



TV PAGA

MAPEAMENTO

**AGÊNCIA NACIONAL DO CINEMA
2010**

Estudo elaborado pela equipe da
Superintendência de Acompanhamento de Mercado – SAM / ANCINE

Ficha Técnica

Thiago Carvalho

Especialista Responsável

Roberto dos Reis Perez

Coordenador de Mídias Eletrônicas

Marcos de Rezende

Superintendente de Acompanhamento de Mercado

Roberto Walter Ferreira

Amanda Costa

Helena Barbosa

Equipe de Apoio

Gustavo Gindre

Carolina Teixeira Ribeiro

Bruno Cunha

Leonardo Martins Lima

Equipe de Revisão

Este trabalho foi elaborado durante o ano de 2010, sob a supervisão do Diretor Paulo Alcoforado. Nos meses de janeiro e fevereiro de 2011, foi disponibilizado para os técnicos da Agência Nacional do Cinema, com o objetivo de receber sugestões e comentários. As contribuições recebidas foram analisadas e incorporadas pela equipe de revisão do relatório. Agradecemos a colaboração dos funcionários da Agência e, em especial, a Alex Patêz Galvão, Kelvia Albuquerque, Marcos Vinicius Faria e Marcelo Godoy. Publicado em 06 de abril de 2011.

Índice

1.	Apresentação	4
2.	Segmento de Mercado Audiovisual - Comunicação Eletrônica de Massa por Assinatura - TV Paga	4
3.	Marco Regulatório	4
	3.1. Restrições legais à participação de Concessionárias de Serviço de Telefonia Fixa (STFC) na operação dos serviços de TV a cabo.	6
4.	Cadeia de Valor	9
	4.1. A Operação do Serviço	9
	4.2. A Atividade de Programação	12
	4.2.1. Termo de Compromisso de Cessação entre o CADE e a Globosat Programadora Ltda de 31 de Maio de 2006 – Principais Pontos	16
	4.2.2. O Modelo de Negócios das Programadoras de TV Paga	17
	4.2.2.1. Canais de Obras Não Seriadas de Ficção, Documentário ou Animação	17
	4.2.2.2. Conteúdo Esportivo	20
	4.2.2.3. Canais <i>Pay-Per-View</i>	21
	4.2.2.4. Canais de Venda Avulsa (A La Carte)	22
	4.2.2.5. Canais HD	22
	4.2.2.6. Canais Obrigatórios	23
	4.2.2.7. Obras Publicitárias	24
	4.3. Empacotamento	27
	4.3.1. Os Pacotes de Canais	28
5.	Cenários	31
	5.1. Cenário Regulatório	31
	5.2. Video sob Demanda no Mercado de TV Paga	32
	Anexos	33

1. Apresentação

O objetivo desse estudo é proporcionar um mapeamento do mercado de TV paga, identificando, quando possível, seus agentes econômicos e sua cadeia de valor, o modelo de negócio e o cenário atual de mercado.

O presente trabalho se baseia em informações e estudos de fontes secundárias, sejam entidades governamentais, associações empresariais, imprensa especializada, pesquisas acadêmicas e sites das próprias operadoras ou canais de programação.

2. Segmento de Mercado Audiovisual - Comunicação Eletrônica de Massa por Assinatura - TV Paga

Neste trabalho adotou-se a definição abaixo para o segmento de TV Paga como forma de delimitar o objeto de análise.

Conjunto de atividades encadeadas, realizadas por um ou vários agentes econômicos, necessárias à prestação dos serviços de oferta de múltiplos canais de programação cada qual com grades horárias específicas por difusão linear, com linha editorial própria, com qualidade de serviço garantida por rede dedicada, ofertados ao consumidor final de forma onerosa, para fruição em aparelhos de recepção audiovisual fixo.¹

3. Marco Regulatório

A prestação dos serviços de TV Paga no Brasil se dá através de quatro tecnologias: Cabo, *MMDS* (*Multipoint Multichannel Distribution System* ou Distribuição de Sinais Multiponto Multicanais), *DTH* (*Direct to Home*) e TVA (Serviço Especial de Televisão por Assinatura). O serviço TV a Cabo consiste na distribuição de sinais de vídeo e/ou áudio a assinantes, mediante transporte por meios físicos. O serviço de *MMDS* utiliza a faixa de microondas para transmitir sinais a serem recebidos em pontos determinados dentro da área de prestação do serviço. O serviço de *DTH* corresponde ao serviço de Distribuição de Sinais de Televisão e de Áudio por Assinatura via Satélite. E o TVA é o serviço de telecomunicações destinado a distribuir sons e

¹ Portaria nº342, de 11 de dezembro de 2009. http://www.ancine.gov.br/media/Portaria342_SAD.pdf. Acesso em: 16 de fevereiro de 2011.

imagens a assinantes, por sinais codificados, mediante a utilização de canais do espectro radioelétrico. Cada modalidade surgiu em um contexto diverso e obedece a um dispositivo legal distinto conforme quadro abaixo.

Tabela 1 – Marco Legal – Serviços de TV Paga

TV a cabo	MMDS	DTH	TVA
CBT - Lei 4.117 de 27/08/62			
LGT - Lei 9.742 de 16/07/97			
Lei nº 8.977 de 06/01/95	Dec. nº 2.196 de 08/04/97		Dec. nº 95.744 de 23/02/88
Dec. nº 2.206 de 14/04/97	Port. nº 254 de 16/04/97	Port. nº 321 de 21/05/97	
Port. nº 256 de 18/04/97			Dec. nº 95.815 de 10/03/88
Port. nº 399 de 18/08/97			

Fonte: Elaboração Própria

Estas modalidades de prestação dos serviços de telecomunicações possuem características normativas distintas, que as diferenciam em suas naturezas, direitos e obrigações. O serviço de TV a Cabo, criado em lei específica e regulamentado por decreto, se caracteriza por ser um serviço de telecomunicações prestado em regime privado, outorgado mediante concessão por um prazo de 15 anos a pessoas jurídicas de direito privado que obedeçam, entre outras obrigações, o requisito de majoritariedade de capital nacional em sua composição de capital social votante. Outra regra existente neste serviço, conhecida informalmente como “*must carry*”, é a distribuição obrigatória dos sinais das emissoras locais de radiodifusão, conforme o artigo 23 da Lei nº 8.977 de 1995 (Lei do Cabo):

Art. 23. A operadora de TV a Cabo, na sua área de prestação do serviço, deverá tornar disponíveis canais para as seguintes destinações:

I - CANAIS BÁSICOS DE UTILIZAÇÃO GRATUITA:

a) canais destinados à distribuição obrigatória, integral e simultânea, sem inserção de qualquer informação, da programação das emissoras geradoras locais de radiodifusão de sons e imagens, em VHF ou UHF, abertos e não codificados, cujo sinal alcance a área do serviço de TV a Cabo e apresente nível técnico adequado, conforme padrões estabelecidos pelo Poder Executivo;

Os serviços de *MMDS* e *DTH*, criados respectivamente pelas Portarias nº 254 e nº 321 do Ministério das Comunicações (MiniCom), se caracterizam por serem serviços especiais de telecomunicações conforme regulamentado no Decreto nº 2.196 de 08 de

abril de 1997, e outorgados mediante permissão à empresa constituída segundo as leis brasileiras, com sede e administração no País, sem limitação a participação do capital estrangeiro, pelo prazo de dez ou quinze anos. Por fim, o serviço de TVA se caracteriza por ser um Serviço Especial de Televisão por Assinatura, regulamentado pelo Decreto nº 95.744 de 23 de fevereiro de 1988, outorgado mediante concessão por um prazo de quinze anos a entidades públicas e empresas privadas, sendo estas de capital 100% brasileiro. Diferentemente dos demais serviços de TV paga, que oferecem ao assinante pacotes de múltiplos canais de programação, o serviço de TVA ocupa apenas um único canal do espectro radioelétrico, sendo permitida ainda a utilização parcial sem codificação durante 45% do tempo diário.

Tabela 2 – Características Normativas – Quadro Comparativo

	TV a cabo	MMDS	DTH	TVA
regime de prestação de serviço	privado			
tipo de outorga	concessão	permissão	permissão	concessão
prazo da outorga	15 anos	10 ou 15 anos	15 anos	15 anos
participação do capital estrangeiro	49%	100%	100%	0%
"must-carry"	sim	não	não	não

Fonte: Elaboração Própria

3.1. Restrições legais à participação de Concessionárias de Serviço de Telefonia Fixa (STFC) na operação dos serviços de TV a cabo.

No serviço de TV a Cabo especificamente o arcabouço jurídico vigente estabelece algumas restrições e condições a participação da concessionária do serviço de telefonia fixa (STFC), conforme explicitado abaixo.

a) Lei do Cabo, Art. 7:

A concessão para o serviço de TV a Cabo será dada exclusivamente à pessoa jurídica de direito privado que tenha como atividade principal a prestação deste serviço e que tenha:

I - sede no Brasil;

II - pelo menos cinqüenta e um por cento do capital social, com direito a voto, pertencente a brasileiros natos ou naturalizados há mais de dez anos ou a sociedade sediada no País, cujo controle pertença a brasileiros natos ou naturalizados há mais de dez anos.

Lei do Cabo, Art.15:

As concessionárias de telecomunicações somente serão autorizadas a operar serviço de TV a Cabo na hipótese de desinteresse manifesto de empresas privadas, caracterizado pela ausência de resposta a edital relativo a uma determinada área de prestação de serviço.

▪ Regulamento de Serviço de TV a Cabo (decreto nº 2.206, 14/04/1997) Art 46.

Quando não houver demonstração de interesse na prestação do Serviço em determinada área, caracterizada pela ausência de resposta a edital relativo a uma determinada área de prestação do serviço, o Ministério das Comunicações poderá outorgar concessão para exploração do Serviço à concessionária local de telecomunicações.

Parágrafo único. Neste caso, não haverá abertura de novo edital, bastando a manifestação de interesse por parte da concessionária local de telecomunicações.

b) Contrato de concessão STFC, Cláusula 14.1:

A Concessionária poderá obter outras fontes alternativas de receitas, desde que isso não implique o descumprimento das disposições e normas constantes do Regulamento dos Serviços de Telecomunicações e das demais normas editadas pela Agência Nacional de Telecomunicações (ANATEL).

§ 1º Ressalvadas as hipóteses previstas em lei específica, concessão ou autorização de Serviço de TV a Cabo, na mesma área referida na cláusula 2.1, não será outorgada nem transferida pela Anatel à Concessionária, suas coligadas, controladas ou controladora, até que seja expressamente revogada tal vedação.

Na configuração atual do segmento de operação do mercado de TV paga no Brasil, observamos o reflexo do marco legal vigente na atuação das concessionárias de telefonia fixa, como podemos observar, por exemplo:

- As operações de TV paga da Telefônica, grupo espanhol, concessionário de telefonia fixa em São Paulo, que possui uma operação própria de *DTH*, autorizada pela ANATEL em 07 de março de 2007, e adquiriu parte das operações da TVA do grupo Abril, aprovado pela Agência em outubro de 2007. Este negócio envolve 100% de todas as operações de *MMDS* da TVA (não sujeitas legalmente a qualquer vedação de controle), participação acionária de 49% das ações ordinárias nas operações de cabo fora de sua área de concessão (Curitiba, Foz do Iguaçu, Florianópolis e Camboriú), e 19,9% das

ações ordinárias dentro de sua área de concessão (cidade de São Paulo). No caso de São Paulo é vedado explicitamente no acordo de acionistas a participação da primeira no conselho de administração e na assembléia geral de acionistas, como forma de proibir o controle (respeitando os limites impostos pela cláusula 14.1 dos contratos de concessão da telefonia fixa).

- Outro caso relevante foi a aquisição pela concessionária de telefonia fixa nacional Oi, dentro de sua área de concessão, da operadora de cabo mineira *WayTV*, autorizada em 23 de outubro de 2007 pela ANATEL, com base na exceção do artigo 15 da lei do cabo e no parágrafo único do art. 46 de seu regulamento conforme demonstrado acima.

No debate atual do setor predomina a visão de que o marco legal da TV paga encontra-se desatualizado frente ao processo de convergência tecnológica em curso já há algum tempo, e de que existe uma assimetria normativa em relação a modalidades tecnológicas distintas de prestação de um mesmo serviço, que competem entre si pelo mesmo consumidor.

O processo de revisão do marco legal da TV paga está em curso através da tramitação de um projeto de lei que dispõe sobre a comunicação audiovisual de acesso condicionado. O Projeto de Lei nº 29 de 2007 (PL 29), atualmente em discussão no Senado Federal sob a nova identificação de Projeto de Lei da Câmara nº 116 de 2010 (PL 116), altera substancialmente as regras de atuação das empresas e de prestação dos serviços do setor em questão, como examinaremos com mais detalhes no final deste estudo.

4. Cadeia de Valor

A cadeia de valor do mercado de TV paga pode ser analisada através de suas cinco atividades sequenciais:

Figura 1 - Cadeia de Valor da TV Paga²



Fonte: Elaboração Própria

4.1. A Operação do Serviço

As 164 prestadoras³ do serviço de TV paga⁴ existentes hoje no Brasil se organizam em 84 grupos econômicos⁵, reunidos em conjuntos conhecidos como “multioperadoras” (MSO - *Multi System Operator*). Estes grupos empresariais atuam negociando conjuntamente os acordos de aquisição de programação, o modelo de

²As definições das atividades da cadeia de valor foram retiradas do texto do PLC 116, em trâmite no Senado Federal, que dispõe sobre a comunicação audiovisual de acesso condicionado.

³ Fonte: Agência Nacional de Telecomunicações - Anatel, set/2010.

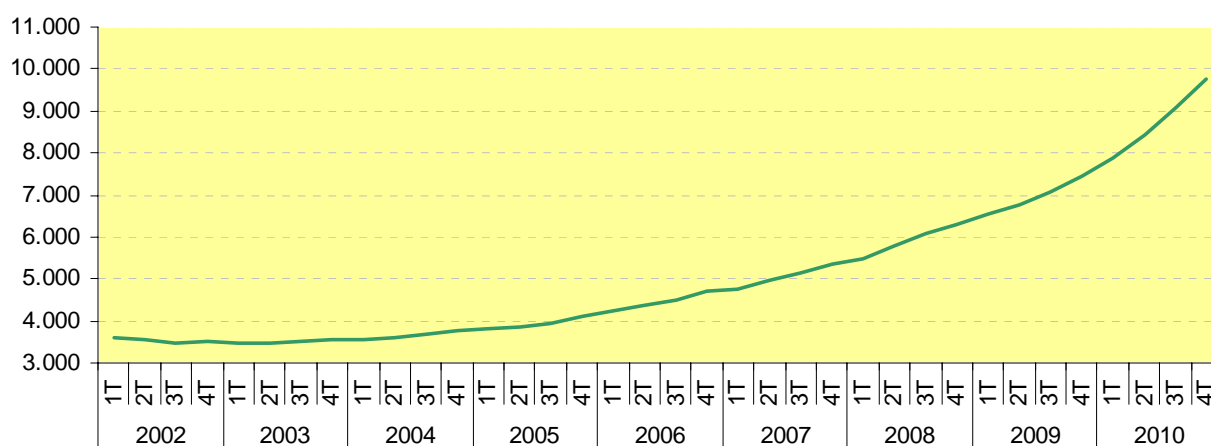
⁴ Apesar de ser um termo utilizado corriqueiramente não existe uma definição legal para o serviço de TV paga. Consideramos aqui nesta análise as outorgas para prestação do serviço através das seguintes tecnologias: cabo, MMDS, DTH e TVA.

⁵ Fonte: Anatel, set/2010.

empacotamento dos canais, uniformizando as estratégias de venda e a relação com o consumidor. A relação completa das prestadoras de TV paga e suas respectivas vinculações encontra-se no anexo 2 deste estudo.

O mercado de operação de TV paga depois de um período de estagnação no início da década vem se expandindo significativamente desde 2005. Este movimento se explica principalmente pelo crescimento da banda larga e pela ainda tímida entrada das empresas de telefonia no setor, cuja operação está restrita ao *DTH* e *MMDS*, e a participações acionárias minoritárias em prestadoras de TV a cabo. Enquanto o número de assinantes bruto registrou um aumento anual de 31,3% em relação a setembro de 2009⁶, o número de assinantes de internet de alta velocidade das operadoras de TV paga aumentou 18,7% no mesmo período. O faturamento do setor também se manteve em alta, apresentando crescimento anual de 17,9% no mesmo período.⁷ Em dezembro de 2010 a base atingiu o número de 9.768.993 assinantes⁸. No entanto esta expansão recente dos serviços de comunicação eletrônica de massa por assinatura ainda se mostra insuficiente, pois o conjunto de assinantes das operações existentes no país no final de 2009 representava apenas 13,3% dos domicílios com TV⁹, um dos mais baixos índices mundiais¹⁰.

Figura 2 – Evolução do número total de assinantes



Fonte: Associação Brasileira de TV por Assinatura (ABTA) / Agência Nacional de Telecomunicações (ANATEL).

⁶ Fonte: levantamento setorial Associação Brasileira de TV por Assinatura (ABTA) 3T2009 e 3T2010.

⁷ Fonte: idem 5.

⁸ Fonte: Anatel. Consolidação de Serviços de TV por Assinatura, dez/2010.

