mimeo).

	<h1>INFORME</h1>	ORIGEM: 2425
		CMLCE: 80
		NÚMERO: 70
		DATA: 16/8/05

237. Por outro lado, ressalta-se comumente como **efeito positivo** das integrações verticais o incremento da concorrência - sem ser a concorrente a preços - e a melhoria da qualidade dos serviços. Todavia, pode-se ainda destacar outras razões justificadoras de certas integrações verticais, a saber: (a) economia de escala no nível distribuição; e (b) uniformidade e normalização da qualidade.

238. Tem-se, neste contexto, que, em certas condições, os **acordos verticais** são suscetíveis de ajudar a obter eficiências e a desenvolver novos mercados e que isto pode compensar os seus eventuais efeitos negativos.

239. Analisando a operação, é possível apontar as eventuais relações horizontais e verticais decorrentes de sua efetivação:

TABELA 2

MERCADO	GRUPO NEWS	ORGANIZAÇÕES GLOBO
Provimento de TV por assinatura	X	X
Comercialização de Canais de Programação Audiovisual	X	X
Licenciamento de Tecnologia para Acesso e Recepção de TV por assinatura	X	

240. Como se observa na TABELA 2, as atividades da NEWS CORP. e das ORGANIZAÇÕES GLOBO sobrepoem-se com relação ao Provimento de TV por assinatura e à Comercialização de Canais de Programação Audiovisual. Há ainda verticalização quanto aos mercados de origem (Provimento de TV por assinatura) e alvo (Comercialização de Canais de Programação Audiovisual e Licenciamento de Tecnologia para Acesso e Recepção de TV por assinatura), conforme já explicitado na FIGURA 1 (fl. 30 do presente Informe).


#### 4.8.3. MERCADO ALVO – PROVIMENTO DE TV POR ASSINATURA

241. Conforme já visto na definição deste mercado, a união entre SKY BRASIL e DIRECTV BRASIL, além de implicar a eliminação de um concorrente, resultará numa empresa detentora de mais de 97% (noventa e sete por cento) do mercado de Provimento de TV por assinatura na plataforma DTH e de mais de 34% (trinta e quatro por cento) do Provimento de TV por assinatura, ambos no Brasil. Assim, considerando o percentual de participação no mercado da empresa resultante, é possível concluir que há uma possibilidade de exercício de poder de mercado.

242. Entretanto, conforme já dito, o simples fato de concentrar uma parcela grande do mercado não necessariamente significa que a nova empresa exercerá de forma unilateral seu poder de mercado. Assim, passemos à análise das condições ou fatores que afetam a **probabilidade** de tal exercício.

243. No que diz respeito à entrada de novos competidores neste mercado, deve-se lembrar que a entrada depende de que se obtenha a competente concessão ou autorização conferida pela Anatel.



	<h1>INFORME</h1>	ORIGEM: <span style="float: right;">2106</span> CMLCE: <span style="float: right;">E0</span>
		NÚMERO: 70
		DATA: 16/8/05


Ressalvado o Serviço DTH para o qual, atualmente há inexigibilidade, tal entrada é antecedida de procedimento licitatório, o qual, por sua vez, não ocorre a todo o momento, sendo necessária a verificação por parte da Agência da necessidade de novos competidores em determinada Área de Prestação, bem como de sua viabilidade. Sobre este mesmo aspecto, cumpre ressaltar que para novas entradas, além do eventual tempo necessário para o procedimento licitatório, também é necessário um razoável período para que a nova empresa possa instalar toda a estrutura necessária para a prestação do serviço.<sup>73</sup>

244. Entretanto, destaque-se o fortalecimento de empresas como a Horizon (Vivax), que vem adquirindo concessões em outras Áreas de Prestação, tornando-se um grupo cada vez maior e mais forte (operações apresentadas por meio dos Atos de Concentração de n. 53500.005472/2003, 53500.005473/2003 e 53500.005474/2003).

245. Outro ponto que merece destaque é o “gargalo” na comercialização de canais de programação audiovisual, que configura verdadeira barreira à entrada de novos concorrentes. Conforme já dito, os canais de programação são insumo básico para o Provimento de TV por assinatura e, devido à integração vertical das Requerentes e às peculiaridades do mercado brasileiro, pode-se inferir que, como resultado da operação de fusão, haverá uma maior concentração no Mercado de Comercialização de Canais de Programação. Porém, os impactos decorrentes dessa integração vertical serão objeto do item 4.8.4. a seguir.

246. No que tange às possíveis eficiências da operação, NEWS CORP. e DIRECTV indicam que a associação dos negócios da SKY BRASIL e da DIRECTV BRASIL seria a única alternativa para: “i) incrementar a eficiência na prestação pela SKY BRASIL e pela DIRECTV BRASIL, de forma que os assinantes possam receber serviços de TV por assinatura de melhor qualidade; ii) garantir competitividade da plataforma de DTH no mercado de TV por assinatura, especialmente em um momento em que é notória a vantagem competitiva que operadoras de TV por assinatura via CABO e MMDS detêm (e deterão, ainda em maiores escalas) em razão do lançamento de pacotes de serviços denominados “triple play”, que incluem TV por assinatura, internet rápida e telefonia; e iii) garantir a sustentabilidade econômica da plataforma resultante da operação” (fl. 7 do AC 29160/2004). Assim, segundo as Requerentes esta seria a única forma de se manter a competitividade, eficiência e qualidade do Serviço DTH por ser uma estratégia que permite balancear os altos custos de operação dos seus negócios com a necessidade de motivar a aquisição de tais serviços por novos assinantes.

<sup>73</sup> Quanto ao prazo para instalação, a legislação definiu para cada serviço um prazo distinto. A Lei do Serviço de TV a Cabo estabelece, em seu art. 19, que as operadoras do Serviço de TV a Cabo terão um prazo de 18 (dezoito) meses, a partir da data de publicação do ato de concessão, para concluir a etapa inicial de instalação do sistema e iniciar a prestação do serviço aos assinantes. Já a Norma n.º 002/94 – REV/97 – Serviço de Distribuição de Sinais Multiponto Multicanal (MMDS), aprovada pela Portaria n.º 254, de 16 de abril de 1997, estabeleceu, em seu item 6.3., um prazo máximo de 12 (doze) meses para instalação e início das operações do respectivo serviço. Por fim, a Norma n.º 008/97 – Serviço de Distribuição de Sinais de Televisão e de Áudio por Assinatura via Satélite (DTH), aprovada pela Portaria n.º 321, de 21 de maio de 1997, estabelece, em seu item 6.1.1., que o prazo máximo para início da exploração comercial do serviço correspondente será de 24 (vinte e quatro) meses, contados da data de publicação no Diário Oficial da União (DOU) do resumo do contrato de adesão.

	<h1>INFORME</h1>	ORIGEM:	2407
		CMLCE	630
		NÚMERO:	70
		DATA:	16/8/05

247. Já a GLOBOPAR assevera que viu nesta operação um meio de implementar um decisão estratégica do Grupo, de reduzir gradativamente a sua participação societária em Prestadoras de TV por assinatura, focando-se em seu principal negócio: a produção e distribuição de conteúdo.

#### 4.8.4. MERCADO DE ORIGEM – COMERCIALIZAÇÃO DE CANAIS DE PROGRAMAÇÃO AUDIOVISUAL

248. Conforme dantes analisado, a legislação brasileira fez surgir um agente intermediário entre as Prestadoras de TV por assinatura e os Fornecedores de Programação (Programadoras e Representantes de Canais de Programação): os Agentes de Compras de Programação. Atualmente, ressalta-se como os principais Agentes de Compras são a ASSOCIAÇÃO NEO TV (NEO TV) e a NET BRASIL S.A. (NET BRASIL).

249. A NEO TV, entidade civil sem fins lucrativos, tem os seguintes objetivos enumerados em seu estatuto: (a) prestar, em igualdade de condições para todas as suas associadas, serviços relacionados à negociação de licenças de canais de programação para exibição em sistemas de televisão por assinatura; e (b) prestar serviços correlatos para as suas associadas.<sup>74</sup>

250. Um dos principais objetivos da NEO TV é a obtenção de ganhos em escala na negociação de canais de programação, adotando como referencial o número total de assinantes. A NEO TV negocia em nome de todos os seus associados e embora os contratos sejam firmados individualmente, as negociações são únicas e iguais para todos. Além deste foco principal na negociação de de canais programação, a NEO TV também atua (a) na elaboração de grades de programação; (b) na confecção de contratos; (c) no suporte informacional, fazendo a ponte entre o programador e o associado; (d) no suporte na área financeira, relativo a reporte de assinantes; e (e) pagamentos às Programadoras.

251. Também de acordo com o Estatuto da NEO TV, poderá se tornar associada qualquer pessoa jurídica detentora de concessão, autorização e/ou permissão para exploração de Serviços de TV por assinatura e que tenha obtido aprovação pelo voto da maioria dos membros do Conselho de Administração.

252. Como condição básica para se tornar associada, as Prestadoras de TV por assinatura têm que aceitar “que toda e qualquer negociação relativa a licenças de programação de televisão por assinatura para serem exibidas no(s) sistema(s) da associada (com exceção de canais locais e/ou de canais públicos obrigatórios) será realizada única e exclusivamente pela ASSOCIAÇÃO”. Desta forma, ao se tornar associada, a Prestadora renuncia ao direito de negociar diretamente tais licenças e/ou renovações de licenças de canais de programação com quaisquer terceiros, delegando esta responsabilidade para a ASSOCIAÇÃO. As únicas ressalvas dizem respeito (a) às licenças em vigor na data em que a Prestadora se tornar associada e (b) às hipóteses em que a Prestadora seja sócia de um ou mais serviços de programação para exibição em TV por assinatura. Além disso, as Prestadoras associadas se comprometem a pagar uma contribuição anual com vistas a suportar as despesas incorridas pela NEO TV.

<sup>74</sup> Disponível na Internet em: <<http://www.neotv.com.br>>. Acesso em 21 de julho de 2005.



# INFORME

ORIGEM:	2108
CMLCE	67
NÚMERO:	70
DATA:	16/8/05

253. A NET BRASIL, empresa pertencente às ORGANIZAÇÕES GLOBO, tem entre suas atividades a negociação de termos e condições para distribuição de canais de programação por Prestadoras de TV por assinatura (Serviços de TV a Cabo, MMDS e DTH), licenciamento e desenvolvimento de marcas registradas (patentes) e desenvolvimento de novos serviços e produtos para estas Prestadoras. A atuação da NET BRASIL inclui, neste contexto, a negociação de direitos de exibição tanto junto a programadoras brasileiras (conteúdo brasileiro), quanto junto a programadoras estrangeiras (conteúdo internacional).

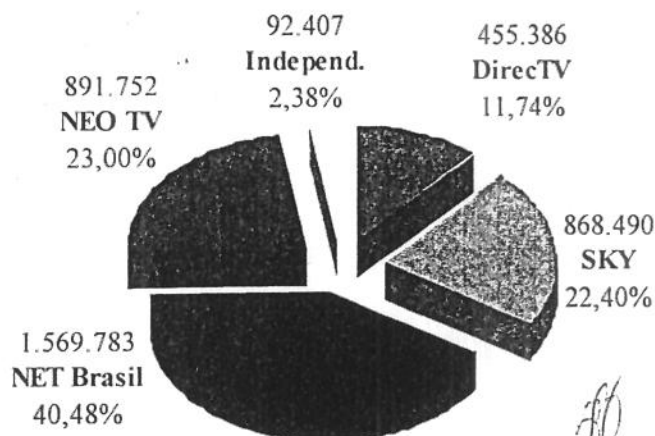
254. As Requerentes denominam o conjunto de Prestadoras de TV por assinatura que veiculam canais de programação da NET BRASIL de "SISTEMA NET BRASIL", o qual é composto por empresas licenciadas (que não possuem qualquer vínculo societário com empresas das ORGANIZAÇÕES GLOBO) e por empresas afiliadas (empresas nas quais as ORGANIZAÇÕES GLOBO detêm participação societária, por exemplo: SKY BRASIL e NET SERVIÇOS). A NET BRASIL atua como provedora de conteúdo de maneira total (brasileiro e internacional) para as licenciadas e como provedora parcial (apenas conteúdo brasileiro), para as afiliadas (fl. 1.822 do AC 29160/2004). Com isto percebe-se que SKY BRASIL e NET SERVIÇOS possuem maior liberdade que as demais empresas participantes do SISTEMA NET BRASIL, podendo negociar os contratos de distribuição de conteúdo internacional diretamente com os Fornecedores de Programação (sempre respeitando o disposto no retro transcrito art. 31 da Medida Provisória n.º 2.228-1).


