FOLHA DE S.PAULO Opinião

São Paulo, sábado, 11 de junho de 2011

TENDÊNCIAS/DEBATES

É correta a decisão de abrir o mercado de TV a cabo para empresas de telefonia?

SIM

Consumidor terá maior oferta de serviços

JOÃO REZENDE

A Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel) é favorável à abertura do mercado de TV a cabo a todos os novos investidores, indistintamente, para estimular a ampliação da oferta do serviço e, consequentemente, tornar possível o acesso à banda larga para aproximadamente 4,4 milhões de novos domicílios -o que significará a inclusão digital de mais de 16 milhões de pessoas, conforme aponta recente estudo setorial.

Ao propor uma nova regulamentação para o serviço, a Anatel adotou como preceitos básicos que a TV a cabo é serviço de interesse coletivo, prestado no regime privado.

Importante registrar que a própria Lei de TV a Cabo estabeleceu que as outorgas não têm caráter de exclusividade, em nenhuma área de prestação do serviço, o que deixa evidente a intenção do legislador de não fazer reserva de mercado e criar condições adequadas para a promoção da competição, essencial para a ampliação da oferta, com melhor qualidade e a menores preços para os usuários.

Na telefonia fixa, na telefonia móvel e na banda larga também não existem restrições à entrada de novos competidores.

Na análise da Anatel, foram resguardadas todas as especificidades da Lei de TV a Cabo e, principalmente, levou-se em consideração que o serviço não envolve recursos escassos que limitem a sua prestação, ao contrário do que ocorre com as transmissões via satélite ou micro-

ondas. Pela proposta, a prestação do serviço será possível a qualquer interessado, sem limite ao número de autorizações. Atualmente, apenas 262 municípios são atendidos pela TV a cabo- ao mesmo tempo, existem na Anatel mais de mil pedidos de autorização para prestar o serviço, distribuídos por cerca de 600 municípios.

A abertura do mercado de TV a cabo deve alavancar novos investimentos e proporcionar, segundo o estudo técnico, em três anos, receita adicional de R$ 4,8 bilhões/ano ao setor, gerando uma arrecadação de ICMS, para os Estados, de R$ 1,2 bilhão/ano e de cerca de R$ 200 milhões/ano em tributos federais.

Entretanto, isso não é o mais importante para a Anatel. Na ótica da agência, o principal beneficiado é o consumidor - que passa a contar com maiores diversidade e oferta de serviços. Tão relevante quanto a inclusão de novos usuários são os avanços a serem obtidos em cultura e em educação, por meio da promoção da diversidade de opiniões e do estímulo à divulgação da educação, das artes e da cultura no país. As decisões da agência não confrontam qualquer dispositivo legal.

É fundamental salientar, ainda, que a proposta da Anatel está aberta à manifestação da sociedade, por um período de 40 dias de consulta pública. Todas as contribuições feitas serão devidamente respondidas e divulgadas, com total transparência. Para a Anatel, a ampliação da oferta do serviço de TV a cabo, em contraste com a tendência monopolista, é um estímulo à convergência que hoje se discute no Senado, por meio do PLC 116.

O debate em curso no Congresso amolda o futuro e amplia as possibilidades convergentes na telecomunicação. Certamente, o projeto legislativo deverá ir além da proposta da agência, e o ano de 2011 será um marco para todo o setor de telecomunicações no país e para a sociedade brasileira - tanto pelas decisões da Anatel como pelo trabalho do Senado Federal.

JOÃO BATISTA DE REZENDE, conselheiro da Anatel, é mestre em economia pela PUC-SP. Foi economista do Dieese, secretário da Fazenda de Londrina (Paraná) e presidente da Sercomtel Telecomunicações.

Os artigos publicados com assinatura não traduzem a opinião do jornal. Sua publicação obedece ao propósito de estimular o debate dos problemas brasileiros e mundiais e de refletir as diversas tendências do pensamento contemporâneo. debates@uol.com.br

Texto Anterior: Cesar Maia: Indignados

Próximo Texto: Arthur Barrionuevo: Proposta surge em momento inadequado

Índice | Comunicar Erros