⁹ Fonte: Apuração própria a partir de Anatel e Pesquisa Nacional Por Amostra de Domicílios (Pnad) – Instituto Brasileiro Geografia e Estatística (IBGE) - 2009.

¹⁰ Uma boa relação das taxas de penetração da TV Paga por países e regiões geográficas pode ser encontrada em: *Revista Mídia Fatos 2010*. São Paulo, 2010. Págs. 114-117. Disponível em: <http://www.midiafatos.com.br/PDF_hm/Manual.pdf>. Acesso em 15 fev. 2010.

A principal multioperadora de TV paga no Brasil é a Net Serviços com capital das organizações Globo e da Embratel (ver anexo 1). Após uma série de aquisições de outras empresas de TV a cabo, a Net Serviços consolidou sua liderança no mercado chegando a possuir mais da metade de toda a base de assinantes.¹¹ Uma suposta relação de exclusividade que a operadora possuiria com a programadora Globosat, por sua vez detentora dos direitos exclusivos de veiculação do principal conteúdo esportivo do país, foi questionada no âmbito do CADE (Conselho Administrativo de Defesa Econômica) pela Associação Neo TV.¹² O processo deu origem a um Termo de Compromisso de Cessação celebrado entre o CADE e a respectiva empresa em 31 de maio de 2006, onde são estabelecidos critérios para a comercialização dos direitos de exibição dos canais Globosat e dos eventos esportivos para operadoras concorrentes. O teor deste documento será examinado com mais detalhes adiante.

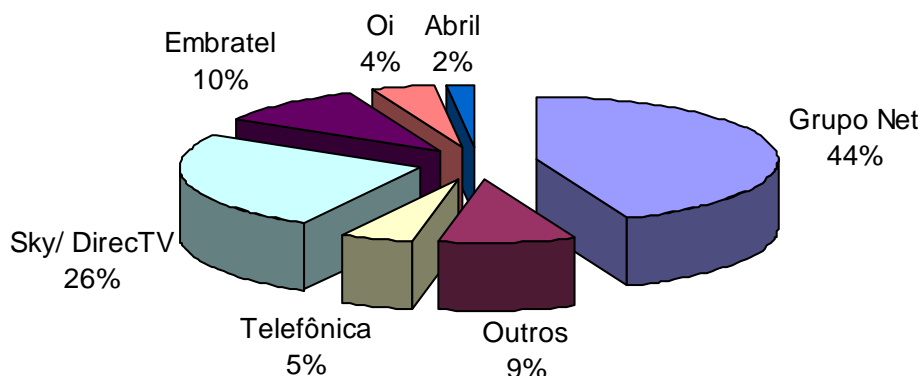
A partir da recente entrada das concessionárias de telefonia fixa em operações próprias de *DTH*, a participação de mercado da Net diminuiu um pouco e atualmente registra 44% da base total.¹³ Em segundo lugar no ranking de participação de mercado encontra-se a operadora por satélite *Sky* (também com capital das organizações Globo, como demonstra o anexo 1) com 26% do mercado que, desde sua fusão com a *DirectTV* em 2004 até a recente entrada de seus concorrentes descrita acima, liderava praticamente sozinha o segmento de *DTH*. Por fim, destaca-se o rápido crescimento dos novos entrantes, competidores potenciais de peso pelo tamanho de suas estruturas e o volume de seus negócios, que mesmo com as barreiras legais a sua presença no setor de cabo, já registram participações significativas no mercado, conforme demonstra o gráfico abaixo.

¹¹ No 3º trimestre de 2009, a Net possuía 51,3% do total de assinantes de TV Paga do país. Fonte: site Telecon. Disponível em: <http://www.teleco.com.br/optva.asp>. Acesso em 15 fev. 2010

¹² Fonte: Relatório do conselheiro Paulo Furquim de Azevedo integrante do processo nº 08012.003048/2001-31. Disponível em: <<http://www.cade.gov.br/Default.aspx?a8889b6caa60b241d345d069fc>>

¹³Fonte: Anatel. Panorama dos Serviços de TV por Assinatura. 42ª edição, set/2010.

Figura 3 – Competição no Mercado de TV Paga



Fonte: ANATEL set/2010

4.2. A Atividade de Programação

Contraponto do modelo horizontal e genérico de programação da tradicional TV aberta, a programação da TV paga segmenta-se por temática, tipo de conteúdo e nicho de mercado em múltiplos canais de veiculação. A variedade, a especialização e a sofisticação deste universo televisivo dificultam a classificação de seus respectivos canais. Por exemplo: diversos canais não se definem em função da temática abordada por sua programação (seja agronegócio, cidadania, educativa, erótica, meteorológica ou musical), mas em função do formato do conteúdo principal que veiculam (seja longa-metragem, obra seriada, programa jornalístico, transmissão de evento esportivo, transmissão de evento não esportivo ou videomusical). Outros ainda se identificam em função de sua audiência, ou seja, do público-alvo (infantil, étnico) de sua programação.¹⁴

Apesar da multiplicidade de gêneros e formatos televisivos desta modalidade de serviço audiovisual, os principais atrativos da TV Paga para o consumidor, de forma geral no mundo inteiro, são as programações de eventos esportivos e obras não seriadas de ficção, documentário e animação. Ao lado dos mais importantes campeonatos e competições nacionais e mundiais, o vasto catálogo de obras não seriadas de ficção, documentário e animação, inéditas e não inéditas é, para a maior parte dos assinantes, o principal diferencial deste segmento audiovisual.

¹⁴ Uma boa relação dos canais de TV paga comercializados no Brasil pode ser obtida em: CONVERGE COMUNICAÇÕES. *Anuário de Mídias Digitais 2009*. São Paulo, 2008; e ABTA. *Revista Mídia Fatos 2009*. São Paulo, 2009. Disponível em: <<http://www.midiafatos.com.br/index.aspx>>. Acesso em 20 mar. 2010.

Dentre os 20 canais de maior audiência na TV paga, nove são de filmes e séries ¹⁵ e, como demonstra a pesquisa Ibope publicada no *Mídia Fatos 2009* ¹⁶, depois da multiplicidade de canais e de nova fonte de informação e entretenimento, a programação de filmes é tida como principal motivo para possuir TV paga por 25% dos entrevistados, a frente da preferência pela programação de esportes com 15% das opiniões.

Atuam no Brasil 41 grupos de empresas programadoras, que diretamente ou através de suas representantes no país, oferecem ao todo, 116 canais comerciais de programação¹⁷ para veiculação nos serviços de TV paga. A relação completa dos canais comercializados no Brasil e suas respectivas programadoras encontra-se no anexo 3 deste trabalho. Com exceção da Globosat Programadora Ltda (empresa das organizações Globo) e algumas outras pequenas programadoras nacionais, todas as demais empresas pertencem a grandes grupos internacionais de mídia e conteúdo (ver anexo 1), que atuam verticalmente em diversos segmentos da cadeia de valor.¹⁸ A estratégia empresarial desses grupos, principalmente sob a ótica dos distribuidores e programadores de televisão estrangeiros, é pensada para o mercado mundial, sendo o mercado brasileiro apenas mais uma de suas partes, obviamente com suas especificidades econômicas, políticas e sociais, mas adequado a este contexto global.

Os principais produtores de conteúdo e programação para a TV paga são os grandes estúdios e redes de televisão dos Estados Unidos. A competitividade de seus produtos e sua força industrial não se devem apenas ao investimento intensivo em pesquisa e desenvolvimento dos fatores produtivos, como tecnologia, criação e talentos, mas também a sua estratégia de integração vertical com atuação em toda a cadeia de valor, e aos modelos de negócios e formas de comercialização daí decorrentes. Além do baixo preço relativo de seus produtos, resultado das economias de escala geradas por uma rede de distribuição capilarizada que opera a nível global, os agentes econômicos responsáveis pelas atividades de comercialização de direitos de obras audiovisuais e os responsáveis pela confecção dos canais de televisão, em muitos casos empresas de um mesmo grupo, parecem firmar entre si contratos ou

¹⁵ Apuração a partir de: ALMANAQUE IBOPE. *TV Paga > Alcance Emissora - jan a dez 2008*. São Paulo, 2009. Disponível em: <<http://www.almanaqueibope.com.br>>. Acesso em 20 out 2009.

¹⁶ ABTA. *Revista Mídia Fatos 2009*. São Paulo, 2009. p. 24.

¹⁷ Fonte: Anuário de Mídias Digitais 2009 (Converge Comunicações) e apuração própria. Não foram considerados os canais públicos, *pay-per-view*, canais de áudio, interativos, televendas, canais abertos e canais locais.

¹⁸ No anexo 1 consta um mapeamento da composição societária e a forma como estes grupos estão organizados no Brasil.

acordos de preferência e exclusividade no fornecimento de programação. Este mecanismo de aprisionamento contratual¹⁹ é vantajoso para as partes, pois reduz os custos de transação e garante a viabilidade do negócio de ambas as empresas, porém traz também efeitos negativos para o mercado, pois induz à concentração ao dificultar a comercialização de conteúdos de empresas fora do acordo, normalmente as pequenas programadoras independentes.

Tabela 3 – Programadoras por origem do capital e número de canais

Programadoras de Capital Estrangeiro

Programadora	Nº de Canais
Turner	13
HBO	11
Fox	10
Discovery	10
Disney & ESPN	7
Viacom	5
MGM	3
RTVE	3
Sony / HBO	3
Além Mar Mídia Integrada	1
Art Network	1
BBC World	1
Bloomberg LP	1
Deutsche Welle	1
Eurochannel	1
HSM do Brasil	1
NHK Joho Network	1
Pramer	1
RAI	1
RTP	1
Sat America	1
The Golf Channel	1
TV5 Monde	1
Outras *	6
Total	85

Programadoras de Capital Nacional

Programadora	Nº de Canais
Globosat	9
Newco	3
Climatempo Meteorologia	1
Conceito A em Audiovisual	1
Mídia do Brasil Com. e Serviços de TV	1
TV Cultura	1
Total	16

Joint Ventures / Programadoras de Capital Misto

Programadora	Nº de Canais
Telecine	7
Playboy do Brasil	6
Universal / Globosat	1
Novas Mídias Digitais	1
Total	15

Fonte: Converge Comunicações. *Anuário de Mídias Digitais 2009* e *Revista Telaviva*. O Mercado de TV por Assinatura 2010.

* canais onde não foi possível identificar a empresa programadora

Nota 1: Não foram considerados os canais *pay-per-view*, canais de áudio, interativos, televendas, canais abertos e canais locais.

Nota 2: Cabe ressaltar que alguns canais abertos em UHF foram descartados da relação acima por se enquadrarem na norma do *"must carry"*. No entanto, em operações de cabo fora de sua área de concessão ou em serviços de *DTH* e *MMDS* esses canais possuem relação econômica análoga aos demais canais exclusivos de TV paga. Segue a relação: Esporte Interativo, Futura, MTV Brasil, Record News e SescTV.

Na atividade de programação para TV paga no Brasil, destaca-se também a atuação de um grande grupo de mídia nacional: as organizações Globo. Através de

¹⁹Neste trabalho utilizou-se a ideia de aprisionamento como o resultado de acordos entre agentes econômicos de atividades complementares com a finalidade de estabelecer uma prática comercial que envolva baixíssimos custos de transação, maximizando as vantagens entre as partes.

associações com grupos internacionais, e com o respaldo de sua emissora de televisão aberta, a Globosat explora, entre outros, alguns dos principais canais do país: a rede Telecine (parceria com a Fox, a Universal, a MGM, e a Paramount) e o SporTV (que durante longo tempo deteve a exclusividade dos principais campeonatos esportivos)²⁰. A estratégia de atuação vertical da Globo no segmento de TV paga, com o suposto aprisionamento do consumidor a partir de ativos-chave exclusivos, foi questionada no âmbito de Conselho Administrativo de Direito Econômico (CADE) como prejudicial a livre concorrência e a livre iniciativa pela associação Neo TV, entidade que representa pequenos operadores de TV paga do país. A reclamante alegava que em função de seu poder econômico a Globosat estaria restringindo o canal SporTV, e por conseqüência os principais eventos esportivos do país, a operadoras vinculadas a seu grupo empresarial. Este controle de um insumo essencial insubstituível do mercado estaria impossibilitando a competição, em prejuízo ao consumidor.²¹ O processo originou em um Termo de Compromisso de Cessação (TCC) celebrado entre o conselho e a Globosat que permitiu às operadoras concorrentes ao sistema Net Brasil adquirirem também estes canais que antes estavam reservados apenas para as afiliadas da Net, sejam elas empresas próprias ou franqueadas, além da Sky.

A Neo TV é uma associação de operadores de televisão paga que possui como atividade a negociação de condições mais vantajosas na compra de programação para seus membros. Atualmente representa cerca de 54 operadores de televisão paga espalhados pelo Brasil. Além do foco principal em negociação de programação, também atua na elaboração de grade de programação (*line ups*), confecção de contratos, suporte informacional (fazendo a ponte entre o programador e o associado), suporte na área financeira (relativo a reporte de assinantes), e atualmente vem alterando seu foco para a representação institucional de seus associados.²² Recentemente os maiores operadores da associação (TVA/Telefonica, OiTV) passaram a negociar a programação de forma independente.

A associação Neo TV desempenhou papel fundamental no TCC celebrado entre a Globosat e o CADE. Os principais pontos desse termo seguem detalhados a seguir.

²⁰ Ver anexo 1.

²¹ Fonte: Relatório do conselheiro Paulo Furquim de Azevedo integrante do processo nº 08012.003048/2001-31.

²² Fonte: site NeoTV: <http://www.neotv.com.br>

4.2.1. Termo de Compromisso de Cessação entre o CADE e a Globosat Programadora Ltda de 31 de Maio de 2006 – Principais Pontos

Perante o respectivo conselho, a Globosat firma compromissos com relação a dois produtos diferentes, os canais Globosat e os canais *pay-per-view* de futebol. Além disso, assume obrigações com relação aos direitos de exibição dos principais torneios de futebol conforme explicitado abaixo:

a) Canais Globosat

Tabela 4 – TCC CADE e Globosat – Canais Globosat

Compromisso	Obrigações	A Negociar
Vender a programação denominada “Canais Globosat” (Sportv, Sportv 2, GNT, Multishow e Globonews) para operadoras de TV Paga que não integrem o Sistema NET Brasil de Distribuição.	• Negociar e contratar em termos não-discriminatórios em relação aqueles praticados para o Sistema NET Brasil de Distribuição.	<ul style="list-style-type: none"> • Grau de penetração da programação na base da operadora; • Volume de assinantes pagantes dos Canais Globosat da base; • Forma de empacotamento (ex. pacote básico; pacote premium); • Prazo de duração do contrato; • Posicionamento do canal no <i>line-up</i> da operadora; • Custos de entrega da programação; • Risco de crédito; • Forma de pagamento; • Custos relativos à tecnologia empregada.
	• Ser contratada diretamente por operadora que possibilite a distribuição e recepção dos canais, em sua integralidade e sem alterações nas suas respectivas praças de atuação.	
	• A contratação deverá englobar a totalidade dos Canais Globosat.	

Fonte: TCC CADE e Globosat – 31.05.2006 – Elaboração própria

b) Canais *Pay-per-view* de Futebol

Tabela 5 – TCC CADE e Globosat – Canais *Pay-per-view* de Futebol

Compromisso
Distribuir seus produtos <i>pay-per-view</i> de conteúdo esportivo de futebol para operadoras de TV Paga que tiverem contratado os Canais Globosat conforme o disposto acima, podendo as operadoras optar por um dos seguintes modelos: <ul style="list-style-type: none"> • Mínimo garantido com divisão de receitas • Divisão de receitas

Fonte: TCC CADE e Globosat – 31.05.2006 – Elaboração própria

c) Obrigações relativas aos direitos de exibição do futebol

Tabela 6 – TCC CADE e Globosat – Direito de exibição de futebol

Compromisso	Opções Permitidas	Restrições
No mercado de TV Paga só será permitida a utilização com exclusividade dos direitos de exibição de:	<ul style="list-style-type: none"> • 3 (três) dos 5 (cinco) principais torneios de futebol de interesse nacional (Campeonato Brasileiro, Copa do Brasil, Libertadores da América, Paulista e Carioca). 	<ul style="list-style-type: none"> • Para uma mesma temporada não é permitida a utilização com exclusividade dos direitos relativos ao Campeonato Brasileiro e à Copa do Brasil.
	<ul style="list-style-type: none"> • Ou, 2 (dois) dos 5 (cinco) principais torneios, não havendo neste caso o impedimento do item anterior. 	

Fonte: TCC CADE e Globosat – 31.05.2006 – Elaboração própria

4.2.2. O Modelo de Negócios das Programadoras de TV Paga

O modelo de negócios das programadoras varia conforme o perfil de sua programação e conseqüentemente a estratégia e o posicionamento de mercado de seus canais. No mercado em questão, estes agentes econômicos possuem basicamente dois tipos de receitas: publicidade e comercialização. A primeira advém da venda de espaço para propaganda e afins, e a segunda, em regra predominante, advém da comercialização de seus canais de programação para as operadoras ou intermediárias. O preço de venda do canal para o empacotador é calculado por assinante e varia para mais ou para menos conforme sua base e o valor de seu conteúdo. A participação de cada tipo de receita no faturamento total, a estrutura de custos e as estratégias comerciais variam muito em função das características de cada canal. Seguem abaixo exemplos de modelo de negócios de alguns agentes relevantes do segmento de programação de TV paga.

