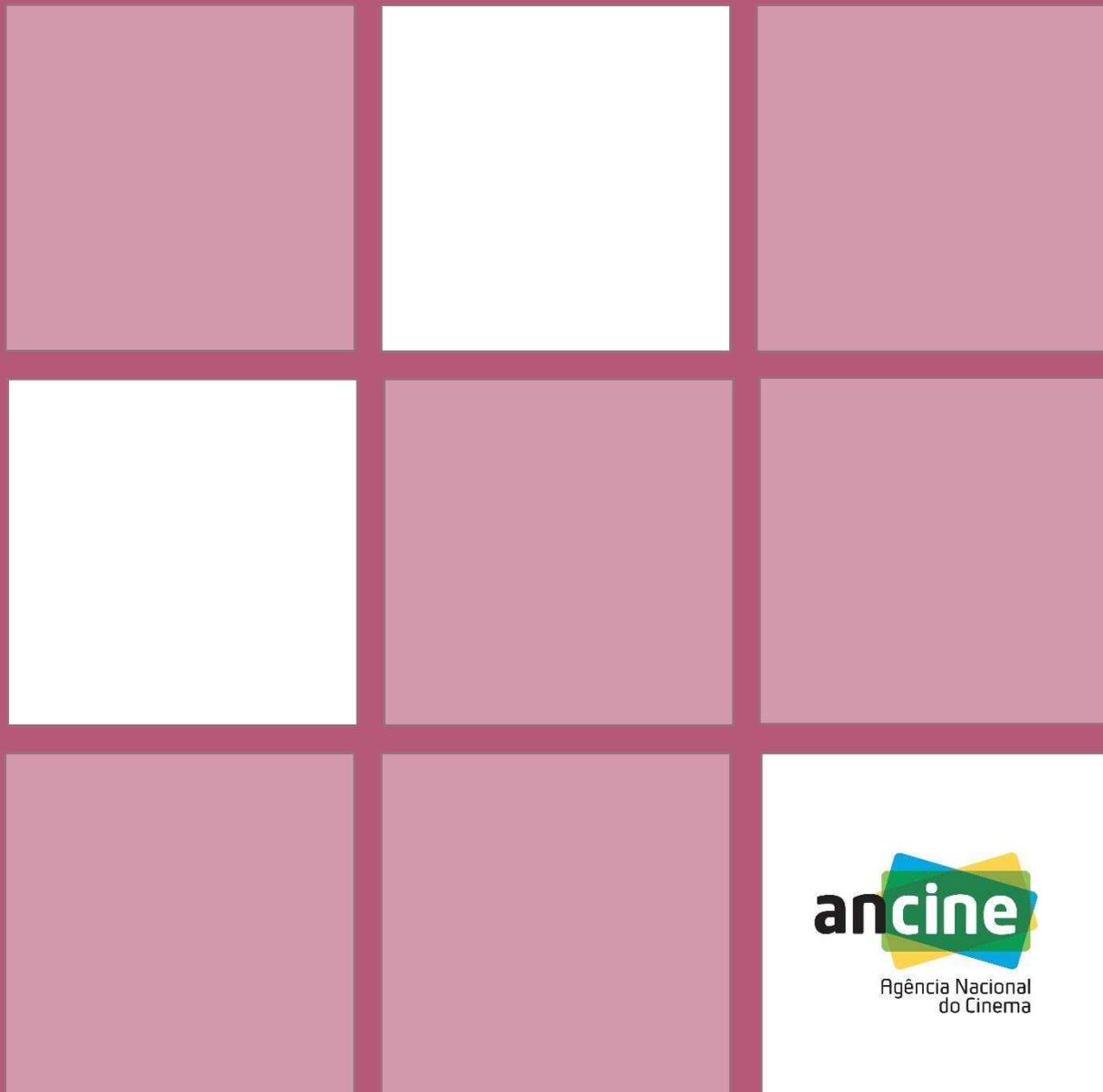


Assinantes no Mercado de Programação na TV por Assinatura 2018

(Junho de 2016 a Dezembro de 2017)





A ANCINE – Agência Nacional do Cinema é uma agência reguladora que tem como atribuições o fomento, a regulação e a fiscalização do mercado do cinema e do audiovisual no Brasil. É uma autarquia especial, vinculada desde 2003 ao Ministério da Cultura, com sede e foro no Distrito Federal e Escritório Central no Rio de Janeiro.

A missão institucional da ANCINE é induzir condições isonômicas de competição nas relações dos agentes econômicos da atividade cinematográfica e videofonográfica no Brasil, proporcionando o desenvolvimento de uma indústria competitiva e auto-sustentada.

Diretoria Colegiada
Christian de Castro Oliveira - Diretor-Presidente
Alex Braga Muniz
Debora Ivanov

<http://www.ancine.gov.br/>



O Observatório Brasileiro do Cinema e do Audiovisual – OCA é um repositório público de informações e análises do mercado cinematográfico e audiovisual brasileiro produzidas pela Agência Nacional do Cinema - ANCINE.

Editor

Cainan Baladez

Revisão

Filipe Sarmento

<http://oca.ancine.gov.br/>

Superintendente de Análise de Mercado

Luana Maíra Rufino Alves da Silva

Coordenadora de Estudos Regulatórios e Concorrenciais

Bruna Fontes Roppa

Elaboração

Taianny Rodrigues Oliveira
Técnica em Regulação da Atividade
Cinematográfica e Audiovisual
Bruna Fontes Roppa
Especialista em Regulação da Atividade
Cinematográfica e Audiovisual
Carlos Henrique Nascimento da Silva
Especialista em Regulação da Atividade
Cinematográfica e Audiovisual
Tainá Leandro
Especialista em Políticas Públicas e Gestão
Governamental

Apoio Técnico

Taianny Rodrigues Oliveira
Técnica em Regulação da Atividade
Cinematográfica e Audiovisual
Bruna Fontes Roppa
Especialista em Regulação da Atividade
Cinematográfica e Audiovisual

Fontes

Todos os dados apresentados foram extraídos do processamento das informações de números de assinantes, fornecidas pelas empresas programadoras registradas na Agência Nacional do Cinema. Consolidação dos dados realizada em 16/04/2018.

O Informe do Mercado de Programação na TV por assinatura é uma publicação da Superintendência de Análise de Mercado com periodicidade anual.

Publicado no Observatório Brasileiro do Cinema e do Audiovisual – OCA em 13/06/2018.

Sumário

Sumário	2
Introdução.....	3
Total de Assinantes.....	5
Assinantes de Canais HD <i>versus</i> SD.....	7
Fonte: Elaboração própria.....	9
Assinantes de Canais Básicos <i>versus</i> Premium.....	10
Assinantes por Categoria de Canal.....	12
Assinantes por Tipo de Canal de Espaço Qualificado	18
Assinantes por Grupo Econômico e Programadora.....	21
Avaliação da Concentração no Mercado de Programação	23
HHI – Índice de Hirschman – Herfindahl.....	23
CR4 – Razões de Concentração das 4 Maiores Empresas.....	24
Apêndice: Listas de canais por categorias temáticas.....	26

Índice de Tabelas

Tabela 1 – Ranking das programadoras de TV por Assinatura – dezembro de 2017.....	21
Tabela 2– HHI dos assinantes por mercado	24
Tabela 3– CR4 dos assinantes por mercado	25
Tabela 4 – Nível de concentração do CR4.....	25

Índice de Gráficos

Gráfico 1 – Total de assinantes na TV por Assinatura versus Total de Assinantes do Conjunto de Canais – 2016 e 2017.....	6
Gráfico 2 – Evolução do número de canais ofertados na TV por assinatura – 2016 e 2017	6
Gráfico 3 – Canais e Assinantes – SD versus HD – 2016 e 2017	7
Gráfico 4 – Canais e Assinantes – SD e HD Similares – 2016 e 2017	9
Gráfico 5 – Canais e Assinantes – Básicos versus Premium – 2016 e 2017	11
Gráfico 6 – Canais e Assinantes por Categoria – 2016 e 2017	12
Gráfico 7 – Canais e Assinantes – Filmes e Séries Básicos versus Premium – 2016 e 2017	14
Gráfico 8 – Canais e Assinantes – Esportes Básicos versus Premium – 2016 e 2017.....	16
Gráfico 9 – Canais e Assinantes de Espaço Qualificado – 2016 e 2017	19

Índice de Figuras

Figura 1 – Entrada e Saída de Canais no Mercado de Programação – 2016 e 2017	20
--	----

Introdução

O Informe de Assinantes no Mercado de Programação na TV por Assinatura procura apresentar os dados sobre esta atividade no que diz respeito aos números de assinantes dos canais de TV paga comercializados no país. Para que fosse possível acompanhar e analisar sua evolução ao longo do tempo, foram utilizados dados advindos das empresas programadoras – que foram agregados e categorizados conforme metodologia disponível em https://oca.ancine.gov.br/sites/default/files/repositorio/pdf/informe_mercado_de_programacao_metodologia.pdf – semestralmente desde junho de 2016 até dezembro de 2017.