255. Pelo exposto, percebe-se que o papel desempenhado pelos dois Agentes de Compra de Programação são diferentes e vão muito além das exigências da legislação.

256. Em que pese o fato de a maioria das Prestadoras de TV por assinatura adquirirem canais de programação por meio de um destes dois principais Agentes de Compra no Brasil, nada impede que a compra se dê de forma independente, como de fato ocorre com algumas Prestadoras que prestam o serviço para uma pequena parcela dos assinantes brasileiros, conforme pode ser visto a seguir.

257. Analisando os dados disponíveis no mercado, podemos distribuir da seguinte forma as Prestadoras de TV por assinatura de acordo com a forma de aquisição de canais de programação:

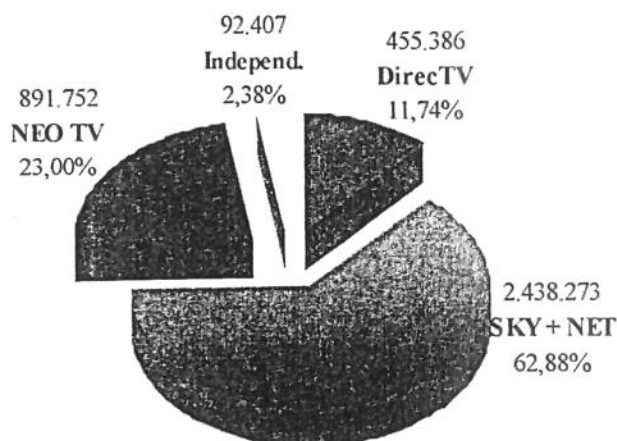
Empresa	<u>DIRECTV BRASIL</u>	<u>SKY BRASIL</u>	<u>NET SERVIÇOS + OUTRAS NET BRASIL</u>	<u>NEO TV</u>	<u>Independ.</u>	<u>Total</u>
Assinantes	455.386	868.490	1.569.783	891.752	92.407	3.877.818
	11,74%	22,40%	40,48%	23,00%	2,38%	100,00%



	<h1>INFORME</h1>	ORIGEM: 2109 CMLCE: 80
		NÚMERO: 70
		DATA: 16/8/05

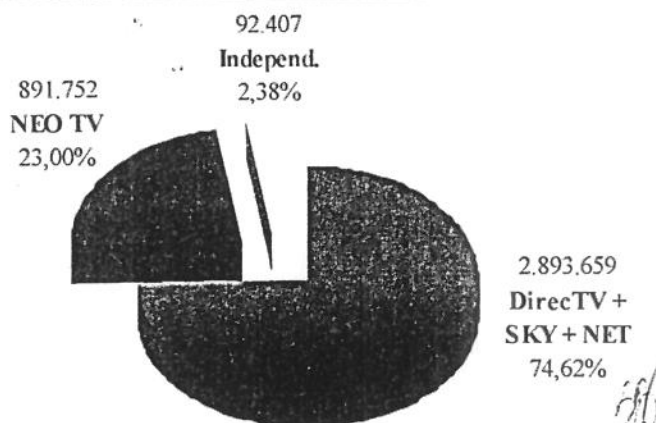
258. Agrupando todas as Prestadoras de TV por assinatura que adquirem canais de programação por meio da NET Brasil, ou seja, ou seja, as afiliadas (SKY BRASIL e NET SERVIÇOS) e as licenciadas (outras Prestadoras de TV a Cabo e MMDS que adquirem canais de programação por meio da NET BRASIL), tem-se que:


Empresa	DIRECTV BRASIL	NET BRASIL	NEO TV	Independ.	Total
Assinantes	455.386	2.438.273	891.752	92.407	3.877.818
	11,74%	62,88%	23,00%	2,38%	100,00%



259. Por fim, considerando a efetivação das operações em análise, bem como o fato de que a SKY BRASIL continuará adquirindo canais de programação na forma atualmente utilizada, pode-se concluir que, de uma forma genérica, como resultado da fusão das plataformas de DTH a NET BRASIL irá controlar quase 75% (setenta e cinco por cento) do fornecimento de canais de programação, podendo gerar dificuldades para que Prestadoras de TV por assinatura não pertencentes aos grupos econômicos das Requerentes ou não afiliadas tenham acesso a determinados canais de programação, com a utilização, por exemplo, de cláusulas de exclusividade e *English clauses* (acordos de preferências exclusivas).

Empresa	DIRECTV BRASIL + NET BRASIL	NEO TV	Independ.	Total
Assinantes	2.893.659	891.752	92.407	3.877.818
	74,62%	23,00%	2,38%	100,00%



	<h1>INFORME</h1>	ORIGEM: 2110
		CMLCE: 80
		NÚMERO: 70
		DATA: 16/8/05

260. Todavia, ocorre que nem todos os canais transmitidos pelas empresas do SISTEMA NET BRASIL são negociados por meio deste Agente de Compras. Conforme dantes informado, as afiliadas têm a liberdade de negociar a contratação de conteúdo internacional diretamente com as Fornecedoras de Programação. Tal liberdade é garantida pelos respectivos Contratos de Comissão, cujas versões-padrão foram encaminhadas a esta Agência (fls. 1.742 a 1.783 do AC 29160/2004). Registre-se também o envio da cópia do Contrato de Comissão firmado entre a NET BRASIL e a SKY BRASIL (fls. 1.823 a 1.877 do AC 29160/2004).

261. A verticalização dos grupos econômicos envolvidos na operação em tela, bem como o “gargalo” existente na comercialização de programação audiovisual quando da atuação dos Agentes de Compras de Programação, são aspectos nodais para delinear o real impacto da fusão das plataformas de DTH. Neste contexto, é preciso analisar algumas cláusulas/acordos de negociação privilegiada constantes dos contratos firmados por empresas integrantes dos referidos grupos.


262. De acordo com as informações prestadas pelas Requerentes, nenhum contrato para aquisição de canais de programação pela DIRECTV BRASIL possui acordos de preferências exclusivas (fls. 1.789 a 1.793 do AC 29160/2004).

263. Dentre os contratos celebrados pela SKY BRASIL, importa inicialmente destacar os seguintes (fls. 1.794 a 1.822 do AC 29160/2004):

Forma de Aquisição	Canais	Condição de Distribuição
NET BRASIL	SporTV, SporTV 2, Globonews, GNT, Multishow, Premiere Esportes <sup>75</sup>	Canal destinado apenas às empresas do SISTEMA NET BRASIL
NET BRASIL	Climatempo	Exclusividade na TV por assinatura para aplicativo interativos
Negociação direta	PlaygirlTV (PPV) e RadioClick (32 canais de áudio)	Licença exclusiva

264. Da análise dos Contratos de Comissão (firmados entre a NET BRASIL, afiliadas e licenciadas) e das informações complementares apresentadas pelas Requerentes, infere-se que os principais impactos da fusão da plataformas de DTH dar-se-ão nos mercados de comercialização canais de de programação esportiva (canais SporTV, SporTV 2 e Premiere Esportes) e de programação brasileira (canais Globonews, GNT e Multishow), uma vez que a NET BRASIL adquire os

<sup>75</sup> De acordo com o já mencionado Anexo A dos Contratos da Operação, tais canais configuram o denominado **Conteúdo Brasileiro Sistema NET**, o qual “significa o conjunto de canais e serviços destinados somente às operadoras de cabo, MMDS e serviços de distribuição de Conteúdo via DTH que firmaram ou venham a firmar contratos específicos que autorizam a NET BRASIL a negociar e/ou contratar programadores, em seu próprio nome ou de outras maneiras, assinando, em nome dessas operadoras, contratos, acordos ou quaisquer outros compromissos necessários para a aquisição do direito de mostrar Conteúdo, o qual, na data atual, consiste em: SporTV, SporTV 2, Multishow, GNT, Globonews e Premiere Esportes (este último será exclusivo somente na medida em que o fornecedor do Conteúdo concordar com essa exclusividade no Contrato de programação pertinente)”.

	<h1>INFORME</h1>	ORIGEM: <u>2111</u>
		CMLCE <u>86</u>
		NÚMERO: <u>70</u>
		DATA: <u>16/8/05</u>

direitos de transmissão com exclusividade e somente os licenciantes para Prestadoras de TV por Assinatura integrantes de seu sistema.

265. Assim, estar-se-ia diante da possibilidade de ocorrência de *input foreclosure*, uma vez que tais canais diferenciados, de maior apelo junto aos assinantes, não possuem substitutos próximos que possam ser adquiridos por Prestadoras não integrantes do Sistema NET BRASIL.

266. Da mesma forma, considerando que a plataforma fusionada terá 34% (trinta e quatro por cento) do mercado nacional de Provedimento de TV por assinatura, bem como a grande integração vertical dos grupos econômicos envolvidos, pode também ocorrer o fechamento do mercado a jusante, ou seja, o *customer foreclosure*. Nesta hipótese, não associadas aos grupos econômicos das Requerentes teriam dificuldades para vender seus canais de programação ou programação isolada, do tipo PPV, deparando-se com perda substancial de mercado, com custos mais elevados e, no limite, podendo ser expulsas do mercado.

#### 4.8.5. MERCADO DE ORIGEM – LICENCIAMENTO DE TECNOLOGIA PARA ACESSO E RECEPÇÃO DE TV POR ASSINATURA

267. Conforme anteriormente apresentado, faz-se necessária a análise desse mercado, uma vez que o GRUPO NEWS CORP. possui, entre suas empresas, a NDS Group plc. (distribuidora de tecnologia).

268. Nos autos do AC n.º 53500.002423/2003 foram consultadas as empresas distribuidoras dessas tecnologias (Motorola do Brasil Ltda., NagraVision e Scientific-Atlanta do Brasil Ltda.), sendo que a NagraVision afirmou que a operação não afetará os contratos já firmados, nada apresentando quanto a um novo cenário que pode ser gerado pela operação, e a Motorola, por sua vez, não entendeu possível manifestar-se a respeito. A Scientific-Atlanta do Brasil não apresentou resposta.


269. Já nos autos do AC 29160/2004, as Requerentes aduziram que:

Tanto a SKY BRASIL como a DIRECTV BRASIL obtiveram licença para uso de tecnologia de acesso da NDS Group pls ("NDS"), proprietária do software que a SKY BRASIL como a DIRECTV BRASIL empregam nos equipamentos que elas utilizam para transmitir, e seus assinantes usam para receber, sinais de TV por assinatura. Ambas também licenciaram tecnologia adicional da NDS relacionada a aplicativos para interatividade. A NEWS CORP. detém indiretamente 77,8% de participação acionária e aproximadamente 97,3% do poder de voto da NDS.

270. Em que não ter restado comprovado que o fornecimento de tecnologia seria prejudicado com a consolidação das operações (AC 2423/2003 e AC 29160/2004), o fato é que a experiência internacional já demonstrou preocupação em operação similar, *in casu*, a aquisição, pela NEWS CORP., da TELEPIÙ SPA e da STREAM SPA, empresas italianas Prestadoras do Serviço DTH, com a conseqüente fusão das duas em uma plataforma única.

271. Em sua decisão, a Comissão Européia resumiu da seguinte forma a preocupação expressada tanto por provedores de tecnologia quanto por empresas interessadas em entrar no mercado

72

	<h1>INFORME</h1>	ORIGEM:
		CMLCE
		NÚMERO: 70
		DATA: 16/8/05

de Provimento de TV por assinatura: em primeiro lugar, a probabilidade de que o acesso à tecnologia por outras empresas se dê em condições injustas, não razoáveis ou discriminatórias e, em segundo lugar, a probabilidade de inviabilizar a entrada de plataformas tecnológicas. Com isto, conclui que a empresa fusionada terá um monopólio no que se refere aos meios de transmissão e todas as possibilidades e incentivos econômicos para excluir os competidores reais e potenciais que desejem entrar no mercado mediante meios de transmissão idênticos ou distintos, mediante o aumento dos custos dos rivais e reforçando outras barreiras à entrada.

272. Considerando os estudos procedidos no referido caso, a Comissão Européia, constando a possibilidade e a probabilidade de exercício de poder de mercado, determinou a adoção, por parte da NEWS CORP., de compromissos relativos ao licenciamento, a preços justos e razoáveis, das tecnologias para acesso e recepção de TV por assinatura.