4.2.2.1. Canais de Obras Não Seriadas de Ficção, Documentário ou Animação²³

Os chamados canais de obras não seriadas de ficção, documentário ou animação são aqueles em que o filme é o produto principal e mais valioso do canal. Esses canais podem ser subdivididos de acordo com o perfil de sua programação, seu modelo de negócios e seu posicionamento na indústria em quatro categorias distintas: canais de filmes básicos, “premium”, “sub-premium” e canais de estreias de filmes não-cinematográficos.

²³ Trata-se do conjunto de canais especializados na veiculação de longas-metragens, principalmente ficcionais.

Tabela 7 – Canais de Obras Não seriadas comercializados na TV Paga por Classificação

Tipo	Canal	Nº de Assinantes - dez 2008	Alcance Médio 2008 (%)
Premium	HBO	1.273.101	5,2
	Telecine Premium	2.196.240	4,9
Sub-premium	Canal Brasil	2.349.722	4,9
	Cinemax	1.026.011	2,3
	Telecine Cult	2.160.963	2,9
Estreias Não-cinematográficas	Cinebrasil TV	250.000	nd
	HBO Family	791.445	nd
	HBO Plus	1.158.068	1,5
	Max Prime	1.026.011	2,3
	Telecine Action	2.160.963	5,6
	Telecine Fun	-	-
	Telecine Light/Touch	2.160.963	3,4
Básico	Hallmark	1.563.343	0,8
	Megapix	1.806.528	4,7
	MGM	2.600.000	1,4
	TCM	2.601.403	nd
	Telecine Pipoca	2.160.963	7,2
	TNT	4.695.363	14,8

Fonte: Pay-TV Survey (PTS) nº146, abril 2009 (nº de assinantes); e ALMANAQUE IBOPE. TV Paga > Alcance Emissora (alcance médio); e apuração própria.

Nota: O alcance médio (%) corresponde ao percentual do nº total de pessoas que assistiram ao canal pelo menos um minuto ao dia em relação ao número total de assinantes monitorados no respectivo período.

Os canais *premium* de obras não seriadas de ficção, documentário ou animação são os grandes canais de estreia deste tipo de obra na TV paga. Com seu catálogo de obras recentes e exclusivas, incluindo os grandes sucessos do cinema, possuem um maior valor para as operadoras, para o anunciante e para o consumidor. Naturalmente, a aquisição dos direitos exclusivos dessas obras recém-lançadas representa um alto custo para o canal, resultando em uma grade de programação com menos títulos e maior repetição. Como forma de reduzir incertezas com relação à oferta de títulos e reduzir custos de transação, estes canais costumam desenvolver acordos ou mecanismos de aprisionamento com os fornecedores, seja através de participações societárias, ou mediante contratos de preferência e exclusividade na compra de programação. Esta forma de negócio, muito comum na seara televisiva, é um acordo de preferência entre o programador e seu fornecedor de conteúdo caracterizado pela venda de pacotes de obras aos canais, montados a partir de determinadas regras fixas, estabelecidas através de contrato entre as partes. No Brasil os canais *premium* são o *Telecine Premium*, uma associação da Globosat Programadora Ltda com a Fox, a Universal, a Paramount e a MGM²⁴, e o canal HBO da HBO Brasil Ltda (uma empresa

²⁴ Ver anexo 1.

da Sony e da Time Warner). Devido ao alto valor de mercado de sua programação, os canais *premium* compensam a perda da base de assinantes com o aumento no preço unitário. A comercialização é sua receita principal e a publicidade sua receita residual. São canais com poucos comerciais, em que as obras são exibidas sem cortes e legendadas. O percentual de tempo de programação dedicado a veiculação de publicidade nestes canais gira em torno de 10%²⁵ do total.

Os canais básicos tradicionais, por sua vez, ao contrário dos canais *premium*, representam uma segunda janela no ciclo de vida do longa-metragem na TV paga. Em regra, não são canais de estreia e apesar de trabalharem também com superproduções cinematográficas de grande bilheteria, o fazem somente após a obra ter percorrido toda sua vida comercial, muitas vezes depois mesmo de seu lançamento em TV aberta. Dessa forma, o canal básico não possui exclusividade em seus títulos e naturalmente trabalha com um catálogo mais antigo de produtos. Através deste modelo de negócios, compra uma quantidade maior de títulos por um preço mais baixo possibilitando menor repetição na grade de programação. Estes canais possuem um valor menor de comercialização e de venda de mídia publicitária, no entanto sua larga base de assinantes e a maior presença da publicidade em sua grade de programação (que pode chegar a 30% do tempo total²⁶) viabilizam sua operação.

Os principais canais básicos no Brasil são o TNT da Turner International do Brasil Ltda. programadora do grupo Time Warner, e o recém-lançado Megapix da Globosat. Aqui também se encontram os canais MGM (MGM), TCM (Turner do Brasil) e o Studio Universal (NBC/Universal, mas comercializado no Brasil pela Fox). O canal Telecine Pipoca (Globosat) diferentemente da classificação usual do mercado foi considerado aqui neste estudo também como um canal básico, pois apesar de existirem grandes sucessos recentes do cinema em sua grade, estes são raramente inéditos, sua programação é inteiramente dublada, possui intervalos comerciais e quase metade dos títulos veiculados são filmes de catálogo típicos do modelo de negócios de um canal básico.

Por fim, existem ainda duas classes híbridas de canais de obras não seriadas de ficção, documentário e animação: os canais *sub-premium*, e os canais de estreia de

²⁵ ANCINE. SAM. Relatório de Acompanhamento de Mercado TV por Assinatura 2008. Rio de Janeiro, 2009.

²⁶ ANCINE. SAM. Relatório TV por Assinatura. Op. cit.

longas-metragens não-cinematográficos. Os primeiros focam seu negócio em um público mais qualificado e com maior poder aquisitivo. Trabalham com produtos cinematográficos seletos e vendem a diversidade cultural. Em vez de concentrar os investimentos em caros *blockbusters*, preferem diversificá-lo numa quantidade maior de produtos mais apurados artisticamente, porém com menor potencial de audiência. Neste grupo se encontram o Telecine Cult e o Canal Brasil da Globosat Programadora Ltda., e o Cinemax da HBO Brasil Ltda. Já os canais de estreia de longas-metragens não-cinematográficos trabalham praticamente apenas com produtos de segunda linha do mercado de filmes. São obras recentes de baixo valor de mercado feitas diretamente para o mercado de vídeo e TV, ou obras destinadas às salas de exibição que não conseguiram lançamento no Brasil. Estes canais podem até apresentar um grande número de estreias, mas são canais secundários para o assinante. Nesta classe estão os Telecine Action, Fun e Touch (Telecine), o canal Cinebrasil TV (Conceito A em Audiovisual), e os canais HBO Plus, HBO Family e Maxprime (HBO Brasil).

4.2.2.2. Conteúdo Esportivo

Dentre todos os tipos de canais existentes na TV paga, talvez os canais de conteúdo esportivo, *pay-per-view* ou não, sejam os que possuem os maiores custos de produção: os direitos, muitas vezes exclusivos, de veiculação dos principais campeonatos, competições e eventos esportivos nacionais e mundiais. Este conteúdo é sem dúvida o mais caro de toda a programação televisiva, e é em grande parte financiado mediante a venda das cotas de publicidade para os anunciantes. Desta forma a receita publicitária neste modelo de negócios possui um peso considerável.

Tabela 8 - Canais Esportivos na TV paga por Origem do Capital

PROGRAMADORAS DE CAPITAL NACIONAL

CANAL	PROGRAMADORA	Nº DE ASSINANTES
SPORTV	GLOBOSAT	4,3 milhões
SPORTV 2	GLOBOSAT	4,3 milhões
BANDSPORTS	NEWCO	1,7 milhões
ESPORTE INTERATIVO	ND	nd
Pay-per-view		
PREMIERE FUTEBOL CLUBE	GLOBOSAT	635 mil
PREMIERE COMBATE	GLOBOSAT	23 mil

PROGRAMADORAS DE CAPITAL ESTRANGEIRO

CANAL	PROGRAMADORA	Nº DE ASSINANTES
ESPN	DISNEY & ESPN	3,8 milhões
ESPN HD	DISNEY & ESPN	nd
ESPN BRASIL	DISNEY & ESPN	2,9 milhões
RACE TV	ND	nd
SPEED CHANNEL	FOX	nd
THE GOLF CHANNEL	THE GOLF CHANNEL	nd
TRACE SPORTS	ND	nd

JOINT-VENTURE / EMPRESAS DE CAPITAL MISTO

CANAL	PROGRAMADORA	Nº DE ASSINANTES
WOOHOO	NOVAS MÍDIAS DIGITAIS	nd

Fontes: Converge Comunicações. Anuário de Mídias Digitais 2011, e O Mercado de TV por Assinatura no Brasil 2010.

4.2.2.3. Canais Pay-per-view

Pay-per-view ou Pagar para ver (*PPV*), é o nome dado a um sistema no qual o espectador pode adquirir uma programação específica, comprando, por exemplo, o direito a assistir a determinados eventos, filmes ou outros programas. A programação é veiculada de forma linear em um canal de programação exclusivo em um horário pré-determinado, recebida simultaneamente por todos os que a compraram, ao contrário de sistemas de vídeo sob demanda, que permitem ao usuário do serviço assistir o conteúdo no momento que desejar.

Os principais conteúdos *pay-per-view* são a programação de filmes recentes e os grandes eventos esportivos. A forma de comercialização consiste basicamente no pagamento de um valor fixo por evento que se deseja assistir.

Tabela 9 – Canais Pay-Per-View

Canais Pay-Per-View
Big Brother Brasil
Brasileirão Interativo
Premiere Combate
Premiere Filmes
Premiere Futebol

Fonte: Pay-TV Survey (PTS) nº158 abril/2010

4.2.2.4. Canais de Venda Avulsa (A La Carte)

Outra modalidade de comercialização presente principalmente em canais de conteúdos eróticos é a venda avulsa de canais de programação para os assinantes por um preço mensal fixo adicional. A relação de canais disponíveis nesta forma de comercialização varia de acordo com a operadora. Trata-se de uma modalidade de oferta que não está necessariamente vinculada ao gênero de programação do canal. No entanto os chamados canais “étnicos” / “internacionais”, os canais *premium* de filmes e os canais eróticos são os predominantes neste modelo. Relacionamos abaixo os canais de programação exclusivamente ofertados em modalidade avulsa.

Tabela 10 – Canais Comercializados na Modalidade Avulsa

For Man
Hentai
Hustler TV
Playboy TV
Private
Sex Zone
Sex Zone HD
Sexy Hot
Venus

Fonte: Anuário de Mídias Digitais 2011 e apuração própria

4.2.2.5. Canais HD

O Brasil alcançou em dezembro de 2010 a marca de um milhão de assinantes de pacotes de TV Paga HD, segundo estimativa do periódico especializado Teletime.²⁷ O número representa uma penetração de 10% do HD no total de 9,8 milhões de assinaturas. Em 2009, ano em que as ofertas de pacotes em alta definição foram ampliadas, a base de assinantes era de 236 mil.

A migração dos canais de TV Paga de *standard definition (SD)* para a alta definição e a massificação das caixas HD das operadoras no Brasil deverá ocorrer na

²⁷ Fonte: Teletime. Disponível em: <http://www.teletime.com.br/03/12/2010/brasil-tera-um-milhao-de-assinantes-hd-este-ano/tt/206540/news.aspx>. Acesso em 16 fev 2011.

próxima década. Atualmente há mais de 20 canais HD nas grades das operadoras brasileiras, incluindo os canais abertos, e a grande maioria dos canais pagos é "*stand alone*", isto é, tem programação própria, independente de canal original SD. Muitos já têm conteúdos originalmente finalizados em alta definição, mas também há casos de canais com conteúdo *upconverted* - transformados em HD a partir de um SD.

Tabela 11 – Listagem de Canais HD

CANAIS HD
CAMPEONATO ESPANHOL HD
DISCOVERY THEATER HD
DISNEY HD
ESPN HD
FOX NAT GEO HD
GLOBOSAT HD
HBO HD
MAX HD
MEGAPIX HD
MGM HD
MTV BRASIL HD
MULTISHOW HD
MYZEN.TV
NAT GEO WILD HD
RACE TV HD
RUSH HD
SPACE HD
TELECINE HD
TELECINE PIPOCA HD
TLC HD
TNT HD
TRU TV HD
VH1 HD

Fonte: Anuário de Mídias Digitais 2011 e apuração própria

4.2.2.6. Canais Obrigatórios

Atendendo ao disposto nas alíneas b) a h) do inciso I do artigo 23 da Lei nº 8.977 de 1995 também estão presentes no serviço de TV a cabo, além dos canais de radiodifusão que vimos anteriormente, os seguintes canais:

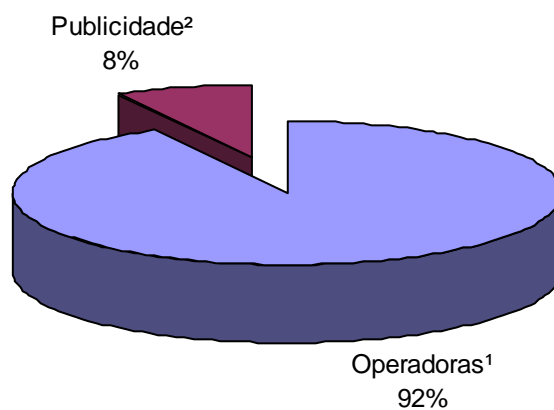
- b) um canal legislativo municipal/estadual, reservado para o uso compartilhado entre as Câmaras de Vereadores localizadas nos municípios da área de prestação do serviço e a Assembléia Legislativa do respectivo Estado, sendo o canal voltado para a documentação dos trabalhos parlamentares, especialmente a transmissão ao vivo das sessões;

- c) um canal reservado para a Câmara dos Deputados, para a documentação dos seus trabalhos, especialmente a transmissão ao vivo das sessões;
- d) um canal reservado para o Senado Federal, para a documentação dos seus trabalhos, especialmente a transmissão ao vivo das sessões;
- e) um canal universitário, reservado para o uso compartilhado entre as universidades localizadas no município ou municípios da área de prestação do serviço;
- f) um canal educativo-cultural, reservado para utilização pelos órgãos que tratam de educação e cultura no governo federal e nos governos estadual e municipal com jurisdição sobre a área de prestação do serviço;
- g) um canal comunitário aberto para utilização livre por entidades não governamentais e sem fins lucrativos;
- h) um canal reservado ao Supremo Tribunal Federal, para a divulgação dos atos do Poder Judiciário e dos serviços essenciais à Justiça;(Alínea incluída pela Lei nº 10.461, de 17.5.2002)

4.2.2.7. Obras Publicitárias

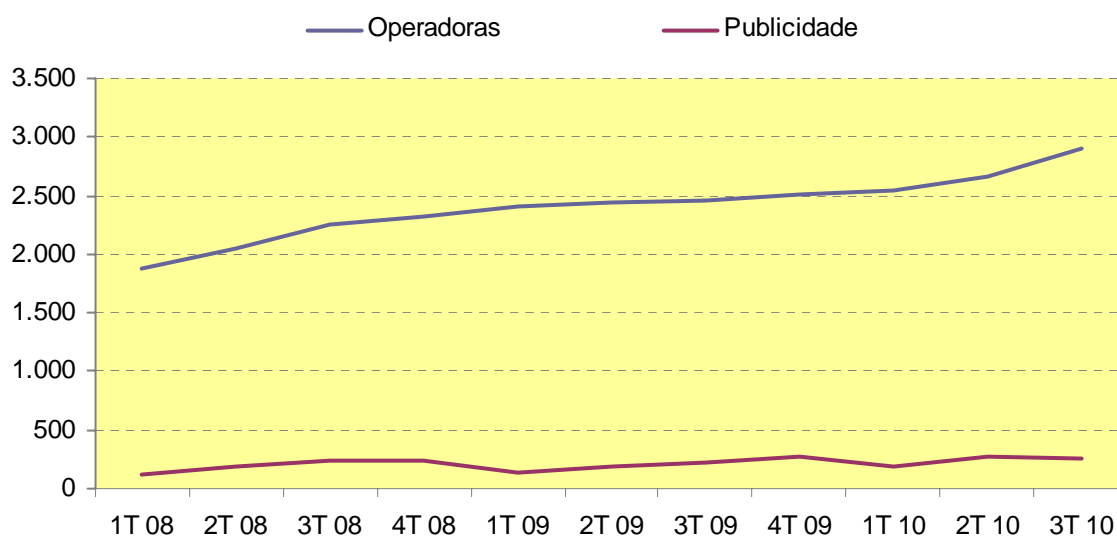
Em uma modalidade de televisão que se denomina “TV paga”, a receita publicitária apresenta uma participação de apenas 8% no faturamento do setor, fechando o ano de 2009 em R\$ 822,9 milhões, com um crescimento de apenas 2,5% em relação ao mesmo período do ano anterior. A título de comparação, no segmento de internet foram investidos R\$ 950,4 milhões em 2009, com um crescimento anual de 25,2%. A baixa participação do setor de TV paga na divisão dos investimentos em publicidade (3,7% do total) é resultante do modelo de negócios de um serviço de televisão remunerado através da mensalidade paga pelo consumidor.