Inicialmente serão apresentados (i) os números totais de assinantes de TV paga no Brasil – publicados pela Agência Nacional de Telecomunicações (ANATEL), (ii) os números totais de assinantes por canal, considerando o conjunto de canais¹ – processados pela ANCINE, e (iii) a evolução do número de canais disponíveis para contratação no mercado². Em seguida, os canais são analisados segundo (iv) a tecnologia de definição da imagem (canais em definição padrão, ou SD³, *versus* canais em alta definição, ou HD⁴) e (v) o valor agregado da sua programação – considerando preço, modelo de oferta e a exclusividade do conteúdo veiculado (canais básicos *versus* canais *premium*).⁵

É característica do setor a segmentação temática dos canais de programação por nichos de interesse dos consumidores, de modo que este informe também apresenta (vi) os números agregados de assinantes a partir das categorias: filmes e séries, esportes, documentários, infantil, variedades e notícias.

Além disso, são publicados (vii) os números agregados de assinantes segundo a constituição de espaço qualificado⁶ dos canais – classificação criada pela Lei 12.485/2011, que agrupa os canais de TV paga de acordo como tipo de conteúdo audiovisual veiculado no horário nobre, a nacionalidade desse tipo de canal, o tempo de veiculação de obras brasileiras e obras estrangeiras

¹Ver metodologia em: https://oca.ancine.gov.br/sites/default/files/repositorio/pdf/informe_mercado_de_programacao_metodologia.pdf.

² Para detalhes acerca do levantamento de canais comercializados no mercado, [consultar metodologia](#).

³ Do termo em inglês *standard definition*.

⁴ Do termo em inglês *high definition*.

⁵ Para a definição de canais básicos e *premium*, [consultar metodologia](#).

⁶“Espaço Qualificado” é definido como espaço total do canal de programação, excluindo-se conteúdos religiosos ou políticos, manifestações e eventos esportivos, concursos, publicidade, televentas, infomerciais, jogos eletrônicos, propaganda política obrigatória, conteúdo audiovisual veiculado em horário eleitoral gratuito, conteúdos jornalísticos e programas de auditório ancorados por apresentador.

independentes e ainda as relações de coligação e controle dos canais com empresas concessionárias de radiodifusão.

Por fim, é apresentado um panorama sobre (viii) o mercado a partir das empresas programadoras responsáveis pelos canais considerados e (ix) os grupos econômicos aos quais pertencem essas empresas, assim como (x) os índices de concentração desse mercado.

Total de Assinantes

Segundo dados publicados pela ANATEL, em dezembro de 2017 foram registrados 17.974.382 assinantes de TV paga em todo o país⁷. Em relação a dezembro de 2016, o serviço perdeu 821.203 assinantes, o que corresponde a uma redução de 4,4% do mercado consumidor no período.

Comparativamente, no mesmo período, o total de assinaturas do conjunto de canais na TV paga brasileira foi de aproximadamente 1,4 bilhão. Em que se pese o mercado ter sofrido queda no número de assinantes⁸, entre dezembro de 2016 e dezembro de 2017 houve um incremento de 6,1% no total do conjunto das assinaturas por canal, o que parece indicar um aumento da oferta de canais dentro dos pacotes comercializados no período.

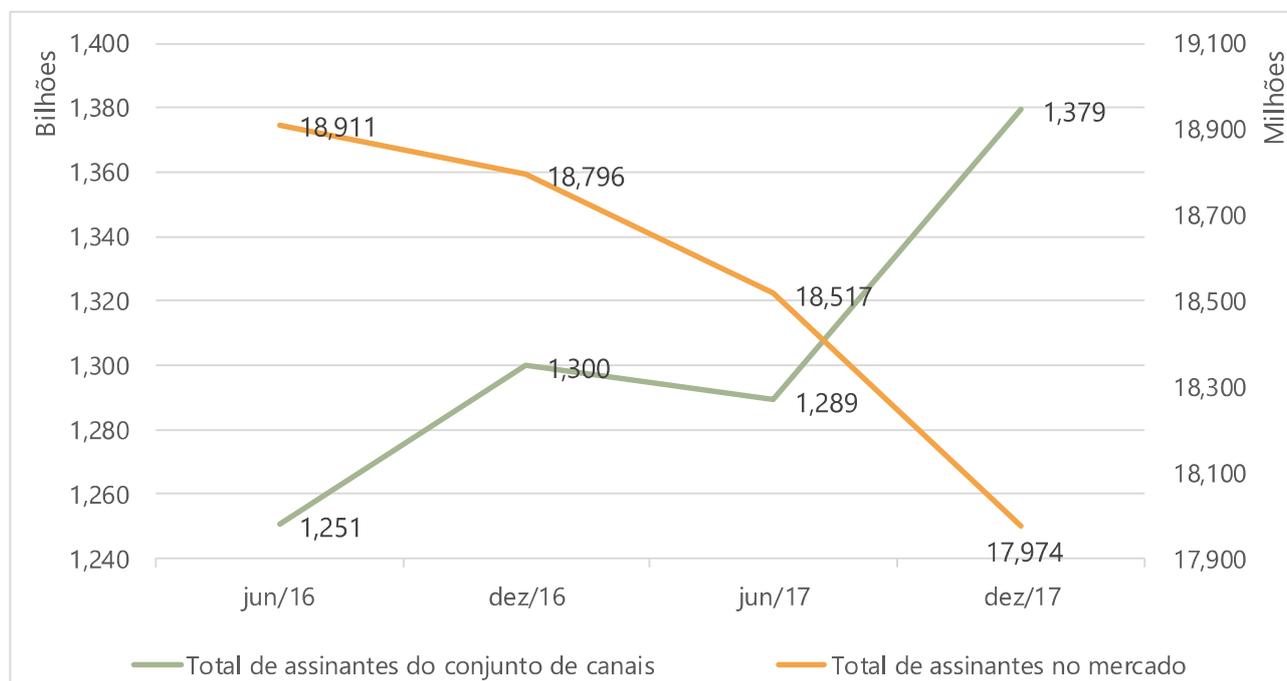
Vale mencionar a grande diferença na quantidade de assinantes existente na TV por assinatura brasileira e os dados aqui apresentados. Isto ocorre porque há uma múltipla contagem de assinantes, uma vez que um indivíduo que firmou um contrato com uma dada empresa será assinante em todos os canais pertencentes ao pacote contratado, ou seja, cada canal individualmente o contabilizará como assinante, de tal forma que ele aparecerá diversas vezes na base. Ou seja, dado que os pacotes de TV por assinatura incluem mais de um canal de programação, o número de assinantes do conjunto de canais é consideravelmente maior do que o número de assinantes de TV por assinatura (Gráfico 1). Vale notar ainda a entrada líquida de onze canais no mercado durante o período analisado, o que representa um aumento de 5,4% (Gráfico 2).⁹

⁷ Dados fornecidos pela Anatel em <http://www.anatel.gov.br/dados/destaque-1/215-tv-paga-registra-17-9-milhoes-de-assinantes-em-janeiro> Acesso em 18/05/2018.

⁸ Para mais informações ver "Efeitos da crise econômica nos mercados de programação e de empacotamento da TV por Assinatura no Brasil", disponível em: https://oca.ancine.gov.br/sites/default/files/repositorio/pdf/est_efeitostvpaga.pdf

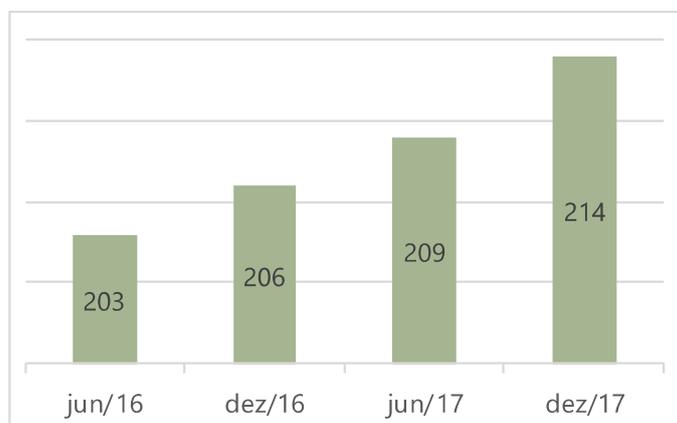
⁹ Para maior detalhamento sobre a entrada e saída de canais no mercado ao longo do período em análise, consultar Figura 1.

Gráfico 1 – Total de assinantes na TV por Assinatura versus Total de Assinantes do Conjunto de Canais – 2016 e 2017¹⁰



Fonte: Elaboração própria.

Gráfico 2 – Evolução do número de canais ofertados na TV por assinatura – 2016 e 2017¹¹



Fonte: Elaboração própria.