273. Na operação brasileira, as mesmas condições - possibilidade e a probabilidade de exercício de poder de mercado - se apresentam, razão pela qual se sugere a imposição de compromissos pró-concorrenciais às Requerentes, no que se refere ao mercado de **Licenciamento de Tecnologia para Acesso e Recepção de TV por assinatura**.

#### 4.8.6. EXPERIÊNCIA ANTITRUSTE NACIONAL E INTERNACIONAL


274. A comercialização canais de de programação audiovisual composta de canais diferenciados (programação brasileira, programação esportiva e filmes de 1.ª exibição, segundo definição adotada neste Informe) é usualmente apontada como um “gargalo” para o desenvolvimento do mercado de TV por assinatura.<sup>76</sup>

275. A Comissão Européia, no escopo de preservar a concorrência no mercado de TV por assinatura, já estabeleceu restrições baseadas, essencialmente, em quebras de exclusividade temporária ou imposição de sublicenciamentos de alguns direitos esportivos considerados fundamentais para o desenvolvimento do setor.<sup>77</sup>

276. Nesta perspectiva, a SEAE, no já referido Parecer n.º 192 COGSE/SEAE/MF, concluiu que há neste mercado uma grande possibilidade de conteúdo *premium*, especialmente esportivo, a ser considerado uma *essential facility*. Ressaltou, ainda, que, as ORGANIZAÇÕES GLOBO, por meio da Globosat, detêm posição quase dominante na comercialização de direitos esportivos e, conseqüentemente, no licenciamento de canais esportivos *premium* (SporTV e SporTV 2). Com isto, o grupo econômico apresenta-se como único fornecedor deste insumo para as Prestadoras de TV por assinatura. Além disso, as ORGANIZAÇÕES GLOBO, por meio das Prestadoras de TV por assinatura participantes do Sistema NET BRASIL, detêm posição dominante no mercado brasileiro de Provimento de TV por assinatura. Estas posições alcançadas pelas ORGANIZAÇÕES GLOBO são reforçadas, por sua

<sup>76</sup> Sobre o assunto, ressaltamos os estudos apresentados pela ASSOCIAÇÃO NEO TV acerca das normas jurídicas de países da Comunidade Européia e dos Estados Unidos da América sobre limites de participação cruzada e fixação de cláusulas de exclusividade na comercialização de canais de programação no Mercado de TV por assinatura (fls. 3.316 a 3.324 do AC 2423/2003).

<sup>77</sup> *EC Competition law and intellectual property rights in the new economy*, de Steve Anderman, publicado no *Antitrust Bulletin*, New York, Summer 2002.

	<h1>INFORME</h1>	ORIGEM: <i>R-113</i>
		CMLCE <i>ES</i>
		NÚMERO: <i>70</i>
		DATA: <i>16/8/05</i>

vez, pelas elevadas barreiras à entrada nos mercados de fornecimento de canais de programação e produção de determinados conteúdos, nos quais o grupo econômico também possui posição dominante..

277. Cumpre ressaltar neste contexto, a manifestação da ASSOCIAÇÃO NEO TV no Processo Administrativo n.º 08012.003048/2001-31, objeto do Parcerer supra indicado, no sentido de que a indispensabilidade de um canal com programação esportiva como o SporTV, aliada à absoluta inviabilidade das Prestadoras não integrantes do Sistema NET BRASIL encontrarem um substituo adequado a esse insumo, o caracterizaria como uma *essential facility* dentre os demais canais de programação, que não pode ser replicada por nenhum meio razoável.<sup>78</sup>

278. No que tange esta alegação, a SEAE, apesar de considerar difícil a duplicação do conteúdo esportivo, por prudência, não utilizou a teoria da *essential facility* para caracterizar que as cláusulas de exclusividade no licenciamento do canal SporTV configuram uma conduta anticompetitiva. Isto porque não possuía meios plausíveis para demonstrar de forma quantitativa que a falta deste canal impactaria negativamente a demanda pelos serviços ofertados pelas Prestadoras de TV por assinatura.

279. Entretanto, após análise qualitativa, afirma que a exclusividade deste tipo de canal afeta de forma negativa a competitividade dos concorrentes da NET BRASIL e o próprio ambiente concorrencial do setor que, em última instância significa perda de bem-estar do consumidor final. Por tal motivo, ao considerar a política de exclusividade adotada pelas ORGANIZAÇÕES GLOBO como um meio para garantir o domínio de mercado e de evitar que outros concorrentes consigam se expandir, a SEAE caracterizou esta conduta como anticoncorrencial.<sup>79</sup>


280. Interessa-nos, ainda, ressaltar as considerações elencadas pela Agência Antitruste Australiana (ACCC), quando da análise de um acordo realizado entre a Foxtel e Optus, respectivamente, a primeira e a terceira maiores Prestadoras de TV por assinatura na Austrália.

281. A análise focou-se nos mercados de comercialização de conteúdo e de Provimento de TV por Assinatura, bem como nos eventuais impactos negativos na escolha dos consumidores. Para tanto, a ACCC utilizou-se de três teorias: (a) *first mover advantages*; (b) *downward spirals*; e (c) *virtuous circles*. Estas teorias resumidamente estão ligadas ao fato de que um número expressivo de assinantes (elevado *market share*) confere uma importante vantagem para negociar conteúdo exclusivo, tendo em vista um maior poder de barganha. De posse desse conteúdo exclusivo, a Prestadora de TV por assinatura tem uma maior probabilidade de captar mais assinantes para a sua rede, formando, assim um “circulo virtuoso”. Ainda segundo aquela Agência, existe uma forte conexão entre participação de mercado e habilidade em adquirir bons canais de programação. *ES*

<sup>78</sup> A doutrina da *essential facility* é uma espécie de “subdivisão” da conduta denominada “recusa em negociar”, ou seja, um caso especial de abuso de posição dominante relacionado àquela recusa. A Comissão Européia aponta três critérios para a aplicação da doutrina da *essential facility*: a) a facilidade, a infra-estrutura ou esta em combinação com serviços, deve ser complementar a uma atividade econômica em um mercado relacionado, porém separado; b) a ausência de uma habilidade efetiva de as firmas concorrentes duplicarem a facilidade; e c) o acesso à facilidade deve ser necessário para uma firma competir em determinado mercado.

<sup>79</sup> Para a SEAE, Parecer n.º 192 COGSE/SEAE/MF, pode ser utilizada para elevar as barreiras à entrada para novas Prestadoras, impossibilitando-as de obter parcela substancial do mercado caso se decidam pela entrada ou forçando-as a aderir ao modelo de negócios da NET BRASIL, afiliando-se a esta última.



	<h1>INFORME</h1>	ORIGEM: <span style="float: right;">D.114</span>
		CMLCE <span style="float: right;">E2</span>
		NÚMERO: 70
		DATA: 16/8/05

282. Por fim, a ACCC asseverou particular preocupação com o uso de contratos de exclusividade ou mesmo integração vertical no mercado de comercialização canais de de programação com o intuito de impedir a competição no mercado a jusante (*dowstream*), qual seja, o de Provisão de TV por assinatura, pela recusa em comercializar canais de programação, um insumo chave para atuação no mercado.

283. Mister ainda ressaltar o posicionamento adotado pela Comissão Européia ao autorizar o projeto de aquisição da Vivendi Universal, Prestadora de TV por assinatura (DTH), pela Telepiù, empresa pertencente ao GRUPO NEWS CORP. O projeto incluía a fusão da Vivendi com a Stream, outra Prestadora de TV por assinatura (DTH), também pertencente ao GRUPO NEWS CORP.

284. Destarte o fato de esta operação ter dado origem à criação de um quase monopólio no mercado italiano de TV por assinatura, a Comissão Européia considerou que era mais benéfico para o consumidor autorizar a operação - **sob reserva de condições apropriadas** - do que assistir à perturbação do mercado causado pelo encerramento provável das atividades da Stream, a menor e mais fraca das duas Prestadoras.


285. Na fase final da investigação, o GRUPO NEWS CORP. alegou estarem preenchidas as condições para a aplicação da denominada “teoria da empresa insolvente” e que a Stream sairia inevitavelmente do mercado, se a concentração fosse bloqueada. De acordo com esta teoria, uma operação pode ser considerada uma concentração de emergência caso a estrutura competitiva do mercado possa se deteriorar de uma forma semelhante mesmo que a concentração não se realizasse, isto é, em qualquer dos casos um dos concorrentes sairia do mercado, então, a autorização da concentração sob determinadas restrições melhor atenderia o interesse público do que deixar que o monopólio aconteça ou o poder de mercado aumente por meio da saída do mercado de um dos concorrentes.<sup>80</sup>

286. A Comissão Européia, no caso supra citado, definiu como principal desafio a imposição de condições suficientes e adequadas à plataforma de TV por assinatura via satélite resultante da concentração, a fim de garantir que o mercado permanecesse aberto. Desta premissa, reputou como indispensável que os filmes de êxito e os jogos de futebol fossem acessíveis no futuro a outros concorrentes, uma vez que tais conteúdos, considerados diferenciados, fomentam as adesões de assinantes à TV por assinatura. Para tanto, fixou como condições para a autorização da concentração, dentre outras, a elaboração de compromissos em matérias de conteúdos para garantir que tais conteúdos diferenciados estivessem disponíveis no mercado e nele pudessem ser disputados.

287. Por meio desses compromissos, especialmente em razão da permissão de rescisão dos contratos em vigor pelos titulares de direitos de exibição sem que houvesse penalização, facilitou o

<sup>80</sup> “L’eccezione dell’impresa in stato di insolvenza è un concetto giuridico ed economico accettato dalle autorità responsabili della concorrenza ed è stata utilizzata in due occasioni dalla Commissione (Casi Kali+Salz/MDK/Treuhand e BASF/Eurodiol/Pantochim.). Secondo questo concetto, una determinata operazione può essere ammessa in quanto operazione di salvataggio se la struttura concorrenziale del mercato si deteriorerebbe comunque anche se la concentrazione non avesse luogo (perché l’impresa uscirebbe dal mercato).” *La Commissione dà il via libera alla fusione tra Stream e Telepiù, subordinatamente al rispetto di alcune condizioni*; Bruxelles, 2 aprile 2003. Disponível na internet em: <[http://www.lavoce.info/news/images/nicita\\_skynews22maggio2003.pdf](http://www.lavoce.info/news/images/nicita_skynews22maggio2003.pdf)>. Acesso em 28 de julho de 2005.

J 75

	<h1>INFORME</h1>	ORIGEM:	2.115
		CMLCE	Car
		NÚMERO:	70
		DATA:	16/8/05

acesso a conteúdo também para potenciais concorrentes. Foram, ainda, impostas limitações temporais para contratos futuros (2 anos para os clubes de futebol e 3 anos para os produtores de filmes).

288. Para facilitar a entrada de concorrentes que prestam Serviços de TV por assinatura via satélite (DTH), o GRUPO NEWS CORP. se comprometeu igualmente a não “bloquear” a exploração dos denominados direitos de difusão dos filmes “em segunda janela”, ou seja, direitos relativos à difusão posterior e mais barata quando comparado com os direitos de “primeira janela”. Na ausência destas condições, o GRUPO NEWS CORP. poderia decidir adquirir apenas direitos de “primeira janela”, impedindo simultaneamente os potenciais concorrentes de adquirirem os direitos de “segunda janela”. Em razão do compromisso realizado, os obstáculos à entrada foram ainda mais reduzidos e viabilizou aos consumidores o direito de decidir quando e a que preço verão os filmes veiculados pelas Prestadoras de TV por assinatura.

289. **Haja vista os aspectos elencados neste item, é importante que a decisão a ser proferida observe todos os aspectos relacionados ao Mercado de TV por Assinatura. Uma análise restrita ao mercado alvo (de Provisão de TV por assinatura) não guardaria adequação nem com a situação fática e nem com o interesse público.**

#### 4.9. RECOMENDAÇÕES

##### 4.9.1. ATO DE CONCENTRAÇÃO N.º 53500.002423/2003

290. No que se refere ao Ato de Concentração n.º 53500.002423/2003, vale ressaltar que a operação ocorreu inteiramente no exterior. Inclusive o órgão responsável nos EUA por analisá-la (FCC) proferiu sua decisão em sentido favorável, nos termos da Nota Pública divulgada no seu endereço eletrônico (fls. 1.924 a 1.953 do AC 2423/2003).<sup>81</sup>



291. Em sua decisão, porém, a FCC estabeleceu algumas restrições, como, por exemplo, permitir que empresas com 5.000 (cinco mil) ou mais assinantes **utilizem-se do instituto da arbitragem** para solucionar questões referentes a termos ou condições para retransmissão de canais de programação.