Figura 4 – Percentual do Faturamento por Origem da Receita – 3T 2009



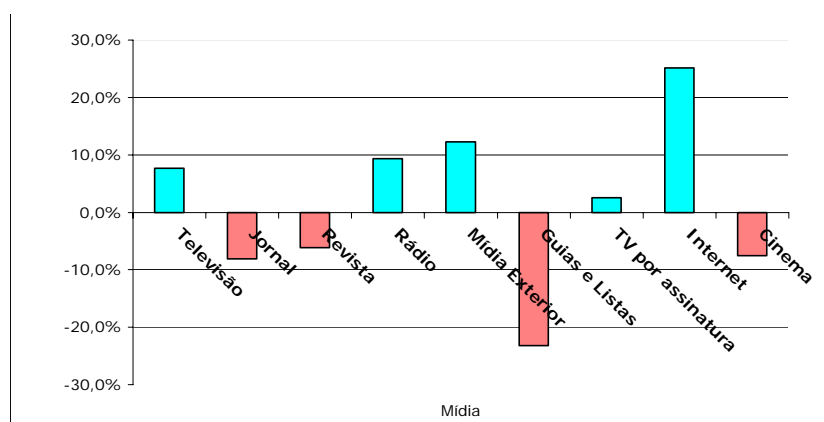
Fonte: 1 – ABTA; 2 – Projeto Inter-meios

Figura 5 – Faturamento do setor de TV Paga por origem da receita (R\$ milhões)



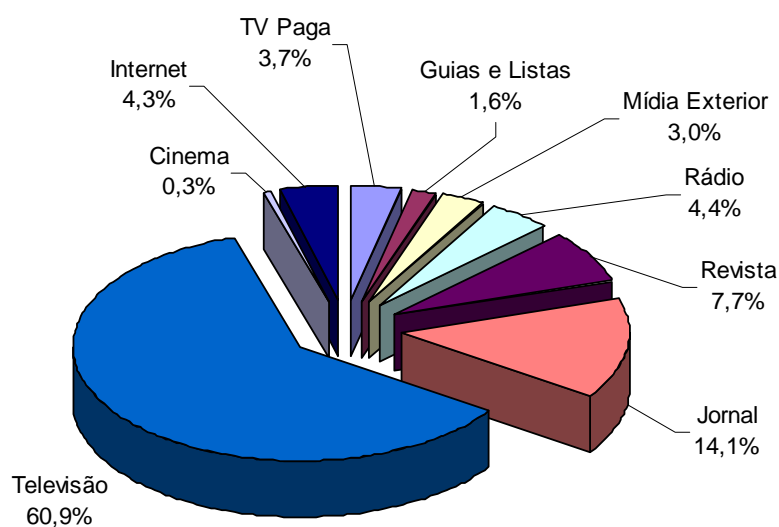
Fonte: ABTA. Relatórios Setoriais. São Paulo, 2007 – 2009 (operadoras). **INTER-MEIOS**. Relatórios de Investimento. São Paulo, 2007 - 2009 (publicidade).

Figura 6 – Variação Anual do Investimento Bruto (2009 / 2008)



Fonte: Relatório de Novas Mídias 2009. Superintendência de Acompanhamento de Mercado – SAM - ANCINE.

Figura 7 – Investimento Bruto Acumulado por Mídia – Janeiro a Dezembro 2009



Fonte: Relatório de Novas Mídias 2009. SAM - ANCINE.

As informações sobre tempo e perfil da publicidade veiculada na programação dos canais são raras. Na atividade de acompanhamento da programação realizada pela Superintendência de Acompanhamento de Mercado (SAM) da Agência Nacional do Cinema foi possível estimar esse tempo em 13 canais monitorados, conforme tabela abaixo.

Tabela 12 – Número e Percentual de programação destinadas a veiculação de obras publicitárias – 2009 (canal Fox: 2007)

Canal	Gênero do Canal	Nº de horas de programação	Nº de horas de intervalos ¹	% de horas de programação	% de horas de intervalos
Fox	Obras Seriadas de Ficção e Animação	6151,6	2608,4	70,2%	29,8%
TNT	Filmes Básico	7050,4	1709,6	80,5%	19,5%
Telecine Pipoca	Filmes Intermediário	7597,7	1162,3	86,7%	13,3%
HBO Family	Filmes Estréias Não-Cinematográficas	7716,0	1044,0	88,1%	11,9%
Canal Brasil	Filmes Sub-Premium	7746,8	1013,2	88,4%	11,6%
Telecine Premium	Filmes Premium	7761,4	998,6	88,6%	11,4%
HBO	Filmes Premium	7772,3	987,7	88,7%	11,3%
Telecine Light	Filmes Estréias Não-Cinematográficas	7825,2	934,8	89,3%	10,7%
Telecine Cult	Filmes Sub-Premium	7874,7	885,3	89,9%	10,1%
Maxprime	Filmes Estréias Não-Cinematográficas	7875,9	884,1	89,9%	10,1%
Telecine Action	Filmes Estréias Não-Cinematográficas	7889,3	870,7	90,1%	9,9%
Cinemax	Filmes Sub-Premium	8016,2	743,8	91,5%	8,5%
HBO Plus	Filmes Estréias Não-Cinematográficas	8020,8	739,2	91,6%	8,4%

Fonte: grades de programação dos canais

1 - chamadas, vinhetas, institucionais, comerciais, anúncios, infomerciais e semelhantes

4.3. Empacotamento

A atividade de empacotamento consiste na organização, em última instância, de canais de programação a serem distribuídos para o assinante. No modelo de negócios atual do mercado, esta atividade é desempenhada pelas próprias operadoras. O único agente exclusivamente dedicado a esta atividade no Brasil é a empresa “Net Brasil”, do grupo Globo, que atua como intermediária na comercialização de canais para operadoras vinculadas a seu modelo de empacotamento, e na venda dos canais Globosat para outras operadoras. Segue abaixo a relação das operadoras vinculadas ao modelo de empacotamento da Net Brasil.

Tabela 13 – Número de operadoras vinculadas à Net Brasil por UF

Tecnologia	UF	Nº de Operadoras	Nº de Assinantes
DTH	Nacional	1	1.800.000
Cabo	AL	1	19.414
	AM	1	54.092
	BA	2	18.100
	CE	1	43.076
	DF	1	121.585
	ES	2	31.283
	GO	2	82.490
	MG	7	254.590
	MS	1	31.455
	PA	2	6.154
	PB	1	20.173
	PR	10	138.559
	RJ	7	474.956
	RS	16	297.181
	SC	10	149.637
	SE	1	11.235
SP	55	1.818.592	
MMDS	AL	1	8.238
	AM	1	7.021
	BA	4	414
	CE	2	4.650
	MA	1	5.446
	PB	1	7.898
	PE	2	32.649
	PR	1	66.439
	PI	1	1.387
	RJ	2	3.731
	RN	1	8.730
RS	1	12.413	
Total		135	5.531.588

Fonte: PTS nº 151. Converge Comunicações. Set 2009.

4.3.1. Os Pacotes de Canais

No Brasil existem atualmente 166 canais²⁸ de programação de âmbito nacional ou regional sendo transmitidos através dos serviços de TV paga. Estes canais são ofertados ao assinante de forma estratificada, agrupados por pacotes de programação. Apesar da variação existente nas estratégias de venda dos operadores, o empacotamento dos canais praticado pelo mercado segue uma lógica comum, em

²⁸Neste total foram considerados todos os canais oferecidos ao consumidor através dos diversos pacotes existentes, inclusive os canais abertos em VHF e UHF, satélite banda C, os canais públicos e obrigatórios. Excluem-se apenas deste cômputo os canais locais, os canais *pay-per-view*, os canais de jogos, interativos, e os canais de rádio. Fontes: CONVERGE COMUNICAÇÕES. *Anuário de Mídias 2009*; e ABTA. *Mídia Fatos 2009*.

função de três fatores principais: a quantidade de canais do pacote, o custo de aquisição dos canais e o poder de mercado da operadora cliente. Examinando os pacotes das principais operadoras do país, podemos identificar no modelo de negócios tradicional de empacotamento uma gradação crescente de quatro faixas distintas de pacotes, em função de preço, quantidade e qualidade da programação. Pela nomenclatura usual podemos classificá-los em pacotes básicos, intermediários, *premiums* e completos.

A categoria básico compreende os pacotes mais baratos de cada operadora e que possuem a menor quantidade de canais. De perfil mais genérico, este tipo de pacote normalmente contém os canais abertos e públicos e pelo menos um canal de cada gênero, com predominância de canais de obras seriadas. Já os pacotes intermediários, por sua vez, possuem uma quantidade maior de canais e são assim considerados porque possuem pelo menos um canal básico de obra não seriada de ficção, documentário ou animação (canais de obras não inéditas), mas nenhum canal *premium* de obra não seriada de ficção, documentário ou animação (canais de estreia). É nesta faixa que se encontram os perfis mais variados de arranjos temáticos. Os tipos mais comuns são os pacotes: “família”, com diversos canais infantis e os principais canais esportivos; “notícia/informação”, com os principais canais jornalísticos e de atualidades; “estilo/variedades”, com canais de shows, música, estilo de vida e variedades; e “filmes”, com os principais canais básicos de obras não seriadas de ficção, documentário ou animação. Os pacotes *premium*, por sua vez, diferenciam-se dos demais pois contém canais *premium* de obra não seriada de ficção, documentário ou animação na relação de canais oferecida ao assinante, ou seja, canais que veiculam os grandes lançamentos do cinema na TV paga. Estes pacotes eventualmente possuem menos canais que alguns pacotes intermediários, porém custam mais caro devido ao conteúdo nobre que carregam. Por último, os pacotes completos correspondem aos pacotes máximos de cada operadora, contendo todos os canais disponíveis pelo maior preço.

Cabe também destacar a importância dos chamados pacotes sub-básicos na expansão recente da TV paga no Brasil. Tratam-se dos pacotes onde não há nenhum canal pago, contam apenas com canais abertos e canais obrigatórios, e segundo estimativa da *Pay-TV Survey (PTS)*, publicada em 07 de junho de 2010 no informativo

online Pay TV News, representavam aproximadamente 800 mil assinantes, ou seja, cerca de 10% da base total do setor.

5. Cenários

O Brasil vive uma situação singular na comunicação eletrônica de massa por assinatura. A TV Paga, oportunidade histórica de diversificação da indústria audiovisual, de expansão da pluralidade de fontes de informação e espaço privilegiado da diversidade cultural, foi implementada aqui no início da década de 90²⁹. Depois de duas décadas de existência, o serviço apresenta apenas 13,3% de penetração nos domicílios³⁰ com televisão do país, com ainda uma enorme capacidade ociosa na rede de cabos e *MMDS* já implementada. Por exemplo, apenas uma multioperadora possui 44% dos assinantes³¹, apenas uma empresa de empacotamento influencia a formatação dos pacotes de aproximadamente 82% dos assinantes³² e a presença de conteúdo nacional na programação é baixa³³.

Atualmente, uma nova oportunidade de re-ordenamento deste setor econômico se apresenta com a convergência de mídias, tecnologias e mercados, e a entrada de empresas de telecomunicações, originárias do setor de operação de telefonia fixa e móvel, na exploração de serviços de comunicação eletrônica de massa por assinatura. No entanto, os benefícios deste processo para a sociedade dependerão da efetividade da regulação no âmbito do conteúdo audiovisual, de forma a promover a competição e implementação de políticas públicas para o setor.

5.1. Cenário Regulatório

Uma importante reorganização do segmento de TV paga está para acontecer a partir da aprovação do PLC 116. A partir dos instrumentos presentes neste texto legal, pretende-se estimular a competição, aumentar a produção nacional, promover uma queda nos preços e expandir o mercado.

Nas regras vigentes hoje para o serviço de TV a cabo, uma empresa de telecomunicações não pode operar este tipo de serviço em sua área de concessão, ou seja, está vetada a entrar no mercado, conforme restrições especificadas no item 3.1.

²⁹Torres, Rodrigo Murinho de Martinez. O mercado de TV por assinatura no Brasil. Dissertação de mestrado em Comunicação da UFF. 2005.

³⁰Apuração própria a partir de Anatel e Pnad 2009-IBGE.

³¹Anatel set/2010

³²PTS nº 151. Converge Comunicações.

³³ANCINE. Observatório Brasileiro do Cinema e do Audiovisual. Disponível em: <http://www.ancine.gov.br/oca/rel_programacao.htm>. Acesso em 16 fev 2011.

Com base nos estudos e debates que cercaram a tramitação do PLC 116 na Câmara e atualmente no Senado, acredita-se que a partir de sua aprovação e consequente liberação da entrada neste mercado para qualquer competidor, ocorra um choque de competição, que baixaria os preços e expandiria o serviço. O PLC 116 extingue explicitamente todas as barreiras à entrada para as empresas de telecomunicações no intuito de permitir que novos investimentos sejam feitos, que esses novos agentes flexibilizem a dinâmica do setor e com isso aumentem drasticamente a penetração do serviço na população.

5.2. Vídeo sob Demanda no Mercado de TV Paga

Após a tentativa fracassada da Brasil Telecom com o “Videon” em 2007, de operar um serviço de vídeo sob demanda (VOD) por IP através de assinatura mensal no Brasil, esta nova modalidade de serviço parece finalmente estar chegando. A operadora Net anunciou recentemente que em breve lançará seu serviço de vídeo sob demanda através de cabos coaxiais e fibras ópticas. Conforme divulgou na imprensa, o conteúdo VOD não será transmitido pela rede de banda larga, mas sim através de *streaming* direto para o *decoder* do assinante pelo cabo que leva o sinal da TV. O modelo de negócios ainda não foi divulgado.

Uma experiência que está em operação é o serviço da Telefônica “OnVideo”, que conta com a parceria dos conteúdos do portal Terra e da Saraiva. Neste modelo, o consumidor acessa pela televisão via conexão IP de banda larga *streaming* de conteúdos avulsos, alugados um período de 24 a 48 horas a partir de R\$ 3,90, ou comprados – os filmes custam até R\$ 34,90 - e armazenados no disco rígido do próprio equipamento. A mensalidade do serviço é de R\$ 19,90 (valor promocional até 10 de outubro de 2010).