¹⁰ Como o dado de assinantes de junho a setembro de 2017 divulgado pela Anatel não estava disponível, optou-se pela realização de uma estimativa baseada na taxa de crescimento mensal composta (ou *Compound Monthly Growth Rate*, CMGR), pela fórmula:

$$CMGR = \left[\frac{ValorFinal}{ValorInicial} \right]^{\frac{1}{Número de Meses}} - 1$$

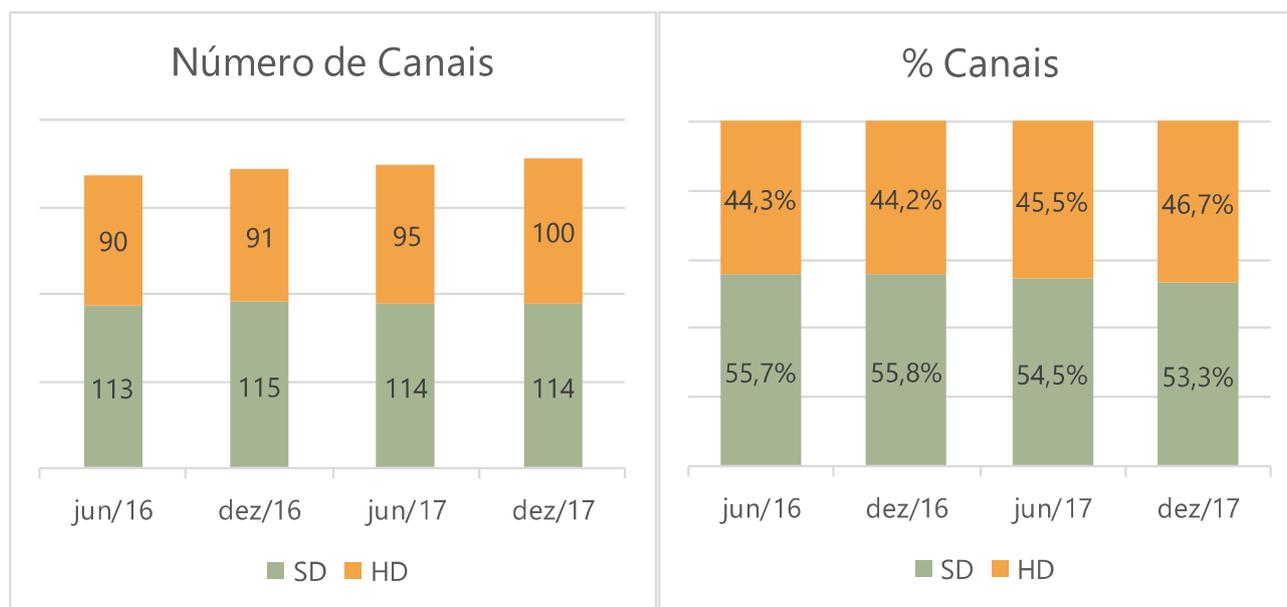
¹¹ Para detalhes sobre o levantamento de canais, [consultar metodologia](#).

Assinantes de Canais HD versus SD

Com o avanço da tecnologia de definição da imagem e a popularização dos televisores HD, o número de canais em alta definição vem aumentando na TV paga brasileira. Do grupo analisado, 14 novos canais entraram no mercado entre junho de 2016 e dezembro de 2017, sendo 12 deles em HD¹²⁻¹³. Apesar disso, os assinantes de canais em SD ainda são maioria, como mostra a evolução do número de assinantes e canais em SD e HD ao longo dos quatro semestres em análise (Gráfico 3).

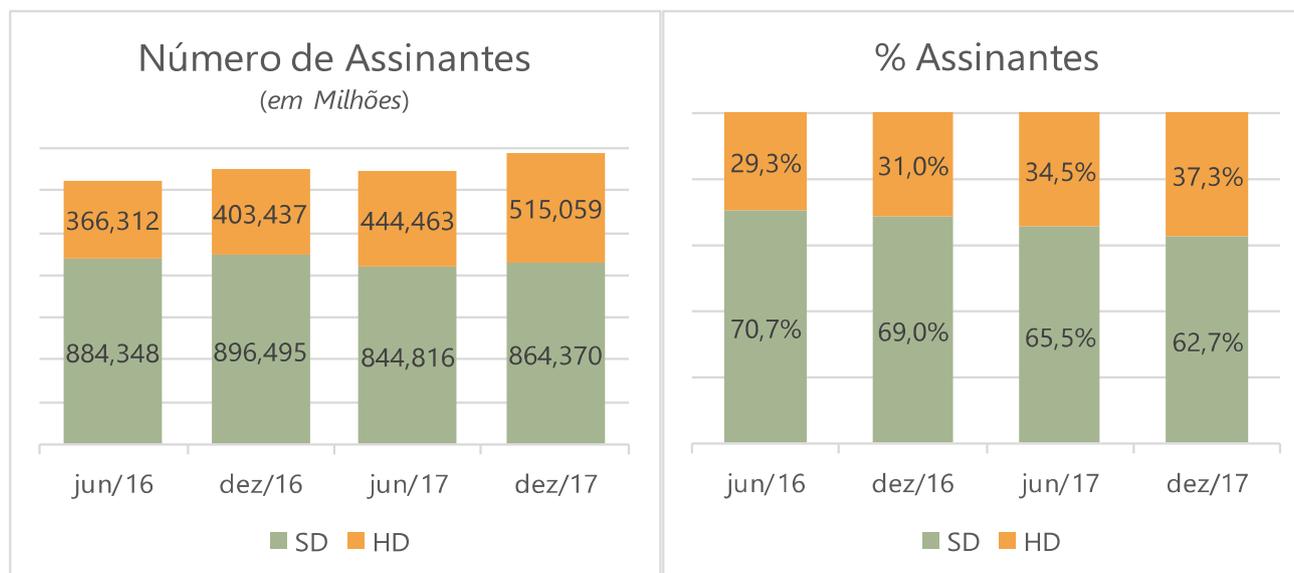
Em dezembro de 2017, 53,3% do total de canais ofertados eram canais em definição padrão e representavam 62,7% das assinaturas. Os canais HD por sua vez refletem 46,7% dos canais ofertados e 37,3% das assinaturas no período.

Gráfico 3 – Canais e Assinantes – SD versus HD – 2016 e 2017



¹² Ao longo do informe, foi considerado como critério de entrada no mercado o período em que a ANCINE recebeu as primeiras informações de seus números de assinantes, ou o primeiro período em que figuraram no levantamento de canais disponíveis no mercado, realizado a partir da listagem de canais das principais operadoras, sempre em junho e em dezembro. Assim, as datas apresentadas não necessariamente coincidem com o primeiro mês de oferta desses canais no segmento. Já para os canais que saíram do mercado, foram considerados os períodos em que a agência deixou de receber seus números de assinantes, tendo posterior confirmação do encerramento de suas atividades.

¹³ Entre junho de 2016 e dezembro de 2017, 14 novos canais entraram no mercado, sendo 2 em definição padrão – SD (NatGeo Wild e Sundance Channel), e 12 em alta definição – HD (E! Entertainment Television HD, Boomerang HD, Lifetime HD, Arte 1 HD, Studio Universal HD, Syfy HD, TV Rá Tim Bum HD, Curta! HD, Chef TV HD, Woohoo HD, Discovery Civilization HD e Discovery Science HD). No mesmo período saíram do mercado os canais Mix TV (SD), BBC Earth HD e Nick HD.



Fonte: Elaboração própria.

Como se pode notar, há um incremento gradual nas assinaturas dos canais HD, em detrimento das assinaturas dos canais SD, muito embora estes últimos sigam concentrando o maior número de assinantes na maioria dos casos em que há canais SD e HD análogos, isto é, com mesma programação¹⁴. Isso pode refletir o fato de os pacotes de maior penetração do mercado serem os pacotes básicos¹⁵ ou de entrada, compostos majoritariamente por canais SD, enquanto que os canais HD, apesar de em número crescente, geralmente estão concentrados em pacotes básicos estendidos e/ou pacotes *premium*, mais onerosos e com menor penetração de mercado.

Os pacotes que oferecem os canais HD costumam disponibilizar também o respectivo canal em SD, com mesma programação¹⁶, resultando em um número considerável de assinantes que recebem o mesmo canal, em ambas as tecnologias (Gráfico 4). Esse número foi crescente ao longo dos quatro semestres em análise, tendo registrado, em dezembro de 2017, 61,5% das assinaturas do mercado. No mesmo período, 88,8% dos canais ofertados eram canais com versões similares em SD e HD, enquanto que somente 8,9% dos canais tinham uma única versão em SD, e 2,3%, em HD.