292. As suas próprias concorrentes, ao serem indagadas pela Agência quanto a prejuízos que poderiam advir da operação, apenas questionaram a existência dos **contratos de exclusividade** de canais de programação, nada mais acrescentando.

293. A análise deste Ato de Concentração não se presta à correção de situações presentes no mercado, motivo pelo qual difícil seria a modificação de cláusulas dantes existentes. Porém, a como a presente análise também envolve outro Ato de Concentração, poder-se-á alcançar contratos futuros no escopo de proteger a concorrência nos mercados correlatos.

<sup>81</sup> Disponível na Internet em: <<http://www.fcc.gov>>

76

	<h1>INFORME</h1>	ORIGEM: CMLCE	FL. 216 
		NUMERO: 70	
		DATA: 16/2/05	

294. Com base nessa premissa foi que o Cade, ao julgar Medida Cautelar requerida pela ASSOCIAÇÃO NEO TV, decidiu pela celebração de Acordo de Preservação da Reversibilidade da Operação (fls. 1.954 a 1.962 do AC 2423/2003).<sup>82</sup>

#### 4.9.2. ATO DE CONCENTRAÇÃO N.º 53500.029160/2004

295. As considerações exaradas no item anterior são igualmente aplicáveis ao Ato de Concentração n.º 53500.0029160/2004. Todavia, ante a peculiaridade dos fatos apresentados, passamos à elencar recomendações adicionais.

296. A associação dos negócios das plataformas da SKY BRASIL e da DIRECTV BRASIL poderá vir a gerar inevitavelmente efeitos anticoncorrenciais no mercado brasileiro de TV por Assinatura. Todavia, à luz da regra da razão, a aprovação deste Ato de Concentração é possível desde que se mitigue os efeitos prejudiciais.



297. Nesta perspectiva, ressalte-se que a **política nacional de preços** adotada pelas Requerentes, limitaria, segundo as mesmas, o aumento pela Prestadora de DTH de seus preços nas localidades onde esta tecnologia não tem concorrência, uma vez que o preço seria regulado pelas áreas em que a concorrência é efetiva. Todavia, mais do que uma mera política interna adotada pelas Requerentes, sugere-se que a autoridade antitruste imponha sua existência e manutenção.


298. No mesmo sentido, sugere-se a imposição às Requerentes do dever de não elevar os valores efetivamente cobrados dos assinantes/consumidores acima dos níveis inflacionários ou independentemente da variação dos custos operacionais, sendo que, caso estes ocorram, sejam devidamente justificados.

299. Para evitar o fechamento do mercado, que pode afetar negativamente o bem-estar dos consumidores e prejudicar a concorrência, mister ainda que sejam impostos às Requerentes compromissos a fim de garantir:

- a) que canais de programação diferenciada (brasileira, esportiva e de filmes de 1.ª exibição) estejam disponíveis de forma isonômica no mercado e nele possam ser disputados (quebra de acordos de negociação privilegiada e limitações temporais para a comercialização de direitos de veiculação de tais canais);
- b) que os canais hoje disponíveis em qualquer uma das duas plataformas de DTH permaneçam disponíveis na grade de programação das respectivas plataformas, no mesmo tipo de pacote comercializado ao assinante, enquanto estiverem em vigor os respectivos contratos de programação; e

<sup>82</sup> Até o julgamento final do presente processo, a **NEWS CORP.** comprometeu-se a se abster de fornecer sua programação, mediante contratos de programação que venham ser assinados a partir desta data (excluindo-se o fornecimento mediante a renovação de contratos de programação pré-existent) para a DIRECTV BRASIL e/ou para a SKY BRASIL em termos ou condições discriminatórios em relação às demais plataformas de TV por assinatura existentes no Brasil, no sentido de que qualquer oferta de fornecimento de nova programação feita pela **NEWS CORP.** à DIRECTV BRASIL e/ou à SKY BRASIL deve ser disponibilizada, sob termos e condições comparáveis, às demais plataformas.

	<h1>INFORME</h1>	ORIGEM:	2112
		CMLCE	ED7
		NÚMERO:	70
		DATA:	16/08/2005

c) a efetiva abertura das redes das Prestadoras de DTH pertencentes às Requerentes aos canais de programação produzidos por Programadoras brasileiras não pertencentes aos respectivos grupos econômicos, a ser garantida pela fixação de quantidade mínima de canais ou de percentual em relação ao número de canais integrantes da grade de programação.

300. O controle do cumprimento das restrições acima sugeridas pode, a critério do Cade, ser delegada a esta Agência, para que, no uso de sua competência regulatória, exerça efetivo poder de polícia.

301. Por fim, no que concerne às restrições a serem efetivamente impostas às Requerentes no caso de aprovação da concentração em análise, cumpre observar a experiência internacional colacionada neste Informe.

## 5. CONCLUSÃO

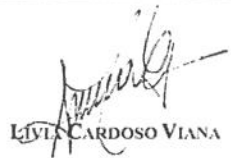
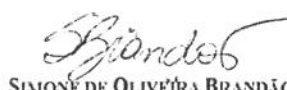
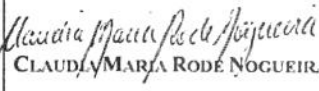
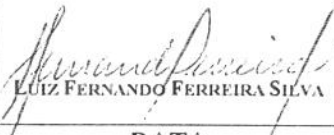

Por todo o exposto, propõe-se que o Conselho Diretor da Anatel determine o encaminhamento dos presentes autos ao Conselho Administrativo de Defesa Econômica (Cade) para julgamento, nos termos do art. 46 da Norma n.º 07/99 - Anatel - anexa à Resolução n.º 195, de 7 de dezembro de 1999, sugerindo a aprovação da operação com as restrições, de acordo com o item 4.9 deste Informe.

## 6. RELAÇÃO DE ANEXOS

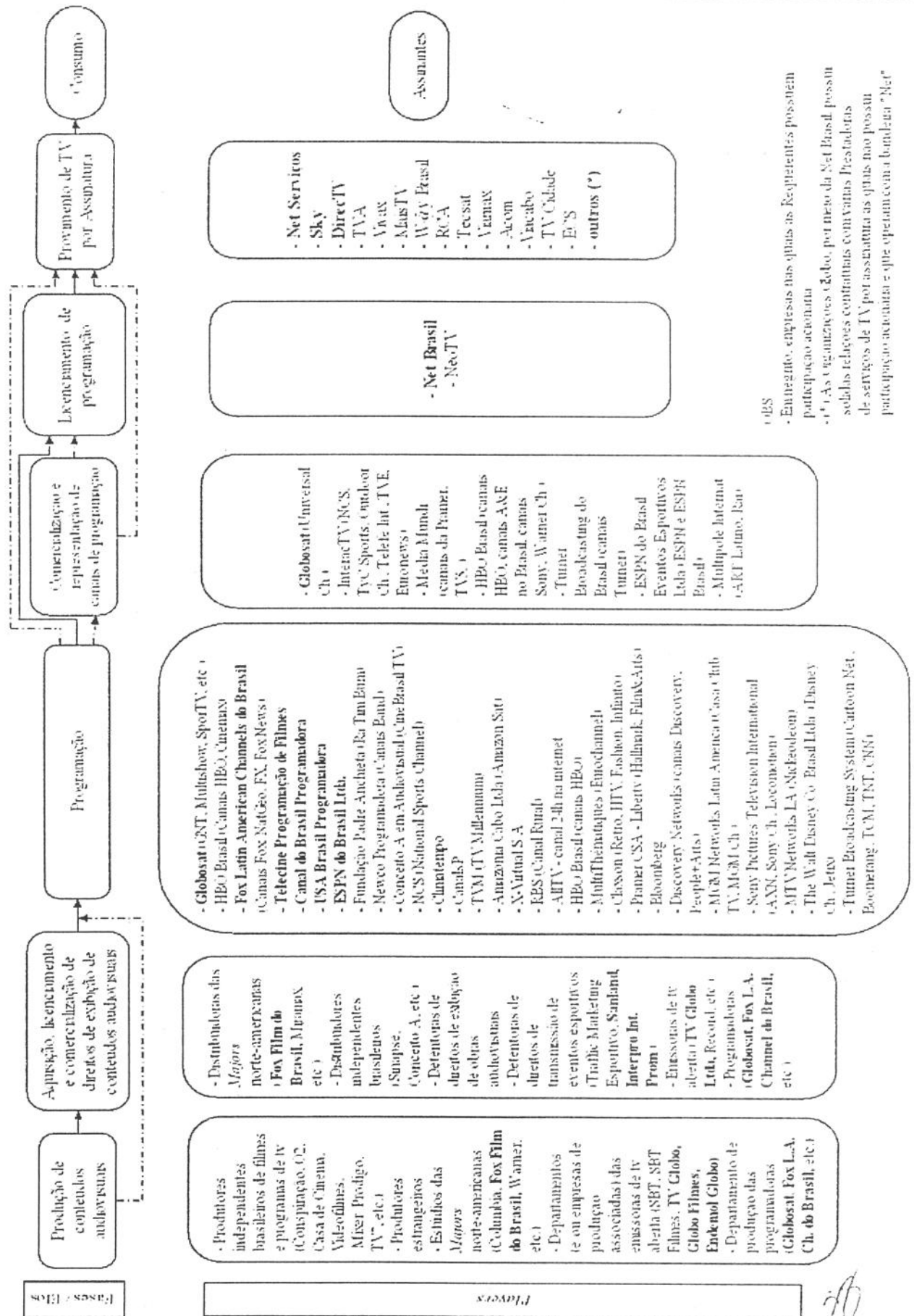
6.1. Faturamento das Requerentes.

6.2. Detalhamento da FIGURA 1.

6.3. Compilação de dados relativos a assinantes de TV por assinatura (em disquete).

ASSINATURAS			
RESP PELA ELABORAÇÃO	GERENTE-OPERACIONAL	GERENTE	GERENTE-GERAL
 LÍVIA CARDOSO VIANA	 SIMONE DE OLIVEIRA BRANDÃO	 CLAUDY MARIA RODE NOGUEIRA	 LUIZ FERNANDO FERREIRA SILVA
SUPERINTENDENTE			DATA
De acordo. Encaminhe-se à d. Procuradoria.			
 ARA APKAR MINASSIAN Superintendente			16/08/2005

### Players do Mercado de Televisão por Assinatura no Brasil



(ES) - Emnegrito, empresas nas quais as Requerentes possuem participação acionária

(\*) - As organizações (Globo, por meio da Net Brasil, possuem sólidas relações comerciais com várias Prestadoras de serviços de TV por assinatura as quais não possuem participação acionária - que operam com a bandeira "Net"

*[Handwritten signature]*



## TERMO DE DESENTRANHAMENTO DE DOCUMENTO

Nos termos do art. 64 do Regulamento da Anatel, aprovado pelo Decreto n.º 2.338, de 7 de outubro de 1997, e do art. 74, § 3.º, da Norma n.º 7/99, aprovada pela Resolução n.º 195, de 7 de dezembro de 1999, os documentos sigilosos de fis. 2118 e 2120, correspondentes aos Anexos 6.1 e 6.3 (disquete) do Informe n.º 70 /CMLCE, de 16 de agosto de 2005, foram desentranhados e juntados ao Vol. Confidencial Requerentes.

Brasília, 16 de agosto de 2005.

  
\_\_\_\_\_  
Simone de Oliveira Brandão



**ADVOCACIA GERAL DA UNIÃO**  
**Procuradoria-Geral Federal**  
**Procuradoria Federal - CADE**

**Parecer ProCADE n.º : 74/2006 (versão pública)**

**Atos de Concentração : 53500.002423/2003 e 53500.0029160/2004**

**Requerentes: Hughes Eletronic Corporation, The News Corporation Limited e General Motors Corporations (AC 53500.002423/2003) e**

**The News Corporation Limited, The Direct TV Group Inc. e Globo Comunicações e Participações S.A.**

**Relator: Conselheiro Luis Carlos Delorme Prado**

**Ementa: Ato de Concentração – Concentração Vertical  
- Conexão entre operações - Submissões Tempestivas –  
Reforço de poder e parcela de mercado das requerentes  
– Pela aprovação, condicionada ao atendimento de  
determinadas exigências.**

Senhor Procurador-Geral,

Em atendimento ao r. despacho exarado por V.S.ª em 07.02.06 a fls. 2293 dos autos de n.º 53500.0029160/2004 e fls. 3531 do AC de n.º 53500.002423/2003, e em consonância com o disposto no artigo 10, inciso V da Lei 8.884/94, passa esta Procuradoria a tecer as seguintes considerações:

### Da Conexão entre os Processos

A conexão dos Atos de Concentração de nº 53500.0029160/2004 e nº. 53500.002423/2003 restou determinada pela ANATEL, como se verifica da manifestação de um dos Conselheiros daquele ente regulador<sup>1</sup>. Mencione-se que tal providência foi comunicada ao CADE por aquela agência reguladora por intermédio do Ofício de nº 258/2005/CMLCE/CMLC/SCM/PR – ANATEL<sup>2</sup>.