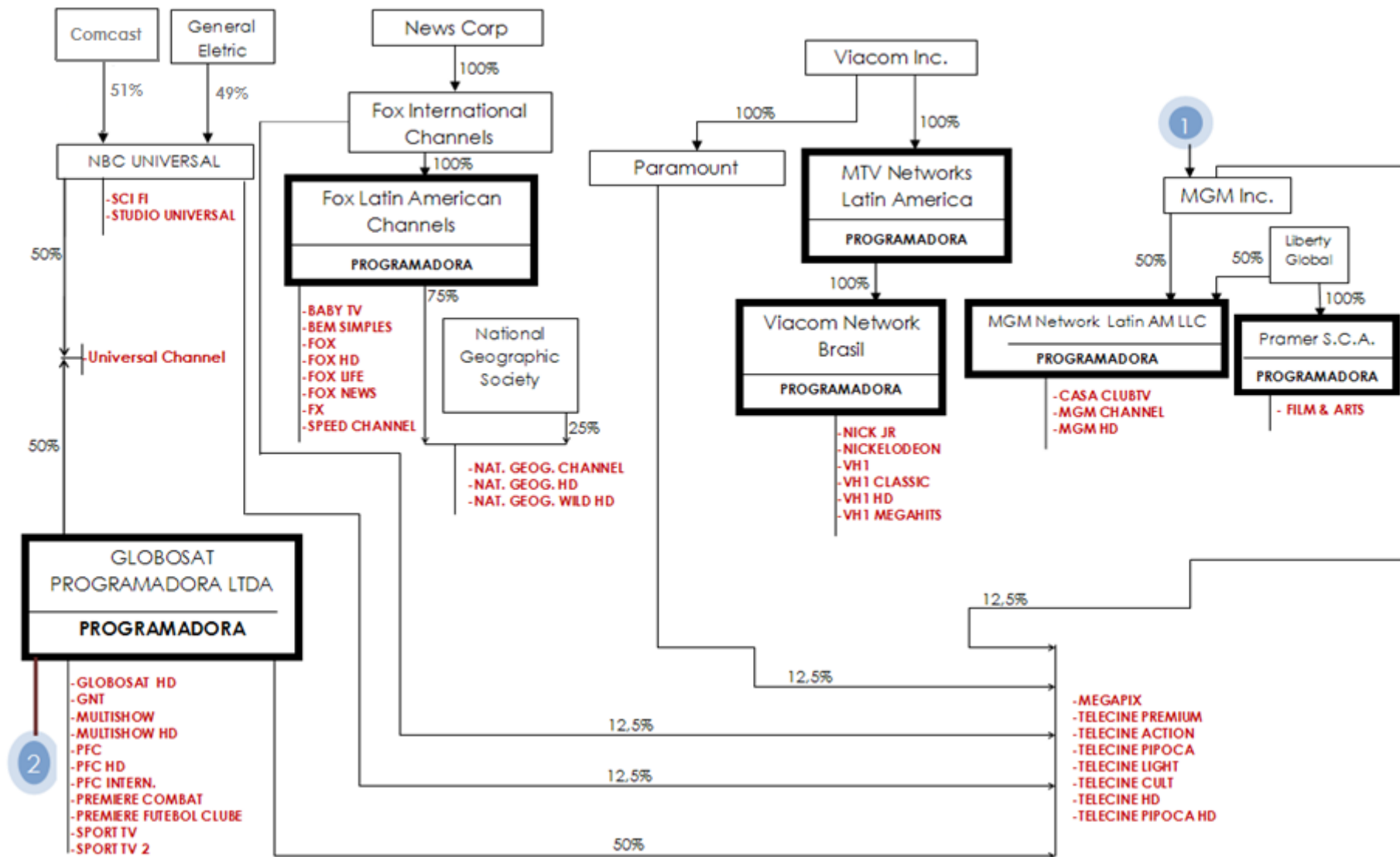
Anexos

Anexo 1

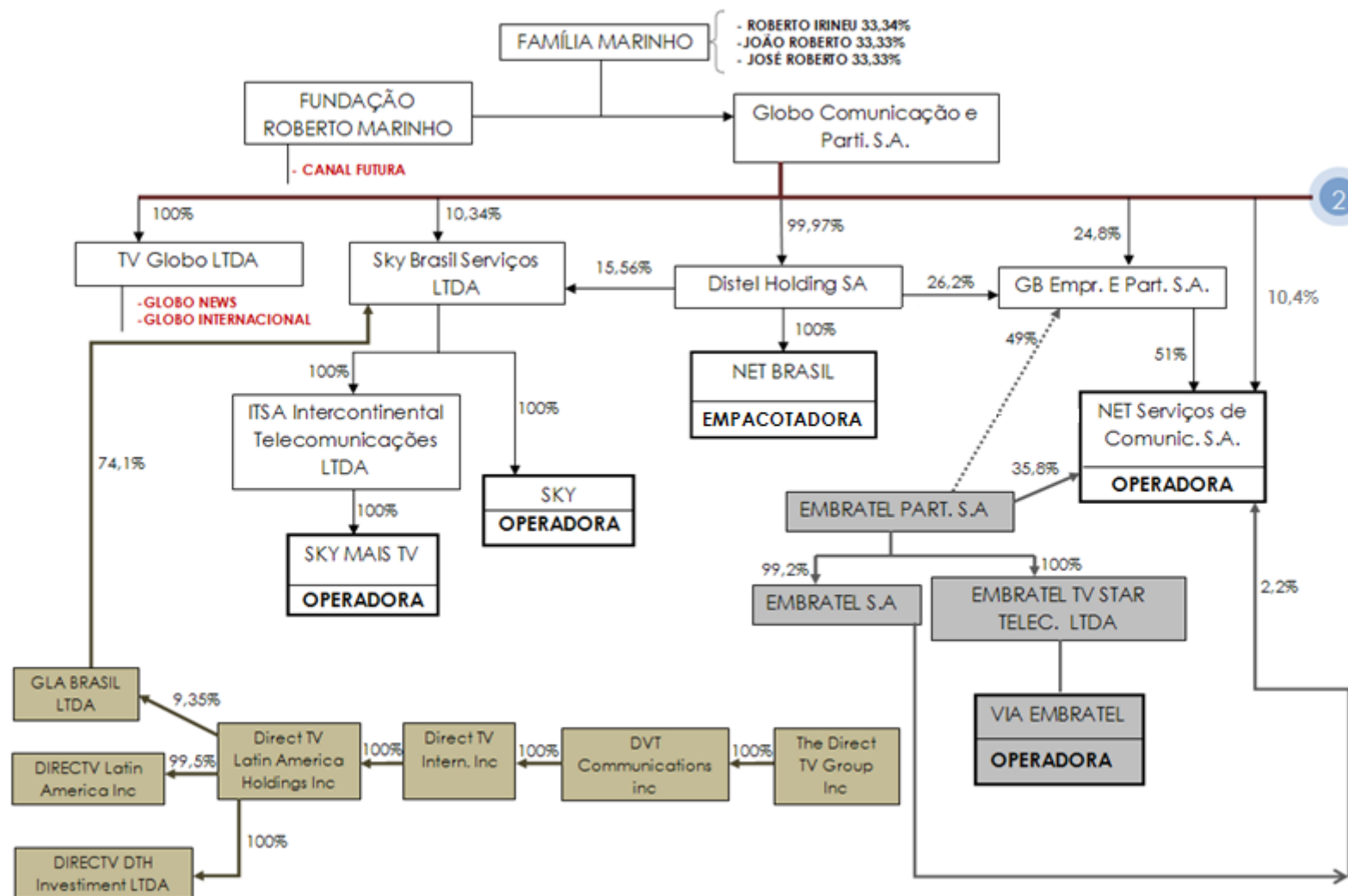
CANAIS HBO



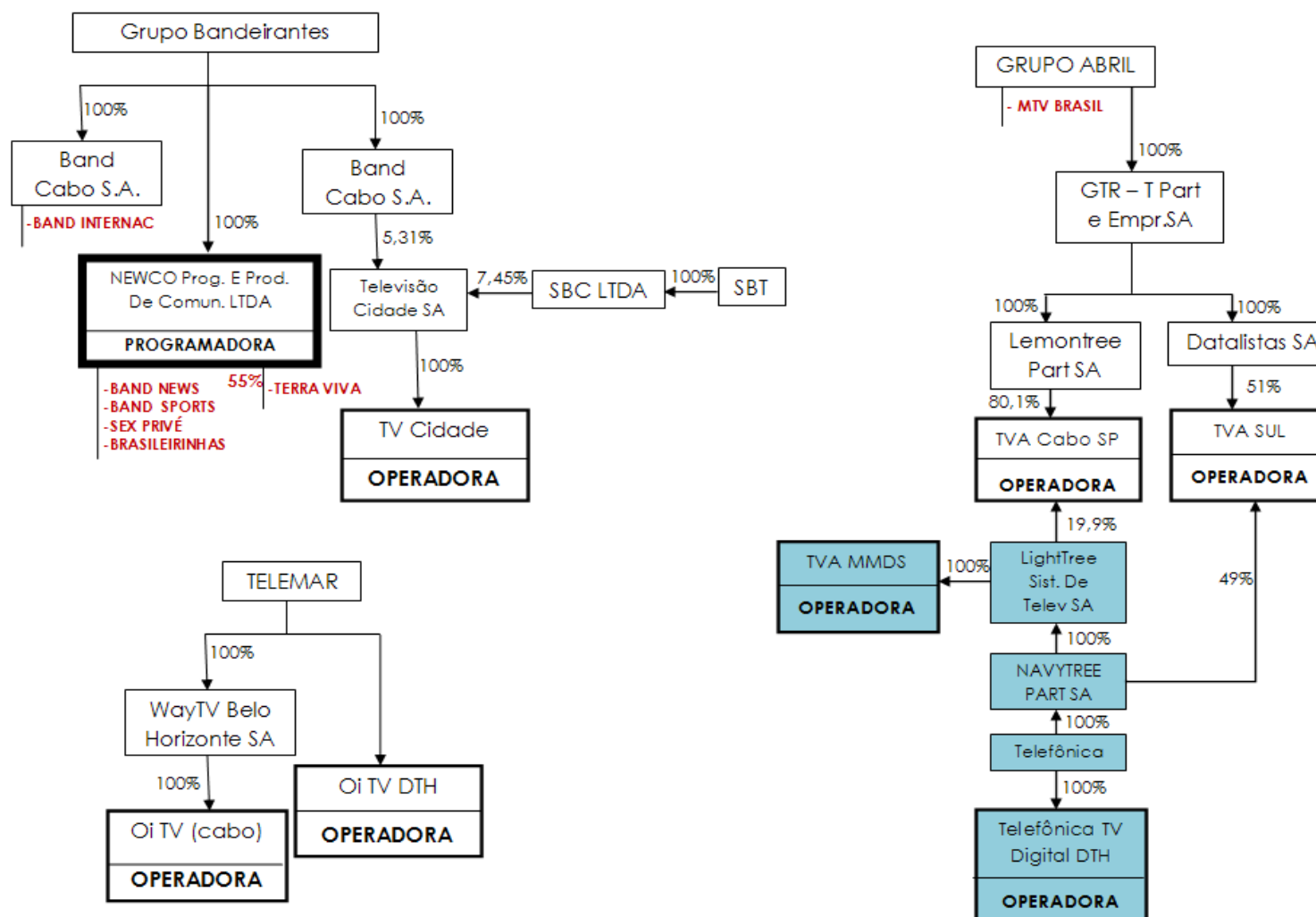
CANAIS TELECINE



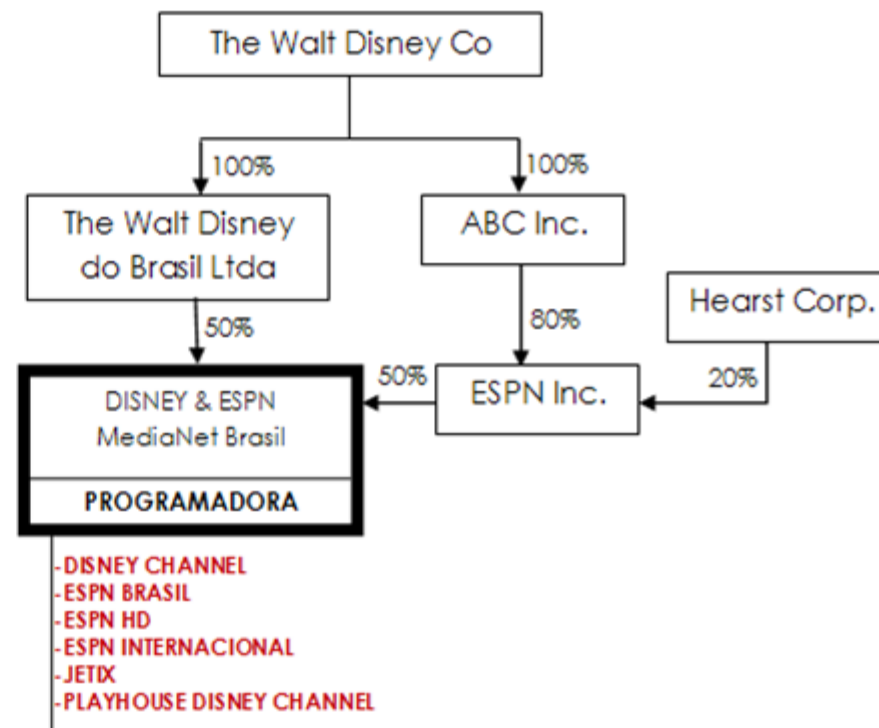
PRINCIPAIS OPERADORAS



OUTROS GRUPOS OPERADORES



OUTROS GRUPOS DE CANAIS



Fonte: Revista Telaviva. *O Mercado de TV por Assinatura no Brasil 2010*. Março de 2010 – Atualizações:
http://www.bbc.co.uk/pressoffice/bbcworldwide/worldwidestories/pressreleases/2010/11_november/discovery_bbc.shtml;
<http://www.comcast.com/About/PressRelease/PressReleaseDetail.aspx?PRID=1038>; <http://ri.netsestudos.com.br>.

Anexo 2
Relação de Operadoras de TV Paga

Prestadora	Área	UF	CNPJ	Situação	Serv	Grupo
614 TVC INTERIOR S/A	FERNANDOPOLIS	SP	03722616000164	Em Operação	TVC	BIG TV
614 TVC INTERIOR S/A	ITATIBA	SP	03722616000164	Em Operação	TVC	BIG TV
614 TVC INTERIOR S/A	VOTUPORANGA	SP	03722616000164	Em Operação	TVC	BIG TV
A. TELECOM S.A.	BRASIL		03498897000113	Em Operação	DTH	TELEFÔNICA (DTH)
A.H. TV A CABO LTDA	ANDRADINA	SP	02199748000190	Em Operação	TVC	AHTV
ABRIL COMUNICAÇÕES S.A.	RIO DE JANEIRO	RJ	44597052000162	Em Operação	TVA	-
ABRIL COMUNICAÇÕES S.A.	SAO PAULO	SP	44597052000162	Em Operação	TVA	-
ACOM COMUNICACOES S/A	CAMPOS DOS GOYTACAZES	RJ	02126673000118	Em Operação	MMDS	ACOM
ACOM COMUNICACOES S/A	IPATINGA	MG	02126673000118	Em Operação	MMDS	ACOM
ACOM COMUNICACOES S/A	JOAO PESSOA	PB	02126673000118	Em Operação	MMDS	ACOM
ACOM COMUNICACOES S/A	MACEIO	AL	02126673000118	Em Operação	MMDS	ACOM
ACOM COMUNICACOES S/A	MANAUS	AM	02126673000118	Em Operação	MMDS	ACOM
ACOM COMUNICACOES S/A	NATAL	RN	02126673000118	Em Operação	MMDS	ACOM
ACOM COMUNICACOES S/A	SAO LUIS	MA	02126673000118	Em Operação	MMDS	ACOM
ACOM COMUNICACOES S/A	TERESINA	PI	02126673000118	Em Operação	MMDS	ACOM
ACOM COMUNICACOES S/A	VOLTA REDONDA	RJ	02126673000118	Em Operação	MMDS	ACOM
ACOM TV S.A.	CAMPO GRANDE	MS	03736351000153	Em Operação	MMDS	ACOM
ACOM TV S.A.	CUIABA	MT	03736351000153	Em Operação	MMDS	ACOM
ACOM TV S.A.	JUIZ DE FORA	MG	03736351000153	Em Operação	MMDS	ACOM
ACOM TV S.A.	SANTOS	SP	03736351000153	Em Operação	MMDS	ACOM
ADATEL TV E COMUNICACOES OSASCO S/A	OSASCO	SP	03554975000150	Em Operação	TVC	SERCOMTEL
ADATEL TV E COMUNICACOES SAO JOSE S/A	SAO JOSE	SC	03554950000156	Em Operação	TVC	SERCOMTEL
ADELPHIA COMUNICACOES S/A	BRUSQUE	SC	00859826000100	Em Operação	TVC	VIACABO
ADELPHIA COMUNICACOES S/A	CACHOEIRO DE ITAPEMIRIM	ES	00859826000100	Em Operação	TVC	VIACABO
ADELPHIA COMUNICACOES S/A	CAMPOS DOS GOYTACAZES	RJ	00859826000100	Em Operação	TVC	VIACABO
ADELPHIA COMUNICACOES S/A	CARIACICA	ES	00859826000100	Em Operação	TVC	VIACABO
ADELPHIA COMUNICACOES S/A	DOURADOS	MS	00859826000100	Em Operação	TVC	VIACABO
ADELPHIA COMUNICACOES S/A	ITAJAI	SC	00859826000100	Em Operação	TVC	VIACABO
ADELPHIA COMUNICACOES S/A	MACAE	RJ	00859826000100	Em Operação	TVC	VIACABO
ADELPHIA COMUNICACOES S/A	PORTO VELHO	RO	00859826000100	Em Operação	TVC	VIACABO
ADELPHIA COMUNICACOES S/A	RONDONOPOLIS	MT	00859826000100	Em Operação	TVC	VIACABO
ADELPHIA COMUNICACOES S/A	SERRA	ES	00859826000100	Em Operação	TVC	VIACABO
ADELPHIA COMUNICACOES S/A	TEOFILO OTONI	MG	00859826000100	Em Operação	TVC	VIACABO
ADELPHIA COMUNICACOES S/A	VARGINHA	MG	00859826000100	Em Operação	TVC	VIACABO
AGENCIA WW DE COMUNICACOES LTDA	CASCADEL	PR	03889531000175	Em Operação	MMDS	GTV (AG.WW)
ANTENAS COMUNITARIAS DE CAMBE S/C LTDA	CAMBE	PR	81762973000160	Em Operação	TVC	CAMBÉ
ATENAS ASSESSORIA E CONSULTORIA LTDA	ALFENAS	MG	41795196000135	Em Operação	TVC	ATENAS
Boa Vista Telecomunicações LTDA EPP	SAO JOAO DA BOA VISTA	SP	05308974000150	Em Operação	TVC	TECH CABLE
BRASIL TELECOMUNICACOES S/A	CONSELHEIRO LAFAIETE	MG	01236881000107	Em Operação	TVC	BRASIL TELECOMUNICAÇÕES
BRASIL TELECOMUNICACOES S/A	CONTAGEM	MG	01236881000107	Em Operação	TVC	BRASIL TELECOMUNICAÇÕES
BRASIL TELECOMUNICACOES S/A	IPATINGA	MG	01236881000107	Em Operação	TVC	BRASIL TELECOMUNICAÇÕES
BRASIL TELECOMUNICACOES S/A	ITUJUTABA	MG	01236881000107	Em Operação	TVC	BRASIL TELECOMUNICAÇÕES
BRASIL TELECOMUNICACOES S/A	RIBEIRAO DAS NEVES	MG	01236881000107	Em Operação	TVC	BRASIL TELECOMUNICAÇÕES
BRASIL TELECOMUNICACOES S/A	SETE LAGOAS	MG	01236881000107	Em Operação	TVC	BRASIL TELECOMUNICAÇÕES
CABLE BAHIA LTDA	FEIRA DE SANTANA	BA	04110695000115	Em Operação	TVC	TV CIDADE
CABLE BAHIA LTDA	SALVADOR	BA	04110695000115	Em Operação	TVC	TV CIDADE
CABLE.COM TELECOMUNICACOES LTDA	ILHEUS	BA	03904227000150	Em Operação	TVC	CABLE.COM
CABLE.COM TELECOMUNICACOES LTDA	ITABUNA	BA	03904227000150	Em Operação	TVC	CABLE.COM
CABLE.COM TELECOMUNICACOES LTDA	PORTO SEGURO	BA	03904227000150	Em Operação	TVC	CABLE.COM
CABO SERVICOS DE TELECOMUNICACOES LTDA	NATAL	RN	02952192000161	Em Operação	TVC	CABO SERVIÇOS
CABOVISAO TELECOMUNICACOES LTDA	RIO DO SUL	SC	82706177000172	Em Operação	TVC	CABOVISÃO
CASABLANCA TELECINAGEM LTDA	BRASIL		05124818000130	Em Instalação	DTH	-
CATANDUVA SISTEMAS A CABO LTDA	CATANDUVA	SP	65784266000118	Em Operação	TVC	CATA-UVA
CATRES TELECOMUNICACOES LTDA - ME	TRES LAGOAS	MS	24648917000165	Em Instalação	TVC	-
CCS-CAMBORIU CABLE SYSTEM TELECOMUNICACOES LTDA	BALNEARIO CAMBORIU	SC	82855184000165	Em Operação	TVC	ABRIL (TVA)
CENTRAL TVA - TELEVISÃO POR ASSINATURA E RADIODIFUSÃO LTDA	BELO HORIZONTE	MG	26400903000153	Em Operação	TVA	-
COLUMBUS PARTICIPACOES S/A	RECIFE	PE	01769127000132	Em Operação	TVC	TV CIDADE
COMERCIAL CABO TV SAO PAULO S.A.	SAO PAULO	SP	65791444000138	Em Operação	TVC	ABRIL (TVA)
CTBC CELULAR S.A.	BRASIL		05835916000185	Em Operação	DTH	ALGAR
DTCOM DIRECT TO COMPANY S/A	BRASIL		03303999000136	Em Operação	DTH	DTCOM
DTH FAMILY TELECOMUNICACOES LTDA	BRASIL		09467811000171	Em Instalação	DTH	-
DTH INTERACTIVE TELECOMUNICACOES LTDA	BRASIL		04478091000126	Em Operação	DTH	DTHI
EDITORIA DIARIO DA AMAZONIA LTDA	TOLEDO	PR	63763296000112	Em Operação	MMDS	GTV (DIÁRIO AMAZÔNIA)
EDITORIA DIARIO DA AMAZONIA LTDA	JI-PARANA	RO	63763296000112	Em Operação	TVC	GTV (DIÁRIO AMAZÔNIA)
EG-TV LTDA	GOVERNADOR VALADARES	MG	02274362000104	Em Operação	TVC	EG-TV
EMBRATEL TVSAT TELECOMUNICACOES LTDA	BRASIL		09132659000176	Em Operação	DTH	EMBRATEL
ESC90 TELECOMUNICAÇÕES LTDA	VILA VELHA	ES	02156312000114	Em Operação	TVC	GRUPO NET
ESC90 TELECOMUNICAÇÕES LTDA	VITORIA	ES	02156312000114	Em Operação	TVC	GRUPO NET
FOZ TELECOMUNICACOES LTDA	FOZ DO IGUAÇU	PR	03376788000123	Em Operação	TVC	FOZ TELECOM
GIGA TV LTDA - EPP	OURINHOS	SP	07070704000180	Em Operação	TVC	GIGA TV
HORIZONTE SUL COMUNICACOES LTDA	PORTO ALEGRE	RS	94319209000166	Em Operação	MMDS	GRUPO NET
IBITURUNA TV POR ASSINATURA LTDA	COLATINA	ES	02280384000179	Em Operação	MMDS	IBITURUNA
IBITURUNA TV POR ASSINATURA LTDA	GOVERNADOR VALADARES	MG	02280384000179	Em Operação	MMDS	IBITURUNA
IBITURUNA TV POR ASSINATURA LTDA	LINHARES	ES	02280384000179	Em Operação	MMDS	IBITURUNA
IBITURUNA TV POR ASSINATURA LTDA	SAO MATEUS	ES	02280384000179	Em Operação	MMDS	IBITURUNA
IMAGE TELECOM TV VÍDEO CABO LTDA	UBERLÂNDIA	MG	22231831000107	Em Operação	TVC	ALGAR
INA TELECOM LTDA	CATALAO	GO	04113840000111	Em Operação	TVC	INA TELECOM
INTERTEVE SERVICOS LTDA	BRASIL		04448996000153	Em Instalação	DTH	-