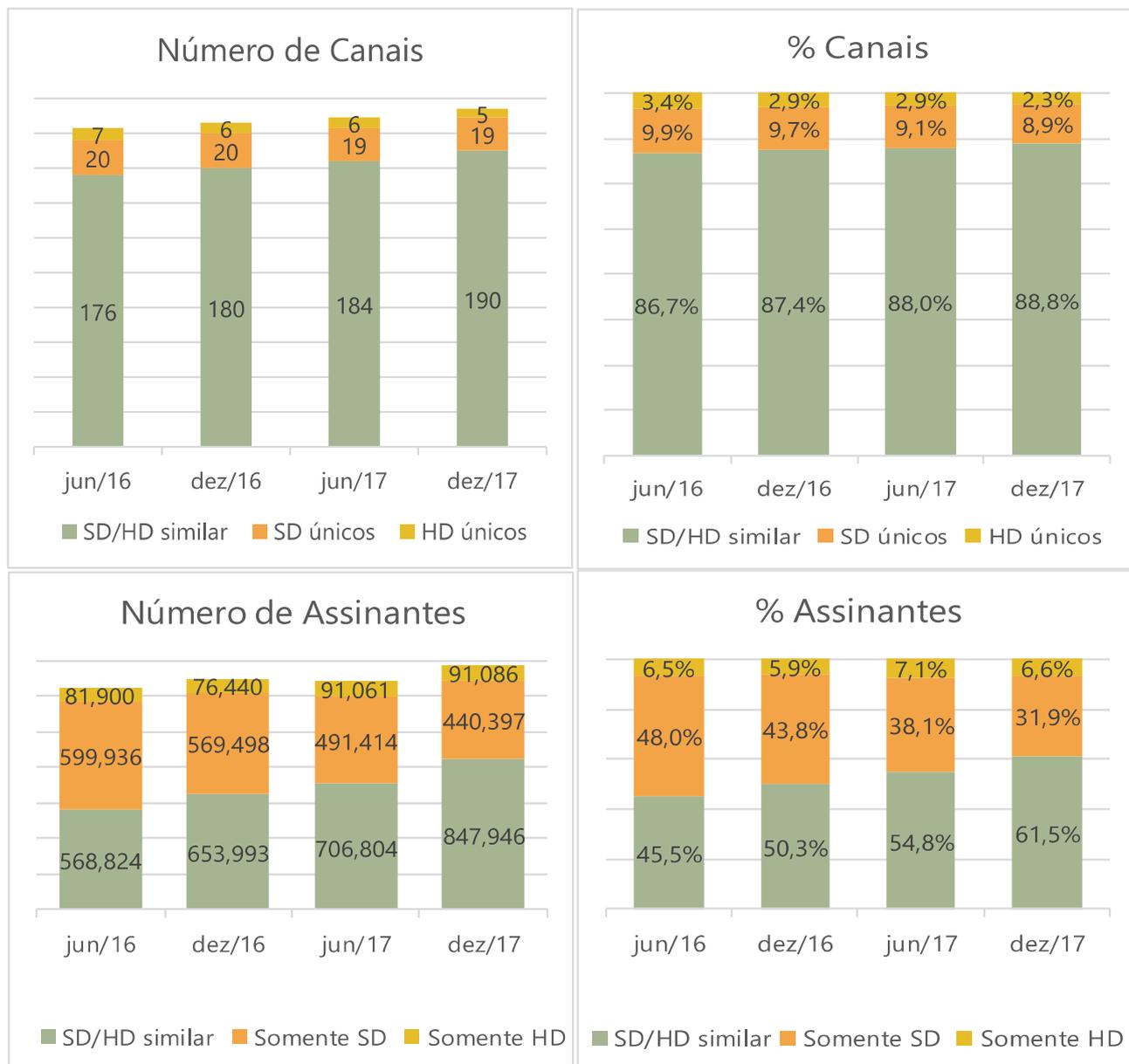
Observa-se uma tendência de surgimento de novos canais similares a canais já existentes, em outra tecnologia. Todos os 14 canais entrantes no mercado entre junho de 2016 e dezembro de 2017 são análogos a canais já ofertados em uma das tecnologias – SD ou HD.

¹⁴ A grande maioria dos canais HD em operação no Brasil veiculam programação análoga ao respectivo canal SD. Apenas os canais Disney Channel e Disney Channel HD declaram ter programação distintas entre eles.

¹⁵ Para definição de pacotes de entrada, básicos, básicos estendidos e pacotes *premium*, [consultar metodologia](#).

¹⁶ Para o levantamento de canais disponíveis no mercado, foram consultadas as listagens de canais por pacote das principais operadoras de TV por assinatura, sempre em junho e em dezembro.

Gráfico 4 – Canais e Assinantes – SD e HD Similares – 2016 e 2017



Fonte: Elaboração própria.

Assinantes de Canais Básicos *versus* Premium

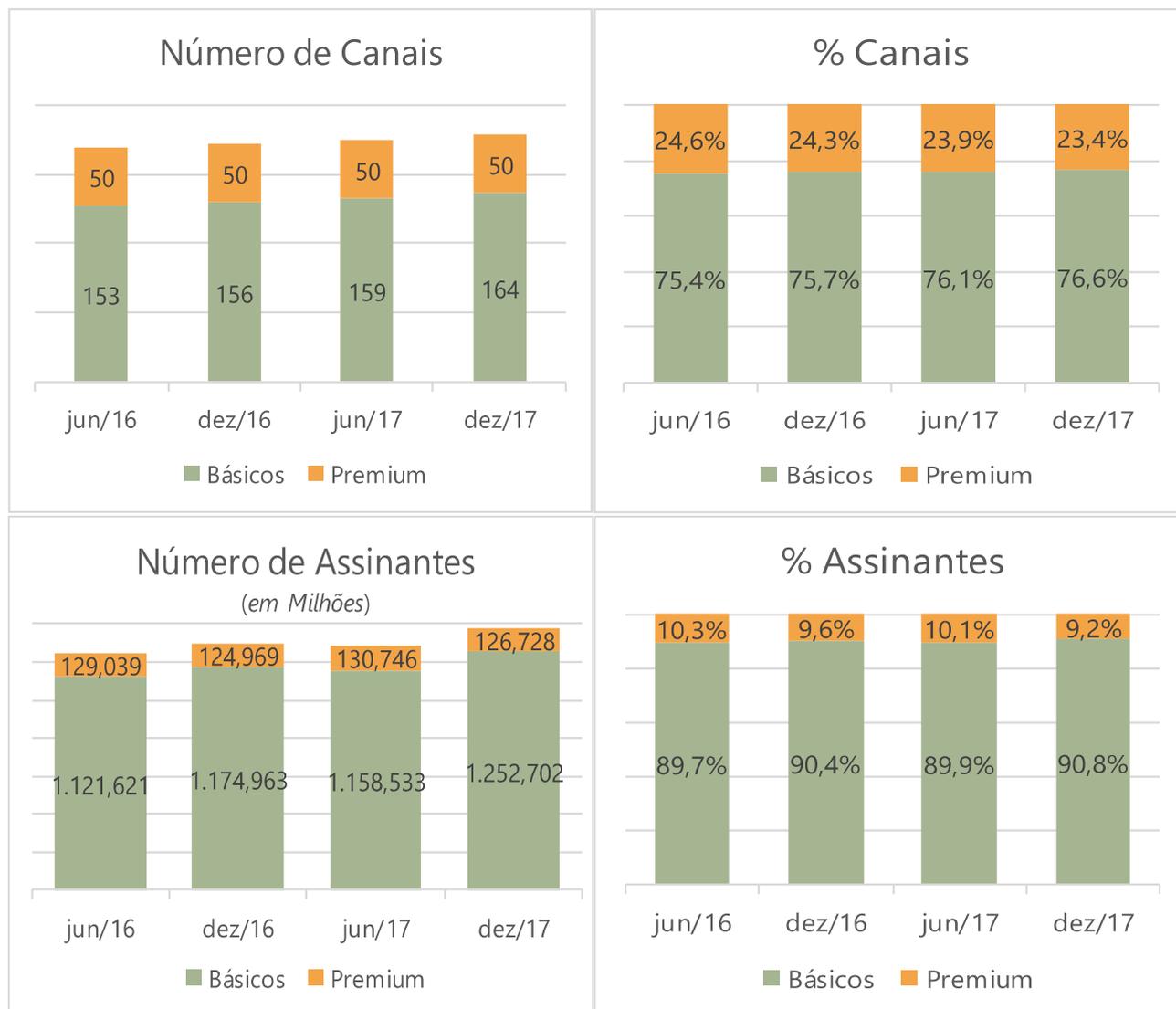
Da diferenciação dos canais de programação entre básicos e *premium*¹⁷, enquanto houve um incremento de 6,6% no volume de assinaturas do conjunto de canais básicos, entre dezembro de 2016 e dezembro de 2017 o total de assinantes dos canais *premium* cresceu apenas 1,4% no mesmo período (Gráfico 5).

Em dezembro de 2017, 76,6% dos canais de TV paga ofertados no Brasil eram canais básicos, os quais contavam com 90,8% das assinaturas. Dito de outra forma, 23,4% do total de canais eram considerados *premium* e representam apenas 9,2% do conjunto de assinantes no período.

Comparando com os períodos anteriores, foi observado um crescimento gradual no número de canais básicos, em contraposição ao número de canais *premium*, que se manteve estável. Por outro lado, o número de assinantes dos canais *premium* varia positivamente entre dezembro de 2016 e junho de 2017 e negativamente entre junho e dezembro de 2017. Esta oscilação, como será visto mais à frente, está relacionada ao volume de assinantes da categoria de canais de esportes *premium*, decorrente de um efeito sazonal.