Cumprе observar que uma das empresas qualificadas nos autos como terceira interessada, a Associação Neo TV, solicitou a extensão da conexão não apenas aos referidos Atos de Concentração, mas também ao Processo Administrativo de nº. 08012.003048/01-31, no qual se investiga o cometimento de práticas anticompetitivas por parte de empresas integrantes do Grupo Globo, consistentes na recusa de comercializar às operadoras não integrantes ou afiliadas ao grupo econômico jogos do campeonato brasileiro de futebol.

A questão restou superada com a decisão exarada na 367ª Sessão deste CADE, oportunidade em que o Conselheiro-Relator do mencionado processo administrativo, por intermédio do despacho PFA nº 05/2006 não admitiu a extensão dos efeitos da conexão dos Atos de Concentração ao referido Processo.

Nesse sentido, esta Procuradoria, abordará as operações descritas nos atos de concentração destacados em conjunto tal como efetuado pela ANATEL.

### AC 53500.002423/2003

Em 05 de maio de 2003, The News Corporation Limited (doravante “News Corp.”), General Motors Corporation (doravante “GM”) e Hughes Electronic Corporation (doravante “Hughes”), qualificadas nos autos, protocolizaram perante a Agência Nacional de Telecomunicações – ANATEL petição em que solicitam a aprovação de operação entre eles formalizada em 09.04. 2003 (fls. 01 e segs.). *bl*

<sup>1</sup> Como se verifica a fls. 3257 do AC 53500.0002423/2003.

<sup>2</sup> Fls. 3259, AC 53500.0002423/2003.



## Da Operação

Segundo aduzem as requerentes, a operação trata da aquisição de participação acionária pela News Corp. de ações anteriormente pertencentes as demais empresas envolvidas.

Por ocasião da apresentação da operação, aduziram as requerentes que a mesma estava condicionada às autoridades brasileiras de defesa da concorrência, bem como de decisões no âmbito fiscal e aprovação pelos acionistas da GM. Para tanto, inicialmente seria promovida uma operação de cisão, por intermédio da qual cada acionista de um conjunto de ações relacionadas às operações da Hughes disponíveis ao público e negociáveis em bolsa como ações ordinárias classe "H" da GM, denominadas "tracking stocks", receberia ações da Hughes em trocas de suas ações na GM que após tal providência seriam canceladas.

Em seguida, a News Corp. ou empresa por ela designada irá adquirir a participação de 19,9% da GM na Hughes pelo preço de US\$ 14,00 por ação, podendo, a critério da News Corp., 20% de tal participação ser adquirida com ADR preferenciais da própria News Corp. ao invés de dinheiro. A News Corp. ainda adquirirá uma parcela adicional de 14,1% da Hughes com pagamento efetuáveis de forma anteriormente descrita, ou seja, pelo preço de US\$ 14 por ação ou em ações ADR preferenciais, critério a ser estabelecido, pelo menos, com a antecedência de três dias antes da data de fechamento.

Cada acionista da Hughes receberá o pagamento do valor referente a cada ação detida antes da incorporação, que equivalem, aproximadamente, a 82,4% de participação na Hughes e 17,6% em ações da News Corp ou em dinheiro.

Como consequência, uma subsidiária especialmente constituída pela News Corp. será incorporada à Hughes, que será a entidade sobrevivente. Imediatamente após a incorporação, a News Corp. transferirá sua participação na Hughes para Fox Entertainment Group Inc. (doravante "Fox"), empresa na qual News Corp. detém 80,6% do capital e 90,7% dos votos, em troca de ações adicionais da Fox e da emissão de uma nota promissória.

Como resultado dessas operações, aduzem que a Hughes será uma empresa independente, constituída nos Estados Unidos da América, com uma classe única de ações ordinárias negociáveis na bolsa de Nova York. *pd*

A News Corp. deterá, por intermédio da Fox, 34% das ações remanescentes da Hughes e o fundo de pensão e outros planos de benefícios da GM, conjuntamente com o público, deterão os demais 66% da Hughes. Destacam as requerentes que nem a Hughes, nem qualquer outro acionista terá o direito de indicar a maioria dos membros do Conselho de Administração desta empresa. Além disso, a News Corp. e suas afiliadas não poderão adquirir ações adicionais da Hughes por um ano e por força de outras condições, assumem o compromisso de não aumentar sua participação na Hughes para mais de 50%.

Após a operação a PanAmSat Corporation (doravante apenas "PanAmSat"), continuará sendo uma subsidiária da Hughes, que deterá 81% de seu capital.

#### **Da regularidade do procedimento**

Colacionam à mencionada petição o anexo I de que trata a Resolução de nº 76/98 da ANATEL (fls. 04/45), fotocópia autenticada do comprovante de recolhimento da taxa processual (fls. 46), instrumento de procuração outorgado pela GM (fls. 50/53); e fotocópias dos seguintes instrumentos jurídicos firmados em idioma inglês: *Stock Purchase Agreement* (fls. 54/179); *Separation Agreement* (fls. 186/216); *Agreement and Plan of Merger* (fls. 217/241); *Amended and Reestated Certification of Hughes* (fls. 845/871).

Os instrumentos de mandato outorgados pela News Corp. e pela Hughes encontram-se a fls. 573 e segs. e fls. 772/778, respectivamente.

A fls. 1039 News Corp requer, em atendimento a diligência solicitada pela ANATEL, a juntada aos autos do Acordo de quotistas da Sky Brasil Serviços Ltda. (*Amended and Reestated Quotaholders Agreement*), firmado em 31.07.97.

Também em atendimento a diligência formulada pelo ente regulador, a News Corp., a fls. 1150 e segs., solicita a juntada de instrumentos jurídicos e a garantia de sigilo, inclusive com relação às demais partes interessadas no feito quanto aos seguintes contratos: *Master Agreement*, *Amended and Reestated Quotaholders Agreement*, *Memorando of Understanding*, assinado em 22.07.2002 e *Letter Agreement*, de 21.08.2002.

A autuação de todos os contratos colacionados ao referido AC 53500.002423/2003 foram objeto de autuação em apartado revestido de confidencialidade<sup>3</sup>, o que minimiza o acesso desta versão do parecer.

[REDACTED]

<sup>3</sup> As fotocópias dos mencionados instrumentos jurídicos encontram-se em autos apartados revestidos de confidencialidade. (vol. I e segs.; confidencial/requerentes).

As traduções dos contratos estão assim localizadas:

- Volume II, apartado confidencial: Contrato de Compra e Venda de Ações (fls. 619/709); Contrato de Separação entre General Motors e Hughes Electronics Corporation (fls. 711/750); Acordo e Plano de Incorporação celebrado por Hughes Electronics Corporation, The News Corporation Limited e GMH Merger Sub, Inc. (fls. 753/769).
- Volume III – Acordo de Quotistas, com data de 22 de novembro de 1994, entre Lisarb Holding B.V., Universal Pay Television B.V., MGM/UA South América B.V., Fox Latin América, Inc., Fox Brazil Equity, Inc., Globosat Comunicações Ltda. e Telecine Programação de Filmes Ltda. (fls. 1079/1135).

<sup>4</sup> Fls.711/751, vol II, apartado confidencial (requerentes), AC 53500.0002423/2003.

<sup>5</sup> Fls. 1079, vol. III, apartado confidencial (requerentes) do AC citado.



[REDACTED]

<sup>6</sup> Fls. 1443 e segs., vol. III, apartado confidencial (requerentes) do AC 53500.002423/2003.

[REDACTED]

Apesar do fechamento da operação ter sido comunicado às autoridades antitruste em 22.12.03 (fls. 1731), a descrição da operação será feita com base nas informações oferecidas pelas requerentes no momento do protocolo de sua petição inicial.

**AC 53500.0029160/2004**

Em 29.10.2004, The News Corporation Limited (doravante “News Corp.”), The Direct TV Group Inc. (doravante “DirectTV”) e Globo Comunicações e Participações S.A. (doravante “Globopar”) por intermédio de petição protocolizada perante a Agência Nacional de Telecomunicações – ANATEL, comunicam a realização de Ato de Concentração.

**Da Operação**

Segundo aduzem as requerentes, embora tenha objeto próprio, a operação remonta à operação realizada em 09.04.2003, oportunidade em que News Corp., Direct TV e General Motors Corporation (doravante “GM”) formalizaram operação em que Fox Entertainment Group, subsidiária norte-americana de News Corp. adquiriu participação acionária de 34% da Direct TV.

Acrescem que essa última operação resultou na realização de investimentos por parte da News Corp. no mercado de TV por assinaturas nos Estados Unidos, segmento em que não possuía participação, exceto como fornecedora de conteúdo. Como efeito indireto daquela operação, mencionam que, no Brasil, a News Corp. adquiriu uma participação indireta na Galaxy Brasil Ltda., empresa que atua no mercado brasileiro de TV por assinatura sob a denominação “Direct TV”, sendo que já era detentora de participação indireta no capital de outra empresa com atuação no mesmo segmento, a Sky Brasil Serviços Ltda. (doravante “Sky Brasil”), operação comunicada aos órgãos responsáveis pela defesa da concorrência no setor de telecomunicações por intermédio do AC de nº. 53500.002423/2003. *pt*

Como aduzido nos autos do AC 53500.002423/2003, reforçam que a aquisição indireta pela News Corp. de participação na Direct TV não estava entre as razões ou motivações para a realização da operação mundial, alegando, nesse sentido, o comprometimento, naquela oportunidade, de manterem como negócios separados e independentes as atividades desempenhadas pela Sky Brasil e Direct TV, permitindo que os sócios de ambas em tais negócios pudessem avaliar o mercado local e adotar medidas que possibilitassem não apenas a manutenção, mas também o incremento da eficiência e qualidade nos serviços prestados aos atuais e potenciais clientes no segmento de TV por assinatura no Brasil.

No entanto, com o advento da operação descrita nos autos do AC 53500.29160/2004 e por força de análises que envolveram a situação conjuntural e econômica do segmento de TV por assinatura no país e o desempenho financeiro de cada uma das plataformas citadas, aduzem ser agora imprescindível a associação dos negócios das duas plataformas, não só para a manutenção da qualidade dos serviços prestados aos consumidores brasileiros, mas também para a própria viabilidade econômica dos negócios das empresas.

As negociações acerca da reunião das duas plataformas, segundo as requerentes, passaram a envolver a Globopar e a Liberty Media International Inc., detentoras de parcelas significativas no capital social da Sky Brasil. A estratégia aduz como consequência a redução da participação da Globopar em operadoras de TV por assinatura, concentrando-se no segmento de produção e distribuição de conteúdo.

Para formalizar o acima aduzido, houve a celebração de instrumento jurídico denominado *Participation Agreement* e de *Combination Agreement*, ambos datados de 08.10.2004.

A assinatura dos mencionados instrumentos contratuais ensejou a realização de reorganização da composição societária da Sky Brasil, consubstanciado em instrumento jurídico denominado *Second Amended and Reestated Quotaholders Agreement*, o que implicará na detenção por parte da News Corp. do maior número de cotas da Sky Brasil, de forma indireta e individual.

Com relação à participação da News Corp na América Latina, as requerentes aduzem, por meio de contrato denominado *Latin America Purchase Agreement*.

a realização de reestruturação que permitirá à Direct TV adquirir todos os ativos relacionados aos serviços de TV por assinatura na América Latina, incluindo o Brasil.

A reestruturação da Liberty na América Latina implica na venda de suas participações em empresas operadoras de DTH no México, Chile, Colômbia e no Brasil, como consta em instrumento jurídico denominado *Liberty Media Latin America Purchase Agreement*.