Prestadora	Área	UF	CNPJ	Situação	Serv	Grupo
J E J TV POR ASSINATURA LTDA - ME	NOVA VENECIA	ES	03425449000190	Em Operação	MMDS	J & J
J E J TV POR ASSINATURA LTDA - ME	SINOP	MT	03425449000190	Em Operação	MMDS	J & J
JACAREI CABO S/A	JACAREI	SP	04365781000179	Em Operação	TVC	JANGADEIRO
JANGADEIRO CABO LTDA	CAUCAIA	CE	02229600000151	Em Operação	TVC	JANGADEIRO
JANGADEIRO MMDS LTDA.	JUAZEIRO DO NORTE	CE	02229602000140	Em Operação	MMDS	JANGADEIRO
JANGADEIRO MMDS LTDA.	SOBRAL	CE	02229602000140	Em Operação	MMDS	JANGADEIRO
KAYBEE SATELITE COMMUNICATIONS COMERCIO E SERVICOS LTDA	UBATUBA	SP	02006978000196	Em Operação	TVC	KAYBE
LINK TELECOMUNICACOES LTDA	FORMIGA	MG	03452898000127	Em Operação	TVC	LINK
LINSAT-SISTEMAS DE TELEVISAO E DADOS S/C LTDA	LINS	SP	03360337000106	Em Instalação	TVC	-
MAXCABO TELECOMUNICACOES LTDA	APUCARANA	PR	03957026000110	Em Operação	TVC	MAXCABO
MAXCABO TELECOMUNICACOES LTDA	SARANDI	PR	03957026000110	Em Operação	TVC	MAXCABO
Minas Cabo Telecomunicações Ltda	ARAXA	MG	02290166000115	Em Operação	TVC	BRASIL TELECOMUNICAÇÕES
Minas Cabo Telecomunicações Ltda	UBERABA	MG	02290166000115	Em Operação	TVC	BRASIL TELECOMUNICAÇÕES
MMDS BAHIA LTDA.	FEIRA DE SANTANA	BA	04039729000122	Em Operação	MMDS	BAHIASAT
MMDS BAHIA LTDA.	ITABUNA	BA	04039729000122	Em Operação	MMDS	BAHIASAT
MMDS BAHIA LTDA.	PETROLINA	PE	04039729000122	Em Operação	MMDS	BAHIASAT
MMDS BAHIA LTDA.	SALVADOR	BA	04039729000122	Em Operação	MMDS	BAHIASAT
MMDS BAHIA LTDA.	VITORIA DA CONQUISTA	BA	04039729000122	Em Operação	MMDS	BAHIASAT
MMDS COMMUNICACOES S/A	BRUSQUE	SC	02237134000156	Em Operação	MMDS	VIAMAX
MMDS COMMUNICACOES S/A	CRICIUMA	SC	02237134000156	Em Operação	MMDS	VIAMAX
MMDS COMMUNICACOES S/A	FLORIANOPOLIS	SC	02237134000156	Em Operação	MMDS	VIAMAX
MMDS COMMUNICACOES S/A	ITAJAI	SC	02237134000156	Em Operação	MMDS	VIAMAX
MMDS COMMUNICACOES S/A	JOINVILLE	SC	02237134000156	Em Operação	MMDS	VIAMAX
MPV TELECOM LTDA	CARAGUATATUBA	SP	03903343000154	Em Operação	TVC	MPV TELECOM
MULTICABO TELEVISAO LTDA	CUIABA	MT	02279785000109	Em Operação	TVC	TV CIDADE
MULTICABO TELEVISAO LTDA	VARZEA GRANDE	MT	02279785000109	Em Operação	TVC	TV CIDADE
MULTIMIDIA TV A CABO LTDA - EPP	JANDIRA	SP	07731713000174	Em Operação	TVC	MULTIMIDIA TV
MULTITEL COMUNICACOES LTDA	CACHOEIRINHA	RS	02681202000171	Em Operação	TVC	MULTITEL
MULTITEL COMUNICACOES LTDA	CANOAS	RS	02681202000171	Em Operação	TVC	MULTITEL
MULTITEL COMUNICACOES LTDA	ESTEIO	RS	02681202000171	Em Operação	TVC	MULTITEL
MULTITEL COMUNICACOES LTDA	PALHOCA	SC	02681202000171	Em Operação	TVC	MULTITEL
MULTITEL COMUNICACOES LTDA	PARANAGUA	PR	02681202000171	Em Operação	TVC	MULTITEL
MULTITEL COMUNICACOES LTDA	SAO JOSE DOS PINHAIS	PR	02681202000171	Em Operação	TVC	MULTITEL
MULTITEL COMUNICACOES LTDA	SAO LEOPOLDO	RS	02681202000171	Em Operação	TVC	MULTITEL
MULTITEL COMUNICACOES LTDA	SAPUCAIA DO SUL	RS	02681202000171	Em Operação	TVC	MULTITEL
NET ANAPOLIS LTDA	ANAPOLIS	GO	33584277000168	Em Operação	TVC	GRUPO NET
NET ARAPONGAS LTDA	ARAPONGAS	PR	81897118000166	Em Operação	TVC	GRUPO NET
NET BAURU LTDA	BAURU	SP	64083561000184	Em Operação	TVC	GRUPO NET
NET BELO HORIZONTE LTDA	BELO HORIZONTE	MG	38738308000101	Em Operação	TVC	GRUPO NET
NET BRASILIA LTDA	BRASILIA	DF	26499392000179	Em Operação	TVC	GRUPO NET
NET CAMPINAS LTDA	CAMPINAS	SP	61698510000179	Em Operação	TVC	GRUPO NET
NET GOIANIA LTDA	GOIANIA	GO	33659475000143	Em Operação	TVC	GRUPO NET
NET LONDRINA LTDA	LONDRINA	PR	80924459000110	Em Operação	TVC	GRUPO NET
NET MARINGA LTDA	MARINGA	PR	81712416000134	Em Operação	TVC	GRUPO NET
NET PARANA COMUNICACOES LTDA	CURITIBA	PR	84922681000135	Em Operação	MMDS	GRUPO NET
NET PARANA COMUNICACOES LTDA	CURITIBA	PR	84922681000135	Em Operação	TVC	GRUPO NET
NET RECIFE LTDA	RECIFE	PE	08828469000125	Em Operação	MMDS	GRUPO NET
NET RIBEIRAO PRETO LTDA	RIBEIRAO PRETO	SP	64807456000140	Em Operação	TVC	GRUPO NET
NET RIO LTDA	RIO DE JANEIRO	RJ	28029775000109	Em Operação	TVC	GRUPO NET
NET SAO PAULO LTDA	SANTOS	SP	65697161000121	Em Operação	TVC	GRUPO NET
NET SAO PAULO LTDA	SAO PAULO	SP	65697161000121	Em Operação	TVC	GRUPO NET
NET SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO S/A	AMERICANA	SP	00108786000165	Em Operação	TVC	GRUPO NET
NET SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO S/A	ARACATUBA	SP	00108786000165	Em Operação	TVC	GRUPO NET
NET SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO S/A	ARARAQUARA	SP	00108786000165	Em Operação	TVC	GRUPO NET
NET SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO S/A	ARARAS	SP	00108786000165	Em Operação	TVC	GRUPO NET
NET SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO S/A	ATIBAIA	SP	00108786000165	Em Operação	TVC	GRUPO NET
NET SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO S/A	BAGE	RS	00108786000165	Em Operação	TVC	GRUPO NET
NET SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO S/A	BARRA MANSÁ	RJ	00108786000165	Em Operação	TVC	GRUPO NET
NET SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO S/A	BENTO GONCALVES	RS	00108786000165	Em Operação	TVC	GRUPO NET
NET SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO S/A	BLUMENAU	SC	00108786000165	Em Operação	TVC	GRUPO NET
NET SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO S/A	BOTUCATU	SP	00108786000165	Em Operação	TVC	GRUPO NET
NET SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO S/A	BRAGANCA PAULISTA	SP	00108786000165	Em Operação	TVC	GRUPO NET
NET SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO S/A	CACAPAVA	SP	00108786000165	Em Operação	TVC	GRUPO NET
NET SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO S/A	CAMPO GRANDE	MS	00108786000165	Em Operação	TVC	GRUPO NET
NET SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO S/A	CAPAO DA CANOA	RS	00108786000165	Em Operação	TVC	GRUPO NET
NET SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO S/A	CAXIAS DO SUL	RS	00108786000165	Em Operação	TVC	GRUPO NET
NET SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO S/A	CHAPECO	SC	00108786000165	Em Operação	TVC	GRUPO NET
NET SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO S/A	CRUZ ALTA	RS	00108786000165	Em Operação	TVC	GRUPO NET
NET SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO S/A	CUBATAO	SP	00108786000165	Em Operação	TVC	GRUPO NET
NET SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO S/A	DIADEMA	SP	00108786000165	Em Operação	TVC	GRUPO NET
NET SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO S/A	ERECHIM	RS	00108786000165	Em Operação	TVC	GRUPO NET
NET SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO S/A	FARROUPILHA	RS	00108786000165	Em Operação	TVC	GRUPO NET
NET SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO S/A	FLORIANOPOLIS	SC	00108786000165	Em Operação	TVC	GRUPO NET
NET SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO S/A	FRANCA	SP	00108786000165	Em Operação	TVC	GRUPO NET
NET SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO S/A	GUARUJA	SP	00108786000165	Em Operação	TVC	GRUPO NET
NET SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO S/A	GUARULHOS	SP	00108786000165	Em Operação	TVC	GRUPO NET

