

TV por Assinatura - A Força de um Novo Mercado

Walter Longo

Independente das múltiplas formas de transmissão, via Cabo, MMDS ou Satélite, TV por assinatura é uma forma de relação entre o telespectador e o seu aparelho de televisão. É uma relação ativa, e não passiva, onde a multiplicidade de canais e ofertas de programação liberta o telespectador da escravidão dos índices de audiência. Com a TV por assinatura, em vez da TV programar sua vida, é você que programa a vida da sua TV. Você paga, e por isso escolhe. É uma forma definitiva de democratização da comunicação. É o fim do monopólio da informação.

Nos EUA, 40% da audiência já migrou das três redes (ABC,CBS,NBC) para os canais independentes e por assinatura. E a mesma tendência se verifica em quase todos os países onde a TV por assinatura já se encontra num estágio mais desenvolvido.

Na verdade estamos cometendo um grande erro ao levar para o mercado uma discussão tecnológica que não lhe interessa, mas confunde. Temos falado muito sobre Fibra Ótica, Micro-ondas, Compressão de Sinal, Parabólica, etc. Sob a ótica do telespectador, ou assinante, pouco importa se o sinal vem pelo ar, pelo cabo, pelo correio, ou à cavalo. O importante é a programação. E toda essa discussão técnica acaba atrasando a decisão do futuro assinante que, na dúvida, espera para ver o que acontece.

Nós da ABTA queremos que o mercado de TV por assinatura seja encarado como um serviço único, como um só segmento de atividade, independente dos meios de transmissão utilizados.

A verdade, é que nos EUA, 63% dos lares já é assinante. Na Argentina, essa penetração chega à 37%. E no Brasil, é apenas 0.5%! E esse quadro não se alterará, enquanto as regras que regem o mercado continuarem indefinidas como hoje. Essas indefinições, e falta de parâmetros que norteiam o setor, transforma o mercado de TV por assinatura numa estrada propícia para a movimentação de aventureiros.

Hoje, as licenças de Cabo devido à sua escassez, estão sendo usadas como moeda especulativa. Estamos no mercado de papéis, e não de comunicação. Uma licença de DISTV que há um ano valia US\$ 20.000, hoje é negociada por mais de US\$4.000.000, permitindo só aos grandes operadores ou especuladores entrar nesse jogo.

Por isso é fundamental, uma rápida regulamentação do setor, que permita a concessão de mais licenças e que defina as regras de funcionamento desse mercado. Como digo sempre, é preferível um fim com desgraça, que uma desgraça sem fim.

Estamos perdendo um tempo precioso. É bem verdade que o Brasil entrou atrasado nesse mercado muito mais por qualidade que defeito. A

excelente cobertura das TVs abertas, seu sinal presente em 95% do território, e a grande quantidade de programação oferecida, fez com que a TV por assinatura só fizesse sentido quando canais Premium e segmentados passaram a ser oferecidos ao mercado. Por isso a TV por assinatura no Brasil têm apenas 2 anos.

Até o ano passado, o mercado latino americano apresentava um quadro de operadores, ávidos por programação. Neste ano, houve uma completa inversão: uma infinidade de novos canais lutando por espaço na programação dos operadores de TV por assinatura. Os programadores descobriram a América Latina, e passaram a preparar canais exclusivos e segmentados para nossa região. Mas infelizmente estão deixando o Brasil de lado. Uma das razões, é a barreira da língua, mas a principal, é o baixo número de assinantes, e a falta de perspectivas do mercado ainda carente de definições. Com isso, essa programação acaba custando caro, e o assinante paga por isso, passando a ser um produto elitista. O que vem primeiro, o ovo ou a galinha?

Mas não fiquem os senhores achando que esse negócio é para micros e pequenos empresários. Não é. Trata-se de um segmento *capital intensive*, onde grande quantidade de recursos é exigida desde sua implantação. E deve-se levar em conta também, que vivemos num país onde o dinheiro custa muito.

Aliás, muita gente acha que a TV a Cabo é uma mina de ouro. No Brasil não será, e há razões para isso:

- Qualidade da TV brasileira (programação e recepção)
- Heterogeneidade da distribuição da população
- Verticalização das cidades
- etc.

O país terá uma rede híbrida de TV por Assinatura, convivendo com sistemas de Cabo, MMDS e DBS ou DTH.

Enquanto ficamos em lados opostos, defendendo nossas posições, o mercado perde. Temos que nos desvestir de nossos pré-conceitos, de nossas visões viciadas.

1º Exemplo de preconceito: Não podemos ter um operador por cidade, se não ele cria o monopólio.

2º Exemplo: Se as Teles entrarem no negócio vão dominar e transformar em monopólio.

Proibir as Teles de participar desse negócio é outra forma de monopólio. Somos contra qualquer tipo de monopólio. Tanto do governo quanto da iniciativa privada. O bom senso deve prevalecer. Afinal, onde as Teles possuem, ou vão possuir infra-estrutura, ninguém vai cometer a insanidade de duplicar investimentos

Nossa opinião não é pela privatização, e sim pela desregulamentação.

Queremos uma contribuição efetiva entre governo e iniciativa privada, buscando a compatibilização de redes e conseqüente ganho de produtividade. Somos contra a atitude da Telemig e estamos torcendo para um entendimento entre as partes.

3º Exemplo: O investimento estrangeiro significa a perda da soberania nacional.

O político italiano Sandro Pertini dizia sobre seu país: "Governar a Itália não é difícil. É inútil". Tentar controlar a informação também não é difícil, mas inútil. Pode-se criar formas de coibir a participação estrangeira em cabos ou frequências de radiodifusão. Mas controlar o DBS é impossível. Os novos satélites PanamSat e Nahuel com Banda KU estão chegando. Nos EUA, apesar da rede de Cabos, estão lançando a Directv com mais de 100 canais. Vamos criar parâmetros de funcionamento que garantam qualidade tecnológica e de serviços, mas não devemos colocar uma camisa de força num negócio que ainda não nasceu.

4º exemplo de preconceito: TV por assinatura é um serviço oferecido apenas a poucos privilegiados.

Hoje é, mas também pode ser a chance que o Brasil tem de democratizar a Cultura. A independência dos índices de audiência é que permite a difusão da segmentação e da cultura. No Western Cable Show deste ano estavam sendo lançados 65 canais:

- Golf Channel
- History Channel
- Kaleidoscope/ canal de paraplégicos
- Health Channel
- Food Channel
- Gay Channel/ manifestação das minorias
- Korean Channel/ etnias

5º exemplo: os operadores de TV por assinatura devem ser obrigados a..

Atitude deve ser de incentivar, e não de obrigar:

- Desconto de imposto para conectar escolas
- Canal para partidos ou Congresso - horário gratuito não obrigatório.
- Cabo deve dar acesso, não subsidiar.

O que queremos:

- sentar numa mesa de negociação e conciliar interesse de todos os lados.
- agilizar a regulamentação da Cabodifusão, procurando dar um tratamento semelhante as normas que regem o MMDS - é tudo TV por assinatura.
- Criar uma infra-estrutura moderna, voltada para o futuro, mas dentro da realidade econômica e social do país.

E, finalmente:

- Utilizar esse serviço como uma real contribuição social através da democratização da cultura, e o início de uma era onde todos terão acesso à informação.

É nisso que a nossa Associação acredita, e é para isso que estamos lutando.