A condução dos negócios representados na operação em análise permanecerá inalterada, no intuito de preservar as condições verificadas na data de assinatura do contrato até a data da efetiva realização da operação.

A associação dos negócios da Sky Brasil e da Direct TV, por sua vez, está condicionada a cláusulas suspensivas, cujo implemento ou dispensa permitirá a associação das plataformas anteriormente mencionada.

Após a reunião dos negócios da Sky Brasil e da Direct TV em uma única plataforma, haverá a reunião dos assinantes para a plataforma resultante, representada pela Sky Brasil diante de seu volume de cliente e no volume financeiro envolvido em seus negócios.

#### **Da regularidade do procedimento**

Juntamente com a peça inicial (fls. 01/268), colacionaram as requerentes aos autos o anexo I da Resolução de nº 76/98 da ANATEL (fls. 47/53), fotocópia autenticada dos comprovantes de recolhimento da taxa instituída pela Lei 9.781/99 e modificada pela Lei 10.149/00 (fls. 54/56), instrumento de mandato outorgado pela Globopar (fls. 62), organograma da estrutura societária original da Sky Brasil e Direct TV Brasil e das reestruturações societárias envolvidas no negócio (fls. 64 e segs.); fotocópia de instrumento jurídico em língua inglesa denominados: *Participation Agreement* (fls. 78 e segs.); *Latin America Purchase Agreement* (fls. 190); *Liberty Media Latin America Purchase Agreement* (fls. 239 e segs.); *Second Amended and Restated Quotaholders Agreement* (fls. 282 e segs.), *Annual Report da News Corporation* (fls. 350 e segs.) e da *Direct TV Group Inc.* (fls. 485 e segs.).

Em 10 de dezembro de 2004, The Direct TV Group Inc. colacionou aos autos fotocópia autenticada de tradução juramentada do instrumento de mandato (fls. 1075 e segs.).

A fls. 1083/1120 encontra-se de fotocópia da tradução juramentada de instrumento contratual denominada Contrato de Compra da América Latina firmado por The New Corporation Limited e The DirectTV Group.

A fls. 1122/1154 verifica-se fotocópia simples da tradução juramentada de Contrato de Compra na América Latina celebrado entre Liberty Media International Inc. e The Direct TV Group Inc.

A fls. 1156/1330 verifica-se a juntada de fotocópia simples da Segunda Alteração e Consolidação do Acordo de Sócios firmada por DTH Comércio e Participações S.A., News DTH do Brasil Comércio e Participações Ltda., Liberty Brasil DTH Ltda. e Sky Brasil Serviços Ltda. e de seus anexos, com vigência de trinta anos, seguido de sua versão em inglês a fls. 1332/1499, estabelecendo modificações ao acordo de sócios estabelecido em 31 de julho de 1997.

Mencione-se que de seu item VIII, item 8.1 restou estabelecido que a News Corp, assim como qualquer de suas coligadas e cada membro da Sky Brasil, enquanto a primeira estiver no controle da Sky Brasil, não possuirá, direta ou indiretamente, participação em ou administração em sistemas de distribuição de conteúdo no Brasil ou especificamente dirigido ao Brasil através de DTH, excepcionando-se os sistemas de distribuição de conteúdo DTH a Sky Brasil Serviços Ltda., até o segundo aniversário de um evento de transferência da Globo, estabelecendo-se modificações de suas disposições nos itens a (i) e a (ii), o que indica a limitação entre as requerentes no segmento de plataforma de TV a cabo.

A fls. 1510 as requerentes solicitam a juntada de fotocópias das traduções juramentadas do *Participation Agreement* e do *Combination Agreement*, autuados a fls. 1527 e segs.

Em suas considerações iniciais, o Acordo de Participação destaca as limitações de não concorrência estabelecidas na cláusula 6.6 do contrato principal, no item 8.1 do Acordo de Sócios da Sky Brasil e na cláusula 1 do Adendo dos Termos Gerais do



Memorando de Entendimentos da MCOP<sup>7</sup>, destacando a solicitação de renúncia a essas avenças pela Globo diante de sua aquisição, em dezembro de 2003, de participação acionária indireta de 34% na DirectTV.

Por oportuno, mencione-se que esta Procuradoria não logrou êxito em localizar nos autos o citado Memorando de Entendimentos, firmado em julho de 1996.

No item 1.3, alínea (i) do referido contrato destaca-se que a Globo poderá solicitar que a News aliene e faça com que suas s coligadas venham a alienar participações em plataformas concorrentes, opção que não será passível de exercício pela Globo antes de 1º de janeiro de 2007.

Na alínea seguinte (ii), estabelece-se que as avenças de não concorrência impostas ao Grupo Globo de fornecer conteúdo para a Sky Brasil com exclusividade vão expirar de forma automática e não recairá sobre o referido Grupo ou qualquer de seus membros outras restrições com relação a oferta de conteúdo relacionado a propriedade ou participação em outra plataforma de DTH.

No que se refere à associação de plataformas, destaca-se que a cláusula 3 do referido instrumento estabelece em seu item 3.2, alínea "a" contempla disposição semelhante a do item VIII, item 8.1 da Segunda Alteração e Consolidação do Acordo de Sócios firmada por DTH Comércio e Participações S.A., News DTH do Brasil Comércio e Participações Ltda., Liberty Brasil DTH Ltda. e Sky Brasil Serviços Ltda., eis que não permite que a News Direct TV, qualquer de suas coligadas tenham direta ou indiretamente participação em ou administração de sistemas de conteúdo, excepcionalizando as hipóteses em que a New e o Grupo Sky Brasil poderão possuir participação indireta em plataforma cabo concorrente a situações em que os interesses do Grupo Globo não se apresentem como concorrentes.

A fls. 1555 e segs. encontra-se fotocópia autenticada do Acordo de Associação de Negócios no Brasil celebrado por Globo Comunicações e Participações S.A. The News Corporation Limited, The Direct TV Group Inc., The Direct Latin America, LLC, de um lado e GLA Brasil Ltda, de outro.

Em sua cláusula 5.1 verifica-se que a Direct TV assume o compromisso de notificar às denominadas partes SKY e envidem esforços para que membros do Grupo

<sup>7</sup> MCOP – Sky Multi-Country Partners.

DTV Brasil não adotem uma série de posturas descritas nas alienas (i) a (xi) que impliquem em confronto ou venham a violar interesses do Grupo Globo, inclusive no que se refere à celebração de contratos relativos à distribuição ou transmissão de conteúdo.

### **Da tempestividade**

As operações foram submetidas às autoridades de defesa da concorrência de forma tempestiva.

A operação descrita nos autos do AC 53500.002423/2003 foi protocolizada perante a ANATEL em 05.05.2003 (fls. 2) e os instrumentos jurídicos a ela relacionados firmados em 09.04.2003.

No que se refere à operação descrita nos autos do AC 53500.029160/2004, verifica-se sua protocolização perante o ente regulador em 29.10.2004 (fls. 01) e a celebração de seus instrumentos principais em 08 de outubro de 2004.

### **Da Definição do Mercado Relevante**

Nos formulários de enquadramento<sup>8</sup> das operações as requerentes elencaram que o único segmento de mercado em que se verifica a sobreposição entre as atividades desempenhadas pelas partícipes no território brasileiro é o segmento de TV por assinatura.

As informações constantes dos autos indicam que a operação implicará em participação das requerentes em segmentos diferentes da cadeia produtiva e em percentuais significativos de participação.

A ANATEL, por intermédio do Ato de nº. 54.242, de 22 de novembro de 2005<sup>9</sup> sugeriu a aprovação das operações em epígrafe com restrições, considerando a abrangência da análise técnica efetuada por intermédio do Informe nº. 70 - CMLCE/CMLC/SCM<sup>10</sup>, de 16.08.05 passará, com sua descrição, a ser incorporada por esta Procuradoria. ✓

<sup>8</sup> Fls. 47 - AC 53500.29160/2004 e fls. 23 - AC 53500.002423/2003 .

<sup>9</sup> Publicado no DOU, seção 1, de 30.11.2005, fls. 3496, vol. XI, AC 53500.002423/2003 .

<sup>10</sup> Fls. 2040 e segs., AC 53500.029160/2004.

3896

Referida manifestação, além de verificar a concentração horizontal no provimento de TV por assinatura, por força da fusão das plataformas, destacou a integração vertical entre as empresas requerentes e suas subsidiárias em mercados relacionados àquele segmento, inserido em um mercado maior e mais abrangente, qual seja o audiovisual, como consta da tabela a seguir reproduzida:

TABELA 1  
EMPRESAS INTEGRANTES DOS GRUPOS ECONÔMICOS ENVOLVIDOS NA OPERAÇÃO<sup>22</sup>

	NEWS CORP. <sup>2</sup>	ORGANIZAÇÕES GLOBO
Provimento de TV por assinatura	- <u>SKY BRASIL</u> - <u>DIRECTV BRASIL</u>	- <u>SKY BRASIL</u> - NET SERVIÇOS <sup>23</sup>
Licenciamento de canais de programação	—	- NET BRASIL S.A
Comercialização e representação de canais de programação de terceiros	—	- Globosat Programadora Ltda.
Programação	- Telecine Programação de Filmes Ltda. - Fox Latin América Channel do Brasil Ltda.	- Globosat Programadora Ltda. - Telecine Programação de Filmes Ltda - Canal Brasil Programadora Ltda. - USA Brasil Programadora Ltda.
Aquisição, licenciamento e distribuição de direitos de exibição de conteúdos audiovisuais.	- Fox Latin América Channel do Brasil Ltda - Fox do Brasil Ltda.	- Sanland Investment S.A - TV Globo Ltda. - Endemol Globo S.A. - Interpro-International Prom. Ltda.
Produção de conteúdos audiovisuais	- Fox Latin América Channel do Brasil Ltda. - Fox Film do Brasil Ltda.	- Globosat Programadora Ltda. - Central Globo de Produções (TV Globo Ltda) - Globo Filmes (TV Globo

<sup>22</sup> Em que pese o fato de que a operação em tela ter como Requerentes a NEWS CORP. (GRUPO NEWS CORP.), a DIRECTV (GRUPO DIRECTV ou, num enfoque mais abrangente, GRUPO NEWS), a GLOBOPAR (ORGANIZAÇÕES GLOBO) e a GM (GRUPO GM), a TABELA 1 apresenta apenas dois grupos econômicos. Isto porque a DIRECTV foi incluída no GRUPO NEWS e o GRUPO GM não mais participa dos mercados relevantes de produtos identificados na presente análise.

<sup>23</sup> Compreende as empresas: NET Anápolis Ltda, NET Arapongas Ltda., NET Bauru Ltda., NET Belo Horizonte Ltda., NET Brasília Ltda., NET Campinas Ltda., NET Campo Grande Ltda., NET Curitiba Ltda., NET Florianópolis Ltda., NET Franca Ltda., NET Goiânia Ltda., NET Indaiatuba Ltda., NET Joinville Ltda., NET Londrina Ltda., NET Maringá Ltda., NET Paraná Comunicações Ltda., NET Piracicaba Ltda., NET Recife Ltda., NET Ribeirão Preto Ltda., NET Rio S.A, NET São Carlos S.A., NET São José do Rio Preto Ltda., NET São Paulo Ltda., NET Sorocaba Ltda., NET Sul Comunicações Ltda., DR Empresa de Distribuição e Recepção de TV Ltda., Horizonte Sul Comunicações Ltda. Televisão a Cabo Criciúma Ltda. e TV Cabo e Comunicações Jundiá S.A.

		Ltda.) - Endemol Globo S.A.
--	--	--------------------------------

\* Refere-se às atividades do Grupo no Brasil; fonte: informe 70/ANATEL.

Nesse sentido, definiu dois mercados. O primeiro, o mercado de provimento de assinatura e o segundo, o de comercialização de canais de programação audiovisual, considerados, respectivamente, mercado alvo e mercado de origem.

Apesar de destacar que há uma ligação do mercado de TV por assinatura com o mercado audiovisual nas primeiras fases do processo produtivo, considerou a ANATEL o mercado de TV por assinatura como um segmento específico de atividade que tem por elo final o provimento de TV por assinatura diretamente ao consumidor.

As prestadoras de TV por assinatura, na opinião do ente regulador, desempenham papel fundamental na entrada dos recursos na cadeia produtiva, haja vista que os recursos por elas obtidos percorrem um fluxo financeiro a montante da cadeia produtiva até chegar aos produtores de obras e conteúdos audiovisuais, elos iniciais.