¹⁷Para definição de canais básicos e *premium*, consultar metodologia.

Gráfico 5 – Canais e Assinantes – Básicos versus Premium – 2016 e 2017



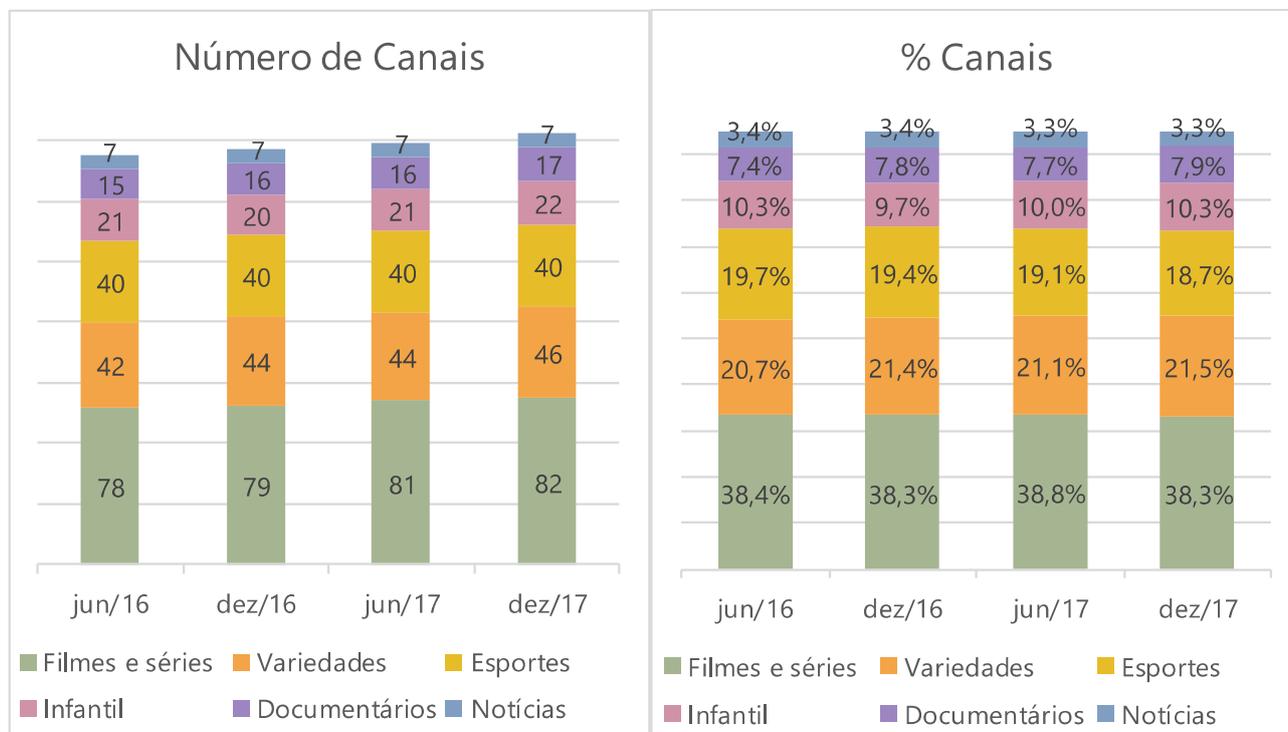
Fonte: Elaboração própria.

Assinantes por Categoria de Canal

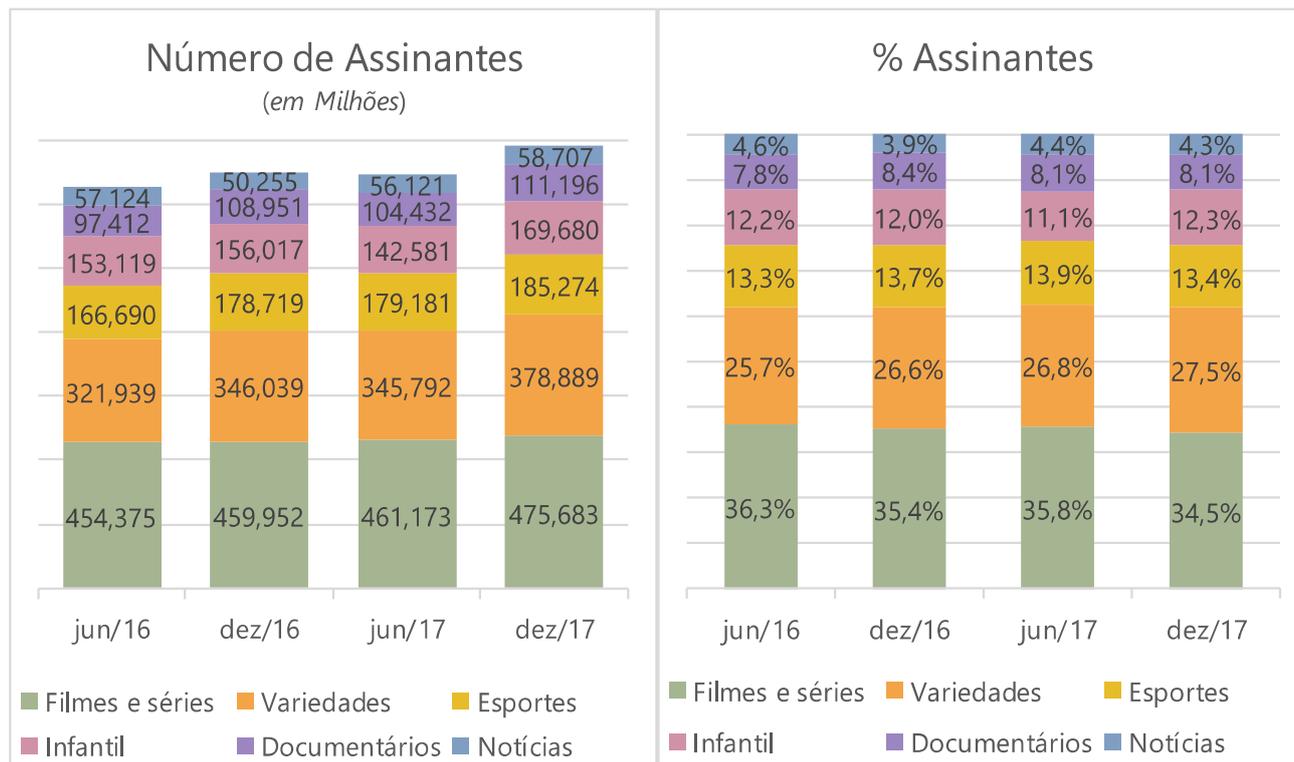
Na TV por assinatura, as programadoras atuam na alocação dos conteúdos produzidos em canais de programação geralmente segmentados por categorias temáticas, baseada nos nichos de interesse dos espectadores – são elas: filmes e séries, documentários, infantil, esportes, variedades e notícias¹⁸. A seguir, é apresentado um panorama da evolução dos canais de programação, considerando seus números de assinantes, agrupados por categorias temáticas.

A categoria que concentra o maior número de assinaturas durante todo o período analisado é a de filmes e séries. Em dezembro de 2017, 34,5% dos assinantes do conjunto de canais faziam parte desta categoria. Em seguida, a categoria variedades aparece com 27,5% dos assinantes no mesmo período. As categorias esportes e infantil representaram 13,4% e 12,3% do mercado, respectivamente, enquanto que as categorias documentários e notícias registraram juntos 12,3% dos assinantes no período. As categorias que apresentaram maior crescimento médio de número de assinantes no período foram as de variedades e documentários, pela entrada de canais desta categoria no mercado, como será visto.