Prestadora	Área	UF	CNPJ	Situação	Serv	Grupo
NET SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO S/A	HORTOLANDIA	SP	00108786000165	Em Operação	TVC	GRUPO NET
NET SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO S/A	INDAIATUBA	SP	00108786000165	Em Operação	TVC	GRUPO NET
NET SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO S/A	ITAPETININGA	SP	00108786000165	Em Operação	TVC	GRUPO NET
NET SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO S/A	ITU	SP	00108786000165	Em Operação	TVC	GRUPO NET
NET SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO S/A	JAU	SP	00108786000165	Em Operação	TVC	GRUPO NET
NET SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO S/A	JOAO PESSOA	PB	00108786000165	Em Operação	TVC	GRUPO NET
NET SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO S/A	JOINVILLE	SC	00108786000165	Em Operação	TVC	GRUPO NET
NET SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO S/A	JUNDIAI	SP	00108786000165	Em Operação	TVC	GRUPO NET
NET SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO S/A	LAJEADO	RS	00108786000165	Em Operação	TVC	GRUPO NET
NET SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO S/A	LIMEIRA	SP	00108786000165	Em Operação	TVC	GRUPO NET
NET SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO S/A	MACEIO	AL	00108786000165	Em Operação	TVC	GRUPO NET
NET SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO S/A	MANAUS	AM	00108786000165	Em Operação	TVC	GRUPO NET
NET SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO S/A	MAUA	SP	00108786000165	Em Operação	TVC	GRUPO NET
NET SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO S/A	MOGI DAS CRUZES	SP	00108786000165	Em Operação	TVC	GRUPO NET
NET SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO S/A	Mogi Guaçu	SP	00108786000165	Em Operação	TVC	GRUPO NET
NET SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO S/A	MOGI-MIRIM	SP	00108786000165	Em Operação	TVC	GRUPO NET
NET SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO S/A	NOVO HAMBURGO	RS	00108786000165	Em Operação	TVC	GRUPO NET
NET SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO S/A	PASSO FUNDO	RS	00108786000165	Em Operação	TVC	GRUPO NET
NET SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO S/A	PELOTAS	RS	00108786000165	Em Operação	TVC	GRUPO NET
NET SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO S/A	PINDAMONHANGABA	SP	00108786000165	Em Operação	TVC	GRUPO NET
NET SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO S/A	PIRACICABA	SP	00108786000165	Em Operação	TVC	GRUPO NET
NET SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO S/A	PRAIA GRANDE	SP	00108786000165	Em Operação	TVC	GRUPO NET
NET SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO S/A	RESENDE	RJ	00108786000165	Em Operação	TVC	GRUPO NET
NET SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO S/A	RIO CLARO	SP	00108786000165	Em Operação	TVC	GRUPO NET
NET SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO S/A	RIO GRANDE	RS	00108786000165	Em Operação	TVC	GRUPO NET
NET SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO S/A	SANTA BARBARA D'OESTE	SP	00108786000165	Em Operação	TVC	GRUPO NET
NET SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO S/A	SANTA BRANCA	SP	00108786000165	Em Operação	TVC	GRUPO NET
NET SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO S/A	SANTA CRUZ DO SUL	RS	00108786000165	Em Operação	TVC	GRUPO NET
NET SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO S/A	SANTA MARIA	RS	00108786000165	Em Operação	TVC	GRUPO NET
NET SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO S/A	SANTO ANDRE	SP	00108786000165	Em Operação	TVC	GRUPO NET
NET SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO S/A	SAO BERNARDO DO CAMPO	SP	00108786000165	Em Operação	TVC	GRUPO NET
NET SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO S/A	SAO CAETANO DO SUL	SP	00108786000165	Em Operação	TVC	GRUPO NET
NET SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO S/A	SAO CARLOS	SP	00108786000165	Em Operação	TVC	GRUPO NET
NET SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO S/A	SAO JOSE DO RIO PRETO	SP	00108786000165	Em Operação	TVC	GRUPO NET
NET SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO S/A	SAO JOSE DOS CAMPOS	SP	00108786000165	Em Operação	TVC	GRUPO NET
NET SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO S/A	SAO VICENTE	SP	00108786000165	Em Operação	TVC	GRUPO NET
NET SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO S/A	SERTAOSINHO	SP	00108786000165	Em Operação	TVC	GRUPO NET
NET SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO S/A	SUMARE	SP	00108786000165	Em Operação	TVC	GRUPO NET
NET SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO S/A	TALUBATE	SP	00108786000165	Em Operação	TVC	GRUPO NET
NET SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO S/A	URUGUAIANA	RS	00108786000165	Em Operação	TVC	GRUPO NET
NET SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO S/A	VALINHOS	SP	00108786000165	Em Operação	TVC	GRUPO NET
NET SOROCABA LTDA	SOROCABA	SP	64637903000160	Em Operação	TVC	GRUPO NET
NET SUL COMUNICACOES LTDA	PORTO ALEGRE	RS	73676512000146	Em Operação	TVC	GRUPO NET
NORTV TELECOMUNICACOES LTDA	LONDRINA	PR	04123554000137	Em Operação	MMDS	NORTV
NOVA COMUNICACAO E RADIODIFUSAO LTDA	RIO DE JANEIRO	RJ	31073844000196	Em Operação	TVA	-
NOVA RADIO LARANJAL LTDA.	BARRA BONITA	SP	03633528000196	Em Instalação	TVC	-
NOVA RADIO LARANJAL LTDA.	COSMOPOLIS	SP	03633528000196	Em Instalação	TVC	-
ORM CABO ANANINDEUA LTDA	ANANINDEUA	PA	02857897000108	Em Operação	TVC	ORM CABO
ORM CABO ANANINDEUA LTDA	BELEM	PA	02857897000108	Em Operação	TVC	ORM CABO
OTENZI COMUNICACOES LTDA	ARAGUAINA	TO	02403659000114	Em Instalação	TVC	-
OURO VERDE TRADING & MARKETING CONSULT LTDA	BOA VISTA	RR	86874641000190	Em Instalação	MMDS	-
OURO VERDE TRADING & MARKETING CONSULT LTDA	ITUMBUIARA	GO	86874641000190	Em Instalação	MMDS	-
OURO VERDE TRADING & MARKETING CONSULT LTDA	JATAI	GO	86874641000190	Em Instalação	MMDS	-
PAULISTA METRO-TVA LTDA	SAO PAULO	SP	58880659000160	Em Operação	TVA	-
PIRA SOM & IMAGEM LTDA	SAO PAULO	SP	58780115000126	Em Operação	TVA	-
PLANALTO COMUNICACOES LTDA	LAGES	SC	04793785000158	Em Operação	MMDS	MVA TV
PONTAL CABO LTDA	PENAPOLIS	SP	03697110000142	Em Operação	TVC	PONTAL CABO
POWERLICE TELECOMUNICACOES LTDA	ARAPIRACA	AL	01267693000146	Em Instalação	TVC	POWERLICE
POWERLICE TELECOMUNICACOES LTDA	GUARUJA	SP	01267693000146	Em Operação	TVC	POWERLICE
POWERLICE TELECOMUNICACOES LTDA	JUNDIAI	SP	01267693000146	Em Instalação	TVC	POWERLICE
POWERLICE TELECOMUNICACOES LTDA	MACAPA	AP	01267693000146	Em Instalação	TVC	POWERLICE
POWERLICE TELECOMUNICACOES LTDA	MARACANAU	CE	01267693000146	Em Instalação	TVC	POWERLICE
POWERLICE TELECOMUNICACOES LTDA	MARILIA	SP	01267693000146	Em Instalação	TVC	POWERLICE
POWERLICE TELECOMUNICACOES LTDA	PALMAS	TO	01267693000146	Em Instalação	TVC	POWERLICE
POWERLICE TELECOMUNICACOES LTDA	PARNAIBA	PI	01267693000146	Em Instalação	TVC	POWERLICE
POWERLICE TELECOMUNICACOES LTDA	RIO BRANCO	AC	01267693000146	Em Instalação	TVC	POWERLICE
POWERLICE TELECOMUNICACOES LTDA	TIMON	MA	01267693000146	Em Instalação	TVC	POWERLICE
RADIO E TELEVISAO MODELO PAULISTA LTDA	BRASIL		04425426000148	Em Operação	DTH	NOSSATV
RADIO ITATIAIA LTDA	BELO HORIZONTE	MG	17270950000139	Em Operação	TVA	-
RADIO JARDIM LTDA.	PARANAIBA	MS	03689397000169	Em Operação	MMDS	RÁDIO JARDIM
RADIO JARDIM LTDA.	TRES LAGOAS	MS	03689397000169	Em Operação	MMDS	RÁDIO JARDIM
RADIO TV DO AMAZONAS LTDA	BRASIL		04387825000161	Em Operação	DTH	TV AMAZÔNIA
RAIMUNDO ANSELMO LIMA MORORO E CIA LTDA	FORTALEZA	CE	23592108000116	Em Operação	TVA	-
RAJADA TELECOMUNICACOES LTDA.	PETROLINA	PE	02328158000110	Em Instalação	TVC	-
RBC - REDE BRASILEIRA DE COMUNICACAO LTDA	DIVINOPOLIS	MG	01766744000184	Em Operação	TVC	MASTERCABO
RBC - REDE BRASILEIRA DE COMUNICACAO LTDA	ITAUBA	MG	01766744000184	Em Operação	TVC	MASTERCABO
RBC - REDE BRASILEIRA DE COMUNICACAO LTDA	ITAUNA	MG	01766744000184	Em Operação	TVC	MASTERCABO
RBC - REDE BRASILEIRA DE COMUNICACAO LTDA	LAVRAS	MG	01766744000184	Em Operação	TVC	MASTERCABO

Prestadora	Área	UF	CNPJ	Situação	Serv	Grupo
RBC - REDE BRASILEIRA DE COMUNICACAO LTDA	MONTES CLAROS	MG	01766744000184	Em Operação	TVC	MASTERCABO
RBC - REDE BRASILEIRA DE COMUNICACAO LTDA	PASSOS	MG	01766744000184	Em Operação	TVC	MASTERCABO
RBC - REDE BRASILEIRA DE COMUNICACAO LTDA	POUSO ALEGRE	MG	01766744000184	Em Operação	TVC	MASTERCABO
RBC - REDE BRASILEIRA DE COMUNICACAO LTDA	UNAI	MG	01766744000184	Em Operação	TVC	MASTERCABO
RBC-REDE BRASILIENSE DE COMUNICACAO S/S	BRASILIA	DF	26410878000199	Em Operação	TVA	-
RBS-EMPRESA DE TVA LTDA	PORTO ALEGRE	RS	93049245000194	Em Operação	TVA	-
RCA - COMPANY DE TELECOMUNICACOES DE CABO FRIO LTDA	CABO FRIO	RJ	05890267000115	Em Operação	TVC	RCA TV
RCA COMPANY DE TELECOMUNICACOES LTDA	ARACRUZ	ES	03052751000140	Em Operação	TVC	RCA TV
RCA COMPANY DE TELECOMUNICACOES LTDA	CASTRO	PR	03052751000140	Em Operação	TVC	RCA TV
RCA COMPANY DE TELECOMUNICACOES LTDA	COLATINA	ES	03052751000140	Em Operação	TVC	RCA TV
RCA COMPANY DE TELECOMUNICACOES LTDA	COLOMBO	PR	03052751000140	Em Operação	TVC	RCA TV
RCA COMPANY DE TELECOMUNICACOES LTDA	CORNELIO PROCOPIO	PR	03052751000140	Em Operação	TVC	RCA TV
RCA COMPANY DE TELECOMUNICACOES LTDA	FRANCISCO BELTRAO	PR	03052751000140	Em Operação	TVC	RCA TV
RCA COMPANY DE TELECOMUNICACOES LTDA	GUARAPARI	ES	03052751000140	Em Operação	TVC	RCA TV
RCA COMPANY DE TELECOMUNICACOES LTDA	IRATI	PR	03052751000140	Em Operação	TVC	RCA TV
RCA COMPANY DE TELECOMUNICACOES LTDA	ITAPERUNA	RJ	03052751000140	Em Operação	TVC	RCA TV
RCA COMPANY DE TELECOMUNICACOES LTDA	LAURO DE FREITAS	BA	03052751000140	Em Operação	TVC	RCA TV
RCA COMPANY DE TELECOMUNICACOES LTDA	LINHARES	ES	03052751000140	Em Operação	TVC	RCA TV
RCA COMPANY DE TELECOMUNICACOES LTDA	NOVA FRIBURGO	RJ	03052751000140	Em Operação	TVC	RCA TV
RCA COMPANY DE TELECOMUNICACOES LTDA	PARANAVAI	PR	03052751000140	Em Operação	TVC	RCA TV
RCA COMPANY DE TELECOMUNICACOES LTDA	SAO MATEUS	ES	03052751000140	Em Operação	TVC	RCA TV
RCA COMPANY DE TELECOMUNICACOES LTDA	TEIXEIRA DE FREITAS	BA	03052751000140	Em Instalação	TVC	RCA TV
RCA COMPANY DE TELECOMUNICACOES LTDA	TERESOPOLIS	RJ	03052751000140	Em Operação	TVC	RCA TV
RCA COMPANY DE TELECOMUNICACOES LTDA	TOLEDO	PR	03052751000140	Em Operação	TVC	RCA TV
RCA COMPANY DE TELECOMUNICACOES LTDA	VITORIA	ES	03052751000140	Em Operação	TVC	RCA TV
RF TV A CABO LTDA	AVARE	SP	07812807000178	Em Operação	TVC	RF TV
RIO METRO TVA LTDA	RIO DE JANEIRO	RJ	32599060000169	Em Operação	TVA	-
RTV SERVICOS DE TELECOMUNICACOES LTDA	RIO VERDE	GO	03430864000131	Em Operação	TVC	RTV
RTVC CAMACARI LTDA	CAMACARI	BA	03443700000149	Em Operação	TVC	RTVC CAMAÇARI
SANTA CLARA SISTEMAS DE ANTENAS COMUNITARIAS LTDA	CONCORDIA	SC	82966219000619	Em Operação	TVC	SANTA CLARA
SANTA CLARA SISTEMAS DE ANTENAS COMUNITARIAS LTDA	JARAGUA DO SUL	SC	82966219000619	Em Operação	TVC	SANTA CLARA
SANTA CLARA SISTEMAS DE ANTENAS COMUNITARIAS LTDA	JOACABA	SC	82966219000619	Em Operação	TVC	SANTA CLARA
SANTA CLARA SISTEMAS DE ANTENAS COMUNITARIAS LTDA	LAGES	SC	82966219000619	Em Operação	TVC	SANTA CLARA
SAT TV POR ASSINATURA LTDA	JAGUARAO	RS	02108886000117	Em Operação	MMDS	SAT TV
SERCOMTEL S.A. TELECOMUNICACOES	MARINGA	PR	01371416000189	Em Operação	MMDS	SERCOMTEL
SIDYS COMUNICAÇÕES LTDA	CURRAIS NOVOS	RN	35284967000127	Em Operação	TVC	SIDYS
SISTEMA DE COMUNICACAO QUARTO PODER LTDA	BRASILIA	DF	33485509000120	Em Operação	TVA	-
SISTEMA OESTE DE COMUNICACAO LTDA	MOSSORO	RN	00713377000198	Em Operação	TVC	SISTEMA OESTE
SISTEMA UNIVERSAL DE RADIODIFUSAO LTDA	BELO HORIZONTE	MG	60877420000182	Em Operação	TVA	-
SKY BRASIL SERVICOS LTDA	BRASIL		72820822000120	Em Operação	DTH	SKY / DIRECTV
SMEPR COMUNICACOES LTDA	CACADOR	SC	02686942000109	Em Operação	MMDS	MVA TV
SMEPR COMUNICACOES LTDA	CURITIBANOS	SC	02686942000109	Em Operação	MMDS	MVA TV
SOCIEDADE RADIO ALVORADA LTDA	BELO HORIZONTE	MG	19183961000107	Em Operação	TVA	-
SSTV - SISTEMA SUL DE TELEVISAO LTDA	ARARANGUA	SC	01488449000103	Em Operação	TVC	SSTV
SSTV - SISTEMA SUL DE TELEVISAO LTDA	TUBARAO	SC	01488449000103	Em Operação	TVC	SSTV
STAR SAT COMUNICACOES S.A.	BRASIL		00903709000105	Em Operação	DTH	STAR SAT
STV COMUNICACOES S/A	PELOTAS	RS	94175114000116	Em Operação	TVC	VIACABO
STV COMUNICACOES S/A	RIO GRANDE	RS	94175114000116	Em Operação	TVC	VIACABO
SUNRISE TELECOMUNICACOES LTDA	ARARAQUARA	SP	02279256000105	Em Operação	MMDS	SUNRISE
SUNRISE TELECOMUNICACOES LTDA	BARRETOS	SP	02279256000105	Em Operação	MMDS	SUNRISE
SUNRISE TELECOMUNICACOES LTDA	BEBEDOURO	SP	02279256000105	Em Operação	MMDS	SUNRISE
SUNRISE TELECOMUNICACOES LTDA	CAMPINAS	SP	02279256000105	Em Operação	MMDS	SUNRISE
SUNRISE TELECOMUNICACOES LTDA	GUARATINGUETA	SP	02279256000105	Em Operação	MMDS	SUNRISE
SUNRISE TELECOMUNICACOES LTDA	Mogi Guaçu	SP	02279256000105	Em Operação	MMDS	SUNRISE
SUNRISE TELECOMUNICACOES LTDA	MONTE ALTO	SP	02279256000105	Em Operação	MMDS	SUNRISE
SUNRISE TELECOMUNICACOES LTDA	PORTO FERREIRA	SP	02279256000105	Em Operação	MMDS	SUNRISE
SUNRISE TELECOMUNICACOES LTDA	RIBEIRAO PRETO	SP	02279256000105	Em Operação	MMDS	SUNRISE
SUNRISE TELECOMUNICACOES LTDA	SAO CARLOS	SP	02279256000105	Em Operação	MMDS	SUNRISE
SUNRISE TELECOMUNICACOES LTDA	SAO JOSE DO RIO PRETO	SP	02279256000105	Em Operação	MMDS	SUNRISE
SUNRISE TELECOMUNICACOES LTDA	SAO JOSE DOS CAMPOS	SP	02279256000105	Em Operação	MMDS	SUNRISE
SUPER CABO TV CARATINGA LTDA	CARATINGA	MG	64388762000190	Em Operação	TVC	SUPER CABO TV
SUPER MIDIA TV A CABO LTDA	VOTORANTIM	SP	07257362000101	Em Operação	TVC	SUPERMÍDIA TV
SUPERIMAGEM TECNOLOGIA EM ELETRONICA LTDA	ANGRA DOS REIS	RJ	39162235000115	Em Operação	TVC	SUPERIMAGEM
TBL - TELECOMUNICACOES BONFINENSE LTDA	SENHOR DO BONFIM	BA	03969614000174	Em Operação	TVC	TBL
TECH CABLE DO BRASIL SISTEMAS DE TELECOMUNICACOES LTDA	PARAIBA DO SUL	RJ	02239104000189	Em Operação	TVC	TECH CABLE
TECH CABLE DO BRASIL SISTEMAS DE TELECOMUNICACOES LTDA	PETROPOLIS	RJ	02239104000189	Em Operação	TVC	TECH CABLE
TECH CABLE DO BRASIL SISTEMAS DE TELECOMUNICACOES LTDA	TANGARA DA SERRA	MT	02239104000189	Em Operação	TVC	TECH CABLE
TECH CABLE DO BRASIL SISTEMAS DE TELECOMUNICACOES LTDA	TRES RIOS	RJ	02239104000189	Em Operação	TVC	TECH CABLE
TELECOMUNICACOES NORDESTE LTDA	SAO LUIS	MA	02995233000105	Em Operação	TVC	TV NORDESTE
TELEFÔNICA SISTEMA DE TELEVISAO S.A.	CURITIBA	PR	05069728000193	Em Operação	MMDS	TELEFÔNICA (TVA)
TELEFÔNICA SISTEMA DE TELEVISAO S.A.	PORTO ALEGRE	RS	05069728000193	Em Operação	MMDS	TELEFÔNICA (TVA)
TELEFÔNICA SISTEMA DE TELEVISAO S.A.	RIO DE JANEIRO	RJ	05069728000193	Em Operação	MMDS	TELEFÔNICA (TVA)
TELEFÔNICA SISTEMA DE TELEVISAO S.A.	SAO PAULO	SP	05069728000193	Em Operação	MMDS	TELEFÔNICA (TVA)
TELESERV S/A	ARACAJU	SE	02242370000160	Em Operação	MMDS	TELESERV
TELEVIGO - TELEVISAO A CABO LTDA - EPP	MARECHAL CANDIDO RONDON	PR	04098738000194	Em Operação	TVC	TELEVIGO
TELEVIGO - TELEVISAO A CABO LTDA - EPP	PATO BRANCO	PR	04098738000194	Em Operação	TVC	TELEVIGO
TELEVISAO A CABO CRICIUMA LTDA	CRICIUMA	SC	80168321000139	Em Operação	TVC	GRUPO NET