Ao descrever seus agentes, a ANATEL destaca a posição das prestadoras como empresas responsáveis pela infra-estrutura necessária e pela venda dos pacotes de canais de programação ao consumidor constituída sobre redes e plataformas distintas, assim consideradas o serviço de TV a cabo, serviço MMDS e serviço DTH, ressaltando a posição da Sky Brasil, Direct TV Brasil, Grupo NET, Horizon (Vivax) e TVA.

Outros agentes que se relacionam diretamente com as programadoras de TV por assinatura no país são os agentes de compras de programação, que negociam dentro ou fora do país, o licenciamento dos direitos de transmissão de canais de programação, cujo papel decorre da exigência legal<sup>11</sup> de que a compra de programação se dê por intermédio de empresa sediada no país. A atuação da NET Brasil e da Associação NEO TV é ressaltada nesse aspecto.

Na fase posterior, ou seja, a de representação de canais de programação, a ANATEL indica a atuação de várias empresas brasileiras que representam canais de empresas programadoras, geralmente estrangeiras, ofertando tais canais no mercado brasileiro como representantes de canais de programação, de onde sobressai a atuação da

<sup>11</sup> *ex vi* Decreto nº 2.206/97

Media Mundi (distribuidora dos canais da Pramer e do canal TV 5), a InteracTV (distribuidora dos canais TyC Sports, Outdoor Ch., Telefe Int., TVE e Euronews) e a HBO Brasil que além de programar e distribuir seus próprios canais, representa os canais Sony, Warner Chanell e os canais A&E no Brasil.

As programadoras são responsáveis pela formatação de canais de programação a partir de conteúdos audiovisuais de produção própria ou adquiridos de terceiros, cuja atividade consiste em “produzir canais de programação, agrupando determinados conteúdos audiovisuais que obedecem a uma temática específica (variedades, filmes de lançamento recente, esportes etc.) e a uma grade horária própria, de acordo com estratégias da programadora”, configurando atividade editorial fundamental para o mercado de TV por assinatura, cujo produto é o canal de programação. Muitas programadoras com atuação no mercado brasileiro são subsidiárias estrangeiras de canais internacionalmente conhecidos, como HBO, Sony Ch., Warner Ch., Fox, Nat. Geo.

A presença de empresas brasileiras neste elo da cadeia é verificada pela atuação da Conceito A em Audiovisual (Cine Brasil TV), Fundação Padre Anchieta (Ra Tim Bum), RBS (Canal Rural), Climatempo (Climatempo), que operam apenas um canal. Com a operação de mais de um canal destacam-se a NewCo., pertencente ao grupo bandeirantes e a Globosat.

Na opinião da ANATEL constituem fontes importantes de receita das programadoras a comercialização para prestadoras ou para agentes de compras de programação, dos direitos de exibição de seus canais de programação e a venda de espaços publicitários, especialmente nos canais considerados básicos. A remuneração pode repercutir o número de assinantes e o tipo de canal licenciado.

Em outra etapa da cadeia produtiva do mercado de televisão por assinatura no país – a de aquisição, licenciamento, distribuição de direitos de exibição de conteúdos audiovisuais - destaca a ANATEL que os agentes nele instalados, os Distribuidores de Direitos de Exibição de Conteúdos Audiovisuais, sejam as *majors* norte-americanas, sejam agentes de vendas que recebem das produtoras direitos de comercialização de suas produções em regiões e segmentos de mercados específicos, atuam licenciando direitos de exibição de conteúdos audiovisuais para diferentes segmentos desse mercado, inclusive para o de TV por assinatura. A esse propósito, salienta o opinativo a demanda pouco

significativa por conteúdos audiovisuais nacionais de produção independente a ponto de alavancar internamente um mercado de comercialização de direitos de exibição reforça a presença de poucas empresas de capital nacional atuando na comercialização de direitos de exibição de conteúdos audiovisuais formatados para a televisão. No que se refere à TV aberta, as produções televisivas são geralmente adquiridas de subsidiárias brasileiras de grandes distribuidoras (das *majors*, p.ex.), ou produzidas internamente pelas grandes emissoras. No segmento de TV por assinatura, as programadoras brasileiras geralmente adquirem conteúdos nos mercados internacionais e a participação da produção independente é exercida por intermédio de co-produção com as programadoras.

O opinativo da ANATEL, com relação a essa fase do mercado de TV por assinatura, destacou que os conteúdos audiovisuais esportivos atendem a uma lógica própria de comercialização de direitos de exibição e transmissão em que:

“os detentores originais do direito de exibição – uma grande liga de futebol, por exemplo, licencia com Distribuidores, no caso, Licenciadoras de Conteúdos Audiovisuais Esportivos, a possibilidade de captar as imagens (função que é muitas vezes terceirizada a produtoras especializadas) e comercializar o licenciamento dos eventos dos quais detém os direitos. Esses distribuidores podem, por sua vez, negociar com outros Distribuidores, em regiões e segmentos de mercados específicos, ou diretamente com programadoras ou redes de TV aberta.”

Em outra fase, qual seja, a de produção de conteúdos audiovisuais, as empresas produtoras de conteúdos audiovisuais geram conteúdos que podem ser formatados para veiculação em salas de cinema ou em canais de televisão de uma forma em geral. Esses agentes geralmente licenciam seus produtos para distribuidores de direitos de exibição que comercializam os mesmos em regiões e segmentos de mercados específicos, mas também podem negociar suas produções diretamente com os fornecedores de programação, que se situam no elo seguinte da cadeia produtiva.

Apesar de produtoras independentes terem fomentado a produção de conteúdo nacional por intermédio de incentivos fiscais decorrentes da legislação em vigor aplicável ao setor, a ANATEL destaca que grande parte dos canais de produção distribuídos

pelas prestadoras brasileiras de TV por assinatura, inclusive os pertencentes a programadoras de capital nacional, tem sua grade de programação preenchida por conteúdos audiovisuais produzidos em outros países.

Após analisar todo o mercado envolvido na operação, a ANATEL justifica o enfoque de sua análise nas quatro fases do mercado de TV por assinatura situados mais à jusante da cadeia produtiva, a começar do elo de programação, nos seguintes termos:

“Como já explicitado anteriormente, o Mercado de TV por assinatura corresponde a apenas uma das fontes de receitas para toda a cadeia produtiva envolvida na produção, circulação e consumo de produtos audiovisuais (Mercado Audiovisual), juntamente com as receitas decorrentes dos demais segmentos. Ainda que seja possível inferir algumas conseqüências da operação em questão para os dois elos mais a montante da cadeia produtiva - especialmente em relação aos agentes econômicos de capital nacional que atuam nesses elos -, tais conseqüências seriam difíceis de quantificar devido ao fato de que, nesses elos, o fluxo de produto a jusante é, na maior parte das vezes, compartilhado por outros segmentos do Mercado Audiovisual. Ademais, as competências da Anatel para com o Mercado de TV por assinatura restringem-se, basicamente, à prestação do serviço (Provimento de Serviço de TV por assinatura) junto ao consumidor – serviço pelo qual a Agência deve zelar para que se estabeleça em cenário de competição entre as diversas Prestadoras. O acesso a determinados tipos de canais de programação se configura como o principal fator de competição entre as diversas Prestadoras de TV por assinatura e, nesse sentido, cumpre à Agência examinar em que condições se dá a comercialização do insumo básico à prestação do Provimento de TV por assinatura.”

A análise procedida pela ANATEL, por força do acima exposto, mostrou-se focada no mercado de TV por assinatura, segmentado em três fases: provimento de TV por assinatura, licenciamento de programação e fornecimento de programação. A verticalização leva aquele ente regulador a proceder à análise das repercussões da operação nos mercados de origem e alvo, verificando a efetiva substitutibilidade entre os bens ou serviços em consonância com as dimensões geográfica e do produto.

### **Mercado Alvo - Provisamento de TV por assinatura**

O mercado de provimento de TV por assinatura<sup>12</sup> abrange as atividades de comercialização de canais de programação diretamente ao consumidor e o de comercialização de canais de programação audiovisual, respectivamente, mercado alvo e mercado de origem. As relações nesse mercado de acordo com o ente regulador se verificam da seguinte forma: a) Prestadoras de TV por assinatura com Agentes de Compras de Programação; b) Prestadoras de TV por assinatura com Fornecedores de Programação e c) Agentes de Compras de Programação com Fornecedores de Programação, abrangendo o serviço de TV a cabo, o MMDS e o DTH.

Como colocado pelas requerentes e já mencionado anteriormente no informe da ANATEL, a partir da ótica da demanda, os mencionados serviços são tidos como substitutos pelos usuários, caracterizando-se pela “oferta de canais de programação que contempla um amplo número de canais de conteúdo variável, a não disponibilidade gratuita e a comercialização de pacotes de canais de programação por meio de assinaturas mensais”.

A mesma substitutibilidade não é verificada quando se comparam os serviços de TV por assinatura com os de TV aberta, mesmo diante de um eventual, significativo e não transitório aumento de preços não apenas sob a ótica da demanda, mas também da oferta, diante das necessidades técnicas e das exigências regulatórias a serem atendidas.

No que tange à dimensão geográfica, a acurada análise da ANATEL considerou o mercado de provimento de TV por assinatura destacando os 585 municípios elencados pela SKY Brasil e DIRECT TV Brasil como os mais relevantes, em que se verifica a competitividade mais acirrada entre os concorrentes e os demais municípios brasileiros.

<sup>12</sup> Como consta no aludido informe da ANATEL, o arcabouço regulatório define o mercado de provimento de TV por assinatura como o de Serviço de Comunicação de Massa por assinatura para provimento de Serviços de Valor Adicionado, termo que poderia gerar dificuldades a outros órgãos ou pessoas envolvidos na operação, razão pela qual optou-se pela denominação simples de mercado de “provisamento de TV por assinatura”.



## **Mercado de Origem – Comercialização de Canais de Programação Audiovisual**

Destacando as relações mantidas entre os agentes econômicos envolvidos ao longo da cadeia produtiva, o ente regulador define o mercado de TV por assinatura de acordo com o tipo de conteúdo audiovisual veiculado em seus canais de programação em canais de programação diferenciada, assim considerados: a) canais de programação audiovisual brasileira; b) canais de programação esportiva brasileira, especialmente os que envolvem equipes de futebol nacionais e c) canais de programação de filmes de 1ª exibição, abrangendo os filmes de lançamento recente e conteúdos audiovisuais brasileiros de dramaturgia como canais diferenciados, colacionando para tanto, texto de instrumento jurídico firmado entre as requerentes do AC 53500.29160/2004 que define o termo conteúdo brasileiro.

A comercialização dos canais de programação audiovisual, segundo a ANATEL pode ser subdividida em:

- a) comercialização de canais de programação audiovisual brasileira;
- b) comercialização de canais de programação esportiva brasileira;
- c) comercialização de canais de programação de filmes de 1ª exibição; e
- d) comercialização de canais de outras programações: assim considerada a atividade de compra e venda de direitos de veiculação de canais de programação que não se enquadrem nas categorias anteriores.”

Quanto à dimensão geográfica, o mercado foi definido como mundial, no que se refere aos agentes de compras de programação com fornecedores de programação e nacional quanto às prestadoras de TV por assinatura com agentes de compras e fornecedores de programação.

**Mercado de Origem - Licenciamento de Tecnologia para acesso e recepção de TV por assinatura**  $\mu$  -

Outro mercado destacado no Informe de nº 70 da ANATEL é o de licenciamento de tecnologia para acesso e recepção de TV por assinatura, envolvendo instrumentos que viabilizam a efetivação desses serviços por empresas que ofereçam sistemas de acesso condicional (*Conditional Access Systems – CAS*), interfaces de programação de aplicações (*Application Programming Interfaces – API*) e sistemas de guia eletrônico de programação (*Electronic Programming Guides –EPG*).

No que se refere à dimensão geográfica deste mercado, a mesma foi considerada como mundial, haja vista a inexistência de limitação à contratação de empresas estrangeiras e a tecnologia não ser restrita ao Brasil.