Gráfico 6 – Canais e Assinantes por Categoria – 2016 e 2017



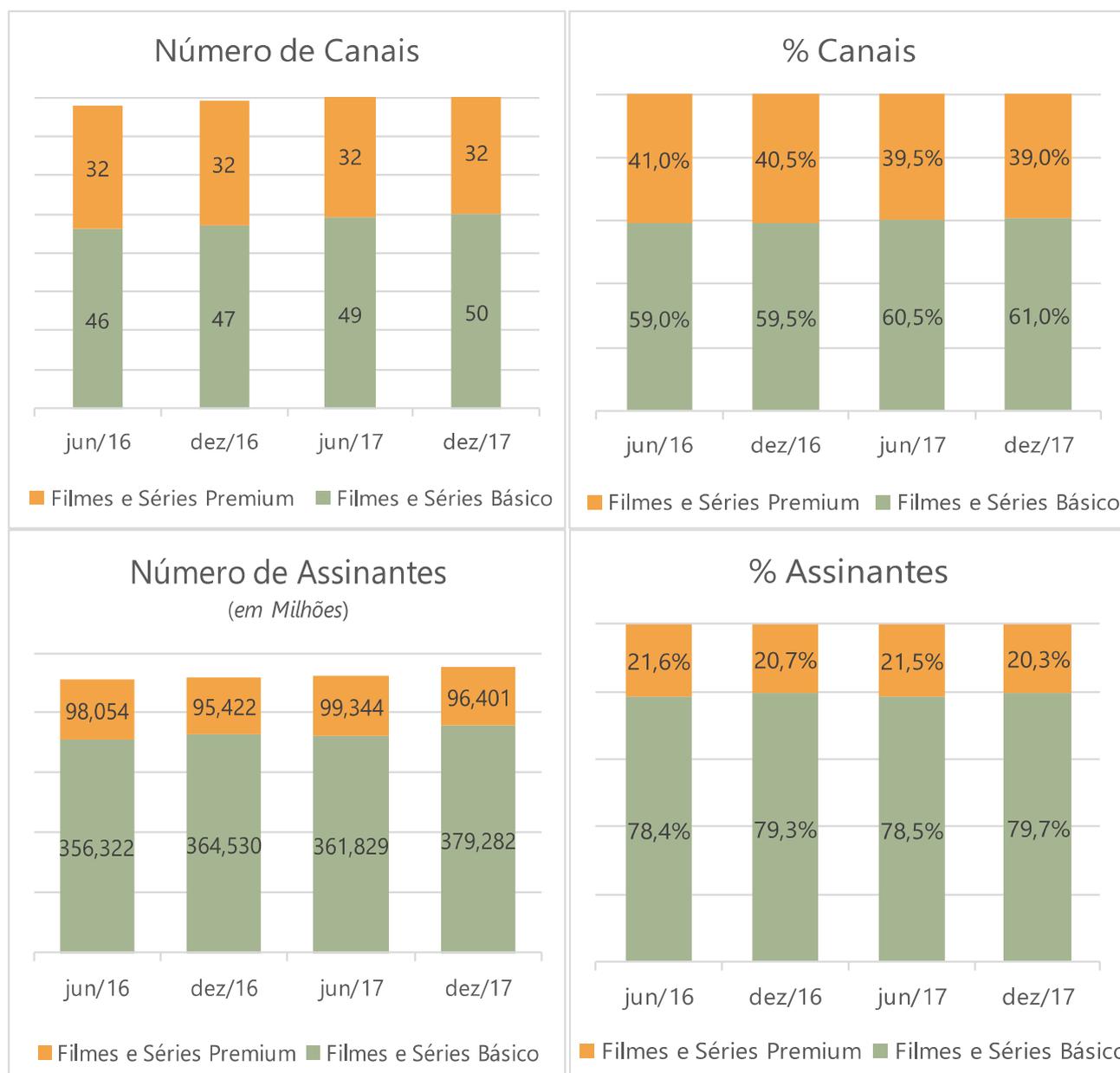
¹⁸ Para detalhamento acerca da segmentação dos canais em categoria, ver metodologia.



Fonte: Elaboração própria.

A categoria **filmes e séries** representou uma média de 35,5% do volume de assinantes do mercado entre junho de 2016 e dezembro de 2017. Segmentando esta categoria em filmes e séries básicos e *premium*, observou-se que, em dezembro de 2017, 39,0% dos canais de filmes e séries eram canais *premium*, que correspondem a somente 20,3% do volume de assinaturas desses canais. Já os canais básicos de filmes e séries correspondiam a 61,0% dos canais da categoria e registraram 79,7% do volume de assinantes. Se comparado a dezembro de 2016, o número de canais de filmes e séries básicos cresceu 6,4%, crescimento que foi acompanhado pelo incremento de 4,0% de seu número de assinantes. Isso porque, durante todo o período de análise, quatro novos canais de filmes e séries básicos entraram no mercado, quais sejam: Curta! O Canal Independente HD, Studio Universal HD, Sundance Channel SD e Syfy HD. Já o número de canais de filmes e séries *premium* permaneceu o mesmo.

Gráfico 7 – Canais e Assinantes – Filmes e Séries Básicos versus Premium – 2016 e 2017



Fonte: Elaboração própria.

Em dezembro de 2017, os canais de filmes e séries básicos eram programados por 18 programadoras, de 10 grupos econômicos, que ofertaram 50 canais de programação, dos quais 46 deles possuem programação idêntica entre as definições SD e HD. E, os canais de filmes e séries *premium*, por 4 programadoras, de 3 grupos econômicos, que disponibilizaram 32 canais de programação, sendo que 28 deles possuem programação similar¹⁹.

¹⁹Ver Apêndice: listagem de canais por categorias.

A categoria **variedades** representou uma média de 26,7% do volume de assinantes do mercado entre junho de 2016 e dezembro de 2017. Em dezembro de 2017, 18 programadoras ofertaram 47 canais de programação nesta categoria, sendo que 38 deles possuem programação idêntica entre as definições SD e HD²⁰. Durante todo o período analisado, 5 novos canais de variedades entraram no mercado: Arte 1 HD, Chef TV HD, E! Entertainment Television HD, Lifetime HD e Woohoo HD, enquanto que o canal Mix TV encerrou atividades.

A categoria **esportes** representou uma média de 13,6% do volume de assinantes de TV por assinatura no país²¹ e também foi dividida em duas subcategorias: os canais de esportes básicos e os de esportes *premium*. Em todo o período analisado, 5 programadoras, de 5 grupos econômicos, ofertaram 22 canais de programação na categoria esportes básicos, sendo que todos possuem programação idêntica entre as definições SD e HD. Na categoria esportes *premium*, apenas o grupo Globo ofertou todos os 18 canais de programação, todos possuindo programação idêntica entre as definições SD e HD.

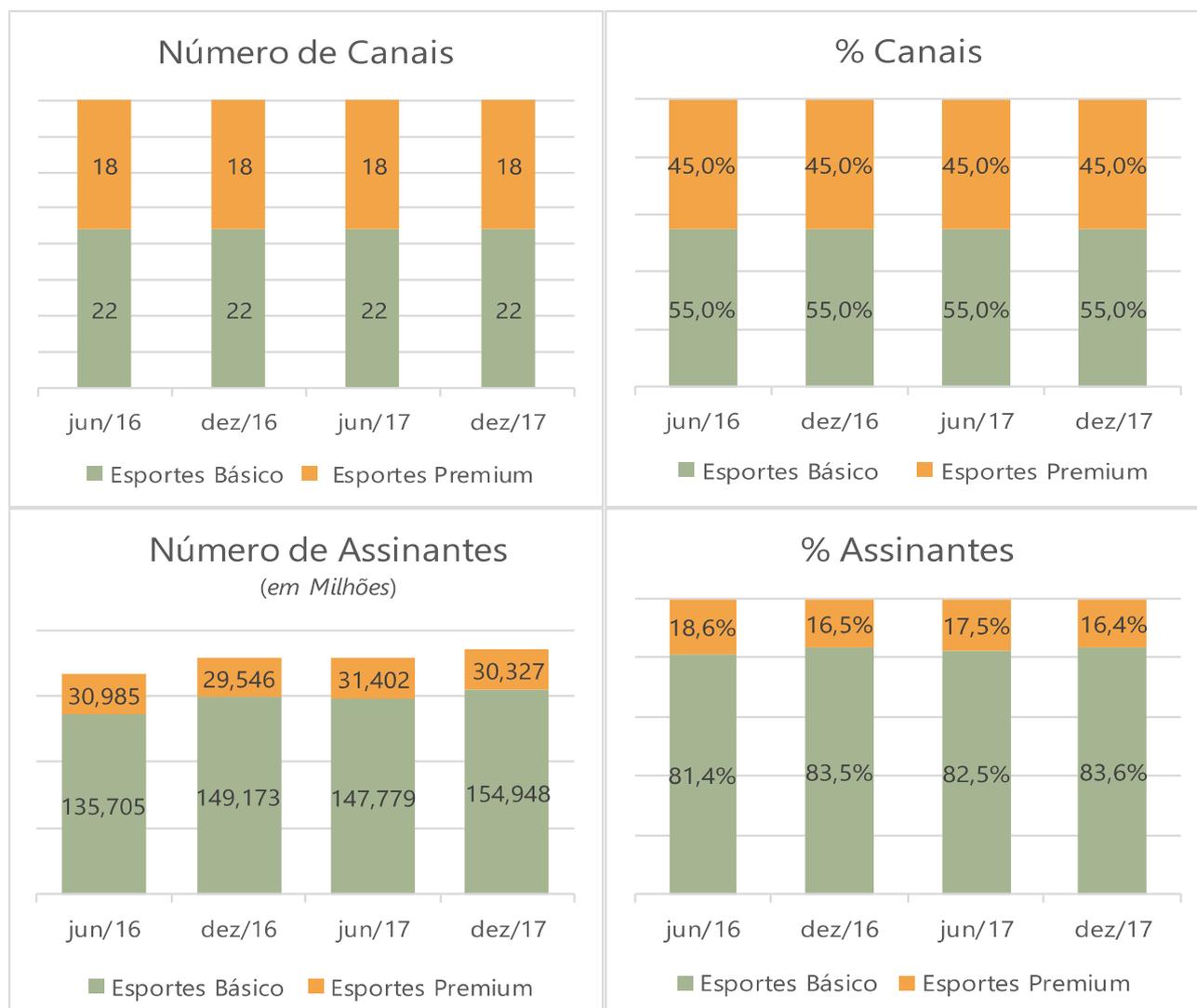
Em dezembro de 2017, 45,0% dos canais de esportes eram canais *premium* da categoria, que representavam apenas 16,4% do volume de assinaturas. Os canais básicos de esportes, por sua vez, refletiam os demais 55,0% dos canais da categoria e representaram 83,6% das assinaturas. Durante todo o período analisado, não houve variação no número de canais de esportes básicos e *premium*. O conjunto das assinaturas, no entanto, oscilou entre os períodos de junho e dezembro, o que pode estar relacionado à agenda dos jogos transmitidos pelos canais *premium* de esportes²².