Prestadora	Área	UF	CNPJ	Situação	Serv	Grupo
TELEVISAO CIDADE S/A	ARACAJU	SE	01673744000130	Em Operação	TVC	TV CIDADE
TELEVISAO CIDADE S/A	CARAPICUBA	SP	01673744000130	Em Instalação	TVC	TV CIDADE
TELEVISAO CIDADE S/A	GRAVATAI	RS	01673744000130	Em Operação	TVC	TV CIDADE
TELEVISAO CIDADE S/A	JABOATAO DOS GUARARAPES	PE	01673744000130	Em Operação	TVC	TV CIDADE
TELEVISAO CIDADE S/A	JUIZ DE FORA	MG	01673744000130	Em Operação	TVC	TV CIDADE
TELEVISAO CIDADE S/A	NITEROI	RJ	01673744000130	Em Operação	TVC	TV CIDADE
TELEVISAO CIDADE S/A	OLINDA	PE	01673744000130	Em Operação	TVC	TV CIDADE
TELEVISAO CIDADE S/A	PAULISTA	PE	01673744000130	Em Operação	TVC	TV CIDADE
TELEVISAO CIDADE S/A	SAO GONCALO	RJ	01673744000130	Em Operação	TVC	TV CIDADE
TELEVISAO CIDADE S/A	VIAMAO	RS	01673744000130	Em Instalação	TVC	TV CIDADE
TELEVISAO CIDADE S/A	VOLTA REDONDA	RJ	01673744000130	Em Operação	TVC	TV CIDADE
TELEVISAO MAR AZUL 2000 LTDA	ARUJA	SP	03882043000136	Em Instalação	TVC	-
TELEVISAO MAR AZUL 2000 LTDA	VALENCA	RJ	03882043000136	Em Instalação	TVC	-
TELEVISAO SALVADOR LTDA	SALVADOR	BA	33874496000181	Em Operação	TVA	-
TELEVISAO SHOW TIME LTDA	RIO DE JANEIRO	RJ	58535477000151	Em Operação	TVA	-
TELEVISAO SHOW TIME LTDA	SAO PAULO	SP	58535477000151	Em Operação	TVA	-
TELEVISAO TRANSAMÉRICA LTDA	CURITIBA	PR	81731861000141	Em Operação	TVA	-
TNL PCS S.A.	BRASIL		04164616000159	Em Operação	DTH	OI
TRIANON SISTEMA DE COMUNICACAO LTDA	BELO HORIZONTE	MG	01718808000171	Em Operação	TVA	-
TV 2000 LTDA	VITORIA	ES	36046423000190	Em Operação	TVA	-
TV A CABO CAMPO MOURAO LTDA	CAMPO MOURAO	PR	82398124000131	Em Operação	TVC	PLUG TV
TV A CABO CASCAVEL LTDA	CASCAVEL	PR	02973424000168	Em Operação	TVC	GRUPO NET
TV A CABO GUARAPUAVA LTDA	GUARAPUAVA	PR	82370131000125	Em Operação	TVC	GRUPO NET
TV A CABO SAO BENTO LTDA	SAO BENTO DO SUL	SC	08325674000178	Em Operação	TVC	TVC SÃO BENTO
TV A CABO THE WORLD LTDA	CURITIBA	PR	82433822000120	Em Instalação	TVC	-
TV ALPHAVILLE SISTEMA DE TELEVISAO POR ASSINATURA LTDA	BARUERI	SP	65030132000101	Em Operação	TVC	ALPHAVILLE
TV BARIGUI LTDA	CURITIBA	PR	82554437000131	Em Operação	TVC	TV BARIGUI
TV CABO CENTRO-MINAS SERVICOS LTDA	PATOS DE MINAS	MG	02205613000190	Em Operação	TVC	CABO CENTRO-MINAS
TV CABO DE PRESIDENTE VENCESLAU LTDA	PRESIDENTE VENCESLAU	SP	53308540000101	Em Operação	TVC	TV PRESIDENTE VENCESLAU
TV CABO DE SANTO ANASTACIO LTDA	SANTO ANASTACIO	SP	57321499000156	Em Operação	TVC	TV SANTO ANASTÁCIO
TV CABO SAO PAULO LTDA	IJUI	RS	00699284000156	Em Operação	MMDS	KNOB
TV CABO SAO PAULO LTDA	SANTA ROSA	RS	00699284000156	Em Operação	MMDS	KNOB
TV CABO SAO PAULO LTDA	SANTO ANGELO	RS	00699284000156	Em Operação	MMDS	KNOB
TV CABO SAO PAULO LTDA	PERUIBE	SP	00699284000156	Em Operação	TVC	KNOB
TV DELTA DE CURITIBA LTDA.	CURITIBA	PR	81731424000128	Em Operação	TVA	-
TV FILME BELEM SERVICOS DE TELECOMUNICACOES LTDA	BELEM	PA	83917583000147	Em Operação	MMDS	SKY / DIRECTV
TV FILME BRASILIA SERVICOS DE TELECOMUNICACOES LTDA	BRASILIA	DF	01402057000180	Em Operação	MMDS	SKY / DIRECTV
TV FILME GOIANIA SERVICOS DE TELECOMUNICACOES LTDA	GOIANIA	GO	00291648000164	Em Operação	MMDS	SKY / DIRECTV
TV FILME SISTEMAS LTDA	BAURU	SP	02194067000130	Em Operação	MMDS	SKY / DIRECTV
TV FILME SISTEMAS LTDA	BELO HORIZONTE	MG	02194067000130	Em Operação	MMDS	SKY / DIRECTV
TV FILME SISTEMAS LTDA	CAMPINA GRANDE	PB	02194067000130	Em Operação	MMDS	SKY / DIRECTV
TV FILME SISTEMAS LTDA	CARUARU	PE	02194067000130	Em Operação	MMDS	SKY / DIRECTV
TV FILME SISTEMAS LTDA	FRANCA	SP	02194067000130	Em Operação	MMDS	SKY / DIRECTV
TV FILME SISTEMAS LTDA	PORTO VELHO	RO	02194067000130	Em Operação	MMDS	SKY / DIRECTV
TV FILME SISTEMAS LTDA	PRESIDENTE PRUDENTE	SP	02194067000130	Em Operação	MMDS	SKY / DIRECTV
TV FILME SISTEMAS LTDA	UBERABA	MG	02194067000130	Em Operação	MMDS	SKY / DIRECTV
TV FILME SISTEMAS LTDA	VITORIA	ES	02194067000130	Em Operação	MMDS	SKY / DIRECTV
TV JACARANDA LTDA	CIANORTE	PR	02215698000198	Em Operação	TVC	GRUPO NET
TV JACARANDA LTDA	PONTA GROSSA	PR	02215698000198	Em Operação	TVC	GRUPO NET
TV MAIS LIMITADA	NAVIRAI	MS	03473641000151	Em Operação	MMDS	TV MAIS
TV NORTE LTDA	MANTENA	MG	01897502000120	Em Instalação	TVC	-
TV O DIA S/A	RIO DE JANEIRO	RJ	32175739000120	Em Operação	TVA	-
TV SHOW BRASIL SA	FORTALEZA	CE	23592140000100	Em Operação	MMDS	TV SHOW
TV SP2 COMUNICACOES LTDA	LEME	SP	04115925000139	Em Operação	TVC	TVSP2
TV UPAON-ACU LTDA	SAO LUIS	MA	35101468000157	Em Operação	TVA	-
TV VIDEO CABO DE MINAS GERAIS LTDA	ARAGUARI	MG	22241517000105	Em Operação	TVC	ALGAR
TVA BRASIL RADIOENLACES LTDA	CURITIBA	PR	58884495000149	Em Operação	TVA	-
TVA BRASIL RADIOENLACES LTDA	PORTO ALEGRE	RS	58884495000149	Em Operação	TVA	-
TVA SUL PARANA S.A.	CURITIBA	PR	84938786000182	Em Operação	TVC	ABRIL (TVA)
TVA SUL PARANA S.A.	FLORIANOPOLIS	SC	84938786000182	Em Operação	TVC	ABRIL (TVA)
TVA SUL PARANA S.A.	FOZ DO IGUAJU	PR	84938786000182	Em Operação	TVC	ABRIL (TVA)
TVC DE ASSIS LTDA	ASSIS	SP	54703996000120	Em Operação	TVC	TVC ASSIS
TVC DO BRASIL S/C LTDA	PRESIDENTE PRUDENTE	SP	57320434000196	Em Operação	TVC	TVC DO BRASIL
TVC DO PARANA DISTRIBUICAO DE SINAIS DE TELEVISAO LTDA	UMUARAMA	PR	80613409000112	Em Operação	TVC	TVC DO PARANÁ
TVC OESTE PAULISTA LTDA	MARILIA	SP	61500088000103	Em Operação	TVC	GRUPO NET
TVC TUPA LTDA.	TUPA	SP	05794997000112	Em Operação	TVC	TVC TUPÃ
VIDEOMAR REDE NORDESTE S/A	FORTALEZA	CE	63356042000180	Em Operação	TVC	JANGADEIRO
VSAT TELECOMUNICAÇÕES LTDA	VICOSA	MG	05915278000102	Em Operação	TVC	VSAT TELECOMUNICAÇÕES
WAY TV BELO HORIZONTE S/A	BARBACENA	MG	04603960000105	Em Operação	TVC	OI
WAY TV BELO HORIZONTE S/A	BELO HORIZONTE	MG	04603960000105	Em Operação	TVC	OI
WAY TV BELO HORIZONTE S/A	POCOS DE CALDAS	MG	04603960000105	Em Operação	TVC	OI
WAY TV BELO HORIZONTE S/A	UBERLANDIA	MG	04603960000105	Em Operação	TVC	OI

Fonte: ANATEL - set. 2010

ANEXO 3 A

Relação de Canais de TV Paga – Programadoras de Capital Nacional

PROGRAMADORA	CANAL ¹	Nº DE ASSINANTES
CLIMATEMPO METEOROLOGIA	TV CLIMATEMPO	2 milhões
CONCEITO A EM AUDIOVISUAL	CINEBRASIL TV	250 mil
GLOBOSAT	CANAL BRASIL	2,3 milhões
	GLOBOSAT HD	ND
	GLOBO NEWS	5 milhões
	GNT	4,3 milhões
	MEGAPIX	2,2 milhões
	MULTISHOW	5 milhões
	MULTISHOW HD	ND
	SPORTV	4,3 milhões
	SPORTV 2	4,3 milhões
MÍDIA DO BRASIL COM. E SERVIÇOS DE TV	BLUE TV	250 mil
NEWCO	BANDNEWS	2,3 milhões
	BANDSPORTS	1,7 milhões
	SEXPRIVÉ BRASILEIRINHAS	ND
TV CULTURA	TV RÁ-TIM-BUM	2,5 milhões

Fonte: Anuário de Mídias Digitais 2009 (Converge Comunicações) e apuração própria.

1 – Não foram considerados os canais *pay-per-view*, canais de áudio, interativos, televidas, canais aberto e canais locais.

2 – Cabe ressaltar que alguns canais abertos em UHF foram descartados da relação acima por se enquadrarem na norma do “*must carry*”. No entanto, em operações de cabo fora de sua área de concessão UHF ou em serviços de *DTH* e *MMDS* possuem relação econômica análoga aos demais canais exclusivos de TV paga. Segue a relação: Esporte Interativo, Futura, MTV Brasil, Record News e SescTV.

ANEXO 3 B

Relação de Canais de TV Paga – Programadoras de Capital Estrangeiro

PROGRAMADORA	CANAL 1	Nº DE ASSINANTES
ALÉM MAR MÍDIA INTEGRADA	SIC INTERNACIONAL	1,5 milhões
ART NETWORK	ART LATINO	1,5 milhões
BBC WORLD	BBC WORLD NEWS	2,3 milhões
BLOOMBERG LP	BLOOMBERG TELEVISION	2,8 milhões
DEUTSCHE WELLE	DW-TV	nd
DISCOVERY	DISCOVERY CHANNEL	5,2 milhões
	DISCOVERY CIVILIZATION	637 mil
	DISCOVERY HD THEATER	nd
	DISCOVERY HOME & HEALTH	3,9 milhões
	DISCOVERY KIDS	5,815 milhões
	DISCOVERY SCIENCE	637 mil
	DISCOVERY TRAVEL & LIVING	3,024 milhões
	DISCOVERY TURBO	637 mil
	ANIMAL PLANET	3,858 milhões
	PEOPLE & ARTS	4,813 milhões
DISNEY & ESPN	DISNEY CHANNEL	3,7 milhões
	DISNEY HD	nd
	DISNEY XD	3,7 milhões
	ESPN	3,8 milhões
	ESPN BRASIL	nd
	ESPN HD	nd
	PLAYHOUSE DISNEY CHANNEL	300 mil
EUROCHANNEL	EUROCHANNEL	2,5 milhões
FOX	BABYTV	nd
	FOX	nd
	FOX LIFE	nd
	FOX NAT GEO HD	nd
	FOX NEWS	nd
	FX	nd
	NATIONAL GEOGRAPHIC	nd
	SCI FI CHANNEL	nd
	SPEED CHANNEL	nd
	STUDIO UNIVERSAL	nd
HBO	A&E	3 milhões
	BIOGRAPHY CHANNEL	nd
	CINEMAX	1,1 milhões
	E! ENTERTAINMENT	3,3 milhões
	HBO	1,1 milhões
	HBO HD	nd
	HBO FAMILY	1,1 milhões
	HBO PLUS	1,1 milhões
	MAX PRIME	1,1 milhões
	THE HISTORY CHANNEL	3,3 milhões
WARNER CHANNEL	4,1 milhões	

PROGRAMADORA	CANAL ¹	Nº DE ASSINANTES
HSM DO BRASIL	MANAGEMENTV	1,7 milhões
MGM	CASA CLUB TV	1,2 milhões
	MGM	2,9 milhões
	MGM HD	nd
NHK JOHO NETWORK	NHK WORLD	nd
PRAMER	FILM & ARTS	nd
RAI	RAI INTERNATIONAL	2,8 milhões
RTP	RTP INTERNACIONAL	400 mil
RTVE	TVE 24 HORAS	500 mil
	DOCU TVE	nd
	TVE INTERNACIONAL	4 milhões
SAT AMERICA	CANAL ADULTO	nd
SONY / HBO	ANIMAX	de 500 mil a 1,5 milhões
	AXN	3,8 milhões
	SONY	4,1 milhões
THE GOLF CHANNEL	THE GOLF CHANNEL	nd
TURNER	BOOMERANG	nd
	CARTOON NETWORK	nd
	CNN EN ESPAÑOL	nd
	CNN INTERNATIONAL	nd
	FASHION TV	nd
	I.SAT	nd
	SPACE	nd
	SPACE HD	nd
	TCM	nd
	TNT	nd
	TNT HD	nd
	TOONCAST	nd
	TRU TV	nd
TV5 MONDE	TV5 MONDE	1,7 milhões
VIACOM	MTV HITS	nd
	NICKELODEON	4,2 milhões
	NICK JR.	nd
	VH1	2,9 milhões
	VH1 HD	nd
ND	ARIRANG	nd
	EURO NEWS	150 mil
	HENTAI	nd
	MOVIETRAXX	150 mil
	RUSH HD	nd
	SEX ZONE	nd

Fonte: Anuário de Mídias Digitais 2009 (Converge Comunicações) e apuração própria.

1 – Não foram considerados os canais *pay-per-view*, canais de áudio, interativos, televidas, canais aberto e canais locais.

ANEXO 3 C

Relação de Canais de TV Paga – Joint Ventures / Programadoras de Capital Misto

PROGRAMADORA	CANAL ¹	Nº DE ASSINANTES
NBC UNIVERSAL / GLOBOSAT	UNIVERSAL CHANNEL	4,6 milhões
PLAYBOY	PLAYBOY TV	nd
	PLAYBOY TV MOVIES	nd
	PRIVATE	nd
	VENUS	nd
PLAYBOY DO BRASIL	FOR MAN	ND
	SEXY HOT	ND
TELECINE	TELECINE ACTION	ND
	TELECINE CULT	ND
	TELECINE FUN	ND
	TELECINE HD	ND
	TELECINE PIPOCA	ND
	TELECINE PREMIUM	ND
	TELECINE TOUCH	ND
NOVAS MÍDIAS DIGITAIS	WOOHOO	nd

Fontes: Anuário de Mídias Digitais 2009 (Converge Comunicações) e apuração própria.

1- Não foram considerados os canais pay-per-view, canais de áudio, interativos, televendas, canais abertos e canais locais.