Em outro ponto do referido Informe, denominado “impactos da operação”, a ANATEL destacou a presença de concentração horizontal e vertical decorrentes das operações em análise, no mercado de origem (provimento de TV por assinatura) e no mercado alvo (comercialização de canais de programação audiovisual e licenciamento de tecnologia para acesso e recepção de TV por assinatura), sintetizadas no quadro que ora se reproduz:

TABELA 2

MERCADO	GRUPO NEWS	ORGANIZAÇÕES GLOBO
Provimento de TV por assinatura	X	X
Comercialização de Canais de Programação Audiovisual	X	X
Licenciamento de tecnologia para Acesso e Recepção de TV por assinatura	X	X

No mercado alvo de provimento de TV por assinatura a ANATEL considerou que a união das plataformas da SKY Brasil e DirectTV Brasil, além de implicar na eliminação de um concorrente, resultará em uma empresa com cerca de 97% do mercado de provimento de TV por assinatura na plataforma DTH e mais de 34% do mercado nacional de TV por assinatura.

Os altos índices ensejaram que a ANATEL considerasse factível uma possibilidade de exercício de poder de mercado, passando a analisar a entrada de novos competidores como condição passível de interferir na probabilidade de tal exercício. Referida entrada depende, além dos elevados investimentos inerentes ao setor, da obtenção

de concessão ou autorização conferida pela ANATEL, excepcionalizando-se o serviço DTH, para o qual não há atualmente necessidade de concessão ou permissão.

Outra barreira à entrada identificada no mencionado opinativo refere-se à comercialização de canais de programação audiovisual, já destacados como insumo básico para o provimento de TV por assinatura.

Nesse segmento, a ANATEL destaca o papel dos agentes de compra de programação, como a NET Brasil S.A. e a Associação NEO TV, intermediários entre as prestadoras de TV por assinatura e os fornecedores de programação. Apesar de ser possível que as prestadoras de TV por assinatura venham a adquirir canais de programação por meio desses agentes de compra, nada impede que a compra se dê de forma independente. A análise dos dados permite concluir que os agentes de compra possuem maior poder de barganha nas negociações, especialmente em contratos de distribuição de conteúdo internacional.

A efetivação das operações em análise, somada a circunstância de que a SKY Brasil continuará adquirindo canais de programação na forma atualmente utilizada permitiu a ANATEL concluir que como resultado da fusão das plataformas de DTH a NET Brasil irá controlar cerca de 75% do fornecimento de canais de programação, o que pode gerar dificuldades para as prestadoras de TV por assinatura não pertencentes aos grupos econômicos das requerentes ou não afiliadas que tenham acesso a determinados canais de programação com a utilização, por exemplo, de acordos de preferências exclusivas (*english clauses*).

Apesar de considerar que os contratos de comissão colacionados aos autos do AC 53500.29160/2004 permitem que a negociação dos canais por empresas do Sistema NET Brasil seja feita diretamente com as fornecedoras de programação e que os contratos para aquisição de canais possuem acordos de preferências exclusivas<sup>13</sup>, da análise destes instrumentos jurídicos e por força de informações complementares prestadas pelas requerentes, a ANATEL infere que os principais impactos da fusão das plataformas DTH será verificada no mercado de comercialização de canais de programação esportiva (SporTV, SportTV 2, Première Esportes) e de programação brasileira (Globnews, GNT e W).


<sup>13</sup> Nos autos do AC 53500.29160/2004, fls. 1794/1822 – referentes a contatos celebrados pela Sky Brasil com condições diferenciadas de distribuição. A fls. 1789/11793 consta contratos de aquisição de canais de programação pela Direct TV, mas sem acordos de preferência exclusiva.

Multishow), haja vista que a NET Brasil adquire os direitos de transmissão com exclusividade e os licencia apenas para as prestadoras de TV por assinatura que integrem seu sistema.

O caráter singular de tais canais indica a impossibilidade de sua substituição por outros que possam vir a ser adquiridos por prestadoras não integrantes do sistema NET Brasil, o que poderia indicar a ocorrência de fechamento do mercado no acesso a esses canais (*input foreclosure*). A ANATEL considera que a concentração de 34% resultante no mercado nacional de provimento de TV por assinatura, bem como a grande integração vertical dos grupos econômicos envolvidos na operação possibilita o fechamento do mercado a jusante (*customer foreclosure*), hipótese em que agentes não associados aos grupos econômicos das requerentes teriam dificuldades para vender seus canais de programação ou programação isolada (como os PPV<sup>14</sup>), o que levaria a perdas substanciais de parcela de mercado, custos mais elevados e, no limite, na sua exclusão do mercado.

No que se refere ao licenciamento de tecnologia para acesso e recepção de TV por assinatura, a ANATEL o considerou como um segmento de origem, entendendo que sua análise mostrava-se necessária pela presença no Grupo News Corp. de empresa distribuidora de tecnologia, a NDS Group Plc.

Nos autos do AC 53500.29160/2004 as requerentes aduziram que a SKY Brasil e a Direct TV Brasil obtiveram licença para uso de tecnologia de acesso da NDS Group pls, proprietária do software que ambas utilizam nos equipamentos de transmissão e captação de sinais pelos assinantes de TV por assinatura, destacando a participação da News Corp. com 77,8% da participação acionária, de forma indireta e com 97,3% do poder de voto da NDS.

Embora nos autos do AC 53500.002423/2003 outras distribuidoras de tecnologia não tenham apresentado oposição ou se manifestado de forma contrária à operação e o próprio ente regulador tenha destacado que não restou comprovado que o fornecimento de tecnologia pudesse ser prejudicado com a consolidação das operações, com base em casos analisados por autoridades antitruste estrangeiras mostrou-se que a preocupação com o segmento de licenciamento de tecnologia deve estar presente, eis que, 

---

<sup>14</sup> Pay-per-view

no limite, leva a empresa fusionada a uma posição de monopolista, possibilitando o cometimento de condutas que levem a exclusão de outros agentes.

Das operações em análise, tal como nas analisadas por outras autoridades de defesa da concorrência, as requerentes terão reforçadas suas participações e poderão exercer seu poder de mercado de forma anticompetitiva, sugerindo a ANATEL a imposição de compromissos que possibilitem o alcance de resultados pró-competitivos no que se refere ao licenciamento de tecnologia para acesso e recepção de TV por assinatura.

Além de tecer considerações acerca dos mercados envolvidos na operação em julgamentos proferidos por outras autoridades antitruste, a ANATEL destacou a criteriosa análise efetuada pela SEAE/MF cujo objeto também envolve os segmentos destacados neste opinativo e a importância de que a decisão a ser proferida no caso em comento não seja restrita ao mercado alvo, ou seja, o de provimento de TV por assinatura.

Por fim, conclui que as operações descritas nos Atos de Concentração de nº. 53500.002423/2003 e 53500.029160/2004 merecem ser aprovadas, mas para que se evitem estratégias que possibilitem condutas anticompetitivas, externáveis pelo aumento de preços ou que resultem em fechamento de mercado, sugere que sejam impostas compromissos às requerentes possibilitando a) que os canais de programação diferenciada, assim considerada a de conteúdo nacional, esportivo ou de filmes de primeira exibição, estejam disponíveis de forma isonômica no mercado e nela possam ser disputados (quebra de acordos de negociação privilegiada e limitações temporais para a comercialização de direitos de veiculação de tais canais); b) que os canais hoje disponíveis em qualquer das duas plataformas de DTH permaneçam disponíveis na grade de programação das respectivas plataformas, no mesmo tipo de pacote comercializado ao assinante, enquanto estiverem em vigor os respectivos contratos de programação e c) que seja viabilizada a efetiva abertura das redes prestadoras de DTH pertencentes às Requerentes aos canais de programação produzidos por programadoras brasileiras não pertencentes aos respectivos grupos econômicos, a ser garantida pela fixação de quantidade mínima de canais ou de percentual em relação ao número de canais integrantes da grade de programação. w)

## Do Posicionamento da Procuradoria

Como restou mencionado, esta Procuradoria adere ao opinativo exarado pela i. ANATEL, acrescentando às observações feitas a determinados instrumentos firmados entre as requerentes, as que se seguem:

O artigo 54 da lei antitruste estabelece em seu parágrafo primeiro a possibilidade de autorização de atos que limitem a concorrência desde que sejam apresentadas eficiências elencadas no parágrafo primeiro do mencionado artigo.

Restou demonstrado pela ANATEL, após a competente definição dos mercados, que as requerentes, diretamente ou por intermédio de suas subsidiárias ou afiliadas, possuem poder de mercado e condições suficientes de distorcer a competitividade no setor em relação a qualquer dos grupos consumidores que estejam a eles relacionados, seja a montante ou a jusante da cadeia produtiva, o que é reforçado no cenário nacional pela possibilidade de atuação dos mesmos agentes em mercado de TV aberta e por assinatura, viabilizando o cometimento de práticas tendentes à monopolização, como, por exemplo, subsídios cruzados.

Configurou-se ainda a ausência de substitutibilidade não apenas entre a TV aberta para com a TV por assinatura, mas também entre canais de gêneros diversos não apenas com base em decisões nacionais, mas também estrangeiras<sup>15</sup>, o que mostra a importância de determinados canais e a necessidade de que sejam impostas condições que viabilizem as programadoras condições razoáveis de comercializá-los, o que necessariamente passa pelos preços e condições contratuais, inclusive as de exclusividade e que concedem privilégios, minimizando, quando não impedindo, o estabelecimento de um grau mínimo entre os participantes do mercado de TV por assinatura no país.

<sup>15</sup> em tópico denominado experiência internacional, a ANATEL cita diversos casos julgados por autoridades antitruste estrangeiras a respeito do segmento de TV por assinatura: Caso Sky B/Kirch Pay TV; Caso ABC/General Dês Eaux/ Canal +/W.H. Smith TV; Caso Vivendi/Canal+/Seagram. No CADE, verifique-se a esse propósito o julgamento do AC 08012.004909/01-07 (Requerentes: The Walt Disney Co. e The New Corporation Ltd.; Relator: Conselheiro Afonso Arinos de Mello Franco Neto) oportunidade em que o Conselheiro –Relator, adotando a conceituação da SEAE (fls. 494 e segs.), resultante de diligência formulada por aquela Secretaria junto a Net Brasil, por intermédio do ofício 2.996/01/COGSE/SEAE/MF, conclui pela impossibilidade de substituição de canais de gêneros diversos em relação aos de conteúdo específico, no caso, os de programação infantil.

É normal, senão uma regra, que uma fusão ou aquisição gere eficiências. No entanto, não é todo ganho de produtividade que justifica a aprovação de uma operação. O traço essencial para se identificar uma eficiência que poderá ser levada em consideração para efeito da análise antitruste é a impossibilidade dela ser obtida de outra forma que não a da concentração. A *contrario sensu*, se a eficiência puder ser alcançada por outro meio, ela não será considerada.

Como se trata de concentração vertical, deve-se atentar para as situações em que as requerentes tenham reforçadas as condições que viabilizem o cometimento de condutas anticompetitivas, reforçada, na hipótese em comento, pelo poder de mercado e reputação de seus agentes, como restou demonstrada de manifestações de terceiros nos autos, destacadamente a da Associação Neo TV, enriquecendo a instrução processual e pela manifestação da ANATEL.

Nesse sentido, para que a operação seja aprovada devem ser impostas limitações que objetivem impedir manobras que impliquem em prejuízo aos consumidores, estejam essas a jusante ou a montante devem ser estabelecidas condições que permitam, como destacado pelo ente regulador que:

a) que os canais de programação diferenciada, assim considerada a de conteúdo nacional, esportivo ou de filmes de primeira exibição, estejam disponíveis de forma isonômica no mercado e nela possam ser disputados (quebra de acordos de negociação privilegiada e limitações temporais para a comercialização de direitos de veiculação de tais canais);

b) que os canais hoje disponíveis em qualquer das duas plataformas de DTH permaneçam disponíveis na grade de programação das respectivas plataformas, no mesmo tipo de pacote comercializado ao assinante, enquanto estiverem em vigor os respectivos contratos de programação e

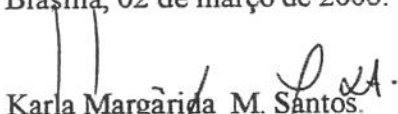
c) que seja viabilizada a efetiva abertura das redes prestadoras de DTH pertencentes às Requerentes aos canais de programação produzidos por programadoras *Red.*

12 23 3909  
f

brasileiras não pertencentes aos respectivos grupos econômicos, a ser garantida pela fixação de quantidade mínima de canais ou de percentual em relação ao número de canais integrantes da grade de programação.

São essas as considerações que submeto a V. S<sup>a</sup>.

Brasília, 02 de março de 2006.

  
Karla Margãria M. Santos.  
Procuradora Federal/CADE