²⁰ Ver Apêndice: listagem de canais por categorias.

²¹ A média diz respeito ao período entre junho de 2016 e junho de 2017.

²² Calendário do Futebol 2017, divulgado pela CBF, disponível em: <https://www.cbf.com.br/noticias/a-cbf/cbf-lanca-o-calendario-2017-do-futebol-brasileiro#.WvS1Ljdv-M8>. Acesso em: 10/05/2018.

Gráfico 8 – Canais e Assinantes – Esportes Básicos versus Premium – 2016 e 2017



Fonte: Elaboração própria.

A categoria **infantil** representou uma média de 11,9% do volume de assinantes do mercado no período analisado. Em dezembro de 2017, 8 programadoras ofertaram 23 canais, sendo que 16 deles possuem programação idêntica entre as definições SD e HD. Na categoria, dois novos canais entraram no mercado durante o período analisado: Boomerang HD e TV Rá Tim Bum HD, enquanto que o canal Nick HD encerrou suas atividades.

Já a categoria **documentários** representou uma média de 8,1% do volume de assinantes de TV paga do país no período. Nessa categoria, em dezembro de 2017, 4 programadoras ofertaram 18 canais, sendo que 16 deles possuem versões idênticas entre as definições SD e HD. Durante o

período de análise, 3 novos canais entraram no mercado: Discovery Civilization HD, Discovery Science HD e NatGeo Wild, enquanto o canal BBC Earth HD saiu.

Por fim, a categoria **notícias** representou uma média de 4,3% do volume de assinantes do mercado no período. Na categoria, 4 programadoras ofertaram 7 canais, em dezembro de 2017, sendo que 6 deles possuem versões similares entre as definições SD e HD. Não houve canal entrante durante o período considerado.

Assinantes por Tipo de Canal de Espaço Qualificado

A Lei nº 12.485/2011 procurou diferenciar os canais a partir da sua programação, definindo o conceito de conteúdo de espaço qualificado e criando os conceitos de Canal de Espaço Qualificado (CEQ), Canal Brasileiro de Espaço Qualificado (CABEQ), Canal Brasileiro Independente de Espaço Qualificado (CABEQI), Canal Super Brasileiro (SB) e Canal Super Brasileiro Independente (SBsR).²³

Note que CABEQI, SB e SBsR são subconjuntos de CABEQ, assim como CABEQ é um subconjunto de CEQ. Para que não houvesse dupla contagem, a intitulação CEQ inclui apenas aqueles canais que não podem ser considerados como CABEQ; a denominação CABEQ compreende somente os CABEQ que não são CABEQI; e, por fim, a classificação CABEQI abrange unicamente os CABEQI que não são SB ou SBsR.

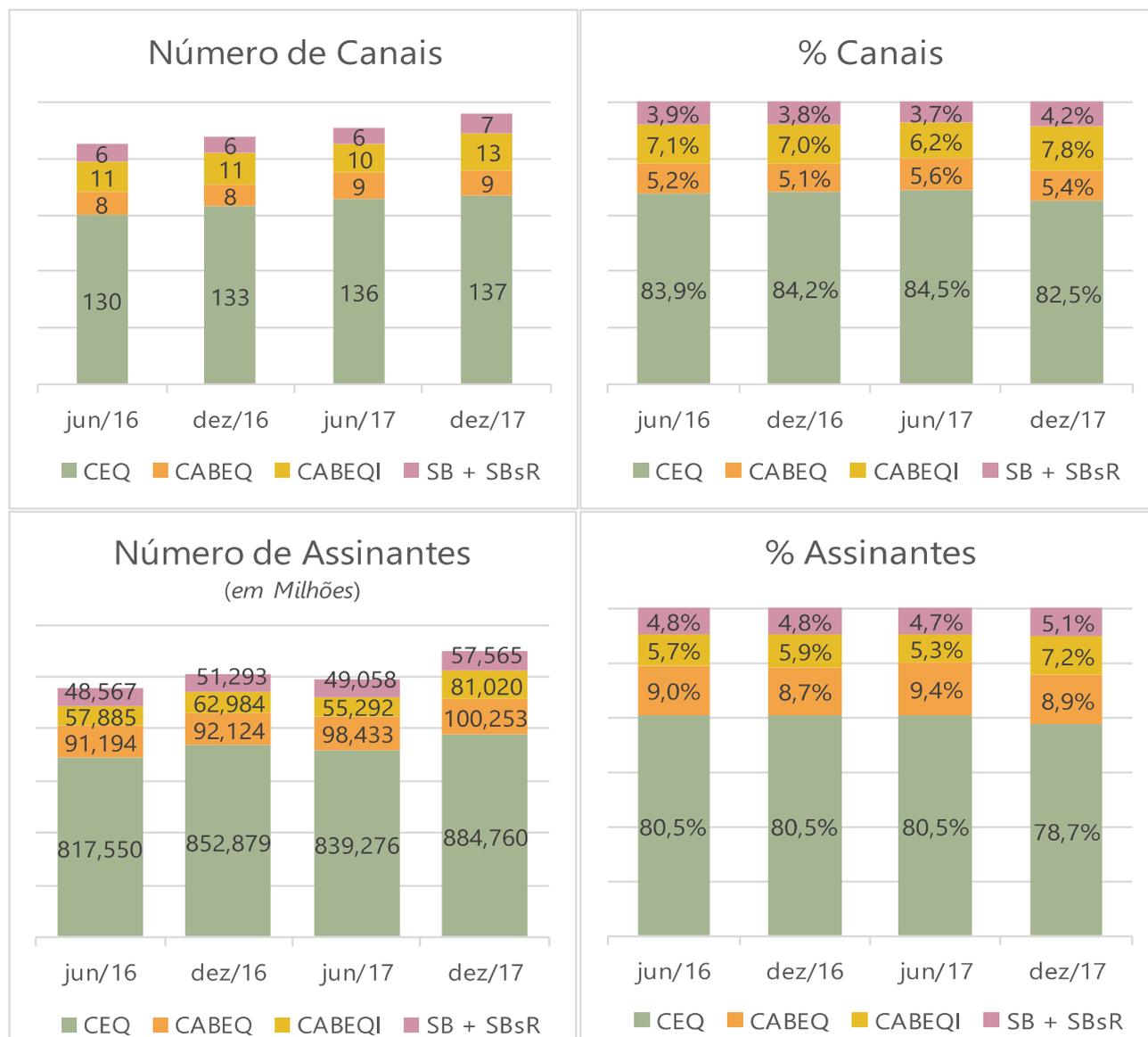
Da análise da evolução do conjunto de canais de TV por assinatura, segundo as classificações estabelecidas pela Lei nº 12.485/2011, observa-se que os CEQs são maioria (82,5%) e concentraram 78,7% do volume de assinantes do mercado em dezembro de 2017. Contudo, ao se analisar o período como um todo, observa-se que os CEQs vêm perdendo espaço, em termos percentuais, em comparação aos CABEQs, tanto em termos de número de canais quanto de assinantes. Além disso, a taxa de crescimento dos CABEQs é aproximadamente 2,9 vezes maior que a dos CEQs, no que tange ao número de canais, e 2,5 vezes maior no que tange ao número de assinantes.

Este efeito ocorre porque, apesar da entrada líquida²⁴ de 7 canais CEQ no mercado – em comparação a 4 CABEQs, considerados seus subconjuntos –, sua representatividade relativamente ao universo total de CEQs é pequena. Em outras palavras, uma vez que a quantidade de CEQs no mercado é cinco vezes maior que a de CABEQs, a entrada líquida de 7 CEQs no mercado tem um baixo impacto em termos percentuais.

²³ Para definições e detalhamentos acerca desses canais, [consultar metodologia](#).

²⁴ Entrada Líquida equivale ao resultado da equação de número de empresas entrantes descontado do número de assinantes do mercado.

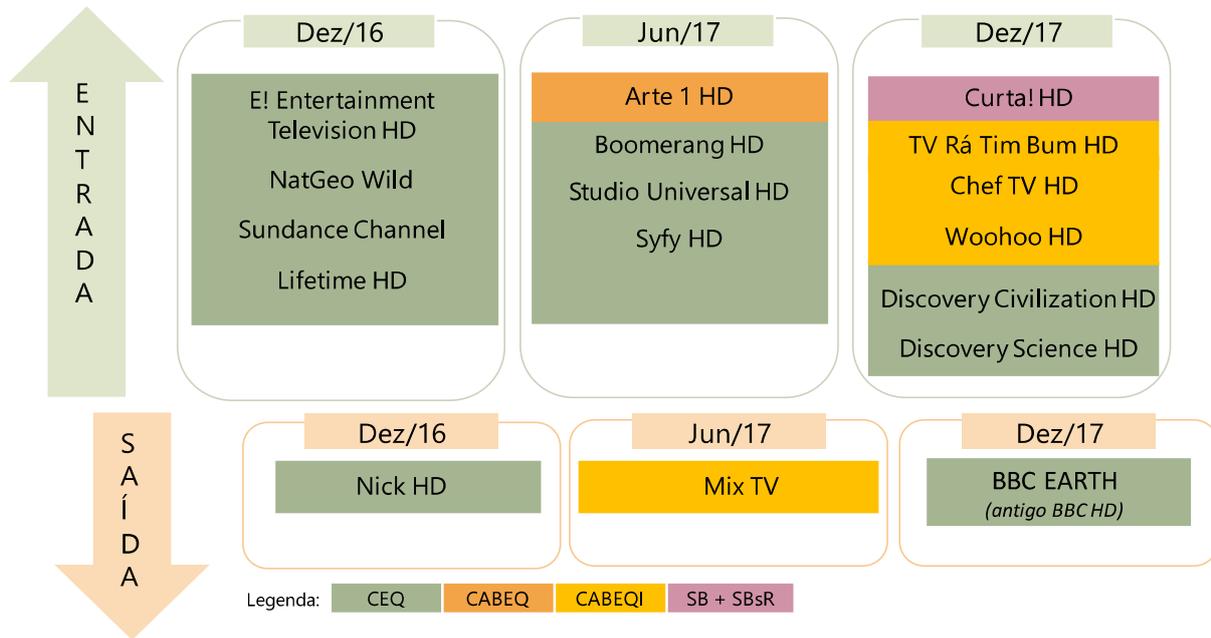
Gráfico 9 – Canais e Assinantes de Espaço Qualificado – 2016 e 2017



Fonte: Elaboração própria.

Ao se levar em consideração apenas os CABEQs, percebe-se que entre junho de 2016 e dezembro de 2017 houve um aumento no número de canais do subconjunto CABEQ e do subconjunto SB+SBsR, devido à entrada no mercado dos canais Arte 1 HD e Curta! O Canal Independente HD. A queda na participação do número de canais CABEQI se deve à saída do canal Mix TV em junho de 2017, revertida em dezembro de 2017 com a entrada dos canais TV Rá Tim Bum! HD, Chef TV HD e Woohoo HD. A Figura 1 resume a dinâmica de entrada e saída de canais no mercado ao longo do período em estudo.

Figura 1 – Entrada e Saída de Canais no Mercado de Programação – 2016 e 2017



Fonte: Elaboração própria.

Assinantes por Grupo Econômico e Programadora

Do total de assinaturas do conjunto de canais registrados em dezembro de 2017, 52,4% foram divididos entre dois grupos econômicos: Globo e Time Warner. Ambos são responsáveis, juntos, pela programação de 56,1%²⁵ do total de canais considerados, no mesmo período. Além disso, tais grupos respondem pelas programadoras de quase todos²⁶ os canais considerados como de maior valor para os assinantes da TV paga – os canais *premium* de filmes e séries e *premium* de esportes²⁷. São eles: Telecine, Premiere FC e Combate, do grupo Globo, e HBO, do grupo Time Warner.

Ao se fazer uma análise por grupo econômico, observa-se que o grupo Globo possui o maior número de canais do mercado (62), seguido pela Time Warner, com 58 canais. Se são levados em consideração apenas os canais com programação distinta, o cenário se inverte: a Time Warner lidera com 32 canais, contra 31 do grupo Globo. A seguir é apresentado um ranking dos grupos econômicos e suas programadoras de TV por assinatura, considerando o número de canais de cada uma delas em dezembro de 2017.

Tabela 1 – Ranking das programadoras de TV por Assinatura – dezembro de 2017

#	GRUPO ECONÔMICO	PROGRAMADORA	CANAIS		CANAIS com programação distinta	
			Qtd	%	Qtd	%
1	GLOBO	GLOBOSAT PROGRAMADORA LTDA.	20	9,3%	10	8,4%
		HORIZONTE CONTEÚDOS LTDA.	18	8,4%	9	7,6%
		TELECINE PROGRAMAÇÃO DE FILMES LTDA.	14	6,5%	7	5,9%
		NBCUNIVERSAL NETWORKS INTERNATIONAL BRASIL PROGRAMADORA S.A.	6	2,8%	3	2,5%
		CANAL BRAZIL S.A.	2	0,9%	1	0,8%
		GLOBO COMUNICAÇÃO E PARTICIPAÇÕES S.A.	2	0,9%	1	0,8%
	TOTAL GLOBO		62	29,0%	31	26,1%
2	TIME WARNER	TURNER BROADCASTING SYSTEM LATIN AMERICA, INC.	22	10,3%	13	10,9%
		BRASIL PROGRAMMING, L.L.C	11	5,1%	6	5,0%
		BRASIL PRODUCTIONS, L.L.C	7	3,3%	4	3,4%
		HISTORY CHANNEL BRAZIL DISTRIBUTION, L.L.C	4	1,9%	2	1,7%
		SET BRAZIL, L.L.C	4	1,9%	2	1,7%
		A&E BRAZIL DISTRIBUTION, L.L.C	2	0,9%	1	0,8%

²⁵ Dados de dezembro de 2017.

²⁶ Além dos canais *premium* pertencentes aos grupos Globo e Time Warner, os canais Fox Premium 1 e Fox Premium 2, da FOX LATIN AMERICAN CHANNEL, também são considerados canais *premium* de filmes e séries.

²⁷ Os canais *premium* costumam oferecer conteúdo inédito na TV ou veiculam, ao vivo e muitas vezes de forma exclusiva, programação esportiva de grande atratividade para audiência. Tais canais costumam ser oferecidos a parte, mediante o pagamento de um valor adicional, para aqueles consumidores que já assinam pacotes de canais.

#	GRUPO ECONÔMICO	PROGRAMADORA	CANAIS		CANAIS com programação distinta	
		BRASIL ADVERTISING, L.L.C	2	0,9%	1	0,8%
		E! BRAZIL DISTRIBUTION, L.L.C	2	0,9%	1	0,8%
		LIFETIME BRAZIL DISTRIBUTION, LLC.	2	0,9%	1	0,8%
		WARNER CHANNEL BRAZIL INC.	2	0,9%	1	0,8%
	TOTAL TIME WARNER		58	27,1%	32	26,9%
3	DISCOVERY	DISCOVERY LATIN AMERICA, L.L.C	20	9,3%	11	9,2%
4	FOX	FOX LATIN AMERICAN CHANNEL, INC.	17	7,9%	10	8,4%
5	THE WALT DISNEY	ESPN DO BRASIL EVENTOS ESPORTIVOS LTDA.	6	2,8%	3	2,5%
		BUENA VISTA INTERNATIONAL, INC.	5	2,3%	4	3,4%
	TOTAL DISNEY		11	5,1%	7	5,9%
6	VIACOM	MTV NETWORKS LATIN AMERICA INC.	10	4,7%	5	4,2%
7	PBI	PBI - PROGRAMADORA BRASILEIRA INDEPENDENTE S.A.	6	2,8%	4	3,4%
8	BANDEIRANTES	NEWCO PROGRAMADORA E PRODUTORA DE COMUNICAÇÃO LTDA.	4	1,9%	2	1,7%
		COMPANHIA RIO BONITO - COMUNICAÇÕES	2	0,9%	1	0,8%
	TOTAL BANDEIRANTES		6	2,8%	3	1,4%
9	AMC NETWORKS	AMC NETWORKS LATIN AMERICA L.L.C	2	0,9%	1	0,8%
		SUNDANCE CHANNEL LATIN AMERICA L.L.C	2	0,9%	1	0,8%
	TOTAL AMC NETWORKS		4	1,9%	2	1,7%
10	BLOOMBERG L.P.	BLOOMBERG L.P.	2	0,9%	1	0,8%
11	FUNDAÇÃO PADRE ANCHIETA	FUNDAÇÃO PADRE ANCHIETA CENTRO PAULISTA DE RÁDIO E TV EDUCATIVA	2	0,9%	1	0,8%
12	SCRIPPS	SCRIPPS NETWORKS INTERACTIVE, INC.	2	0,9%	1	0,8%
13	SYNAPSE	SYNAPSE PROGRAMADORA DE CANAIS DE TV LTDA.	2	0,9%	1	0,8%
14	MÍDIA DO BRASIL	MÍDIA DO BRASIL COMUNICAÇÕES, SERVIÇOS DE TELEVISÃO LTDA.	2	0,9%	1	0,8%
15	NOVAS MÍDIAS DIGITAIS	NOVAS MÍDIAS DIGITAIS PROGRAMADORA LTDA.	2	0,9%	1	0,8%
16	CANAL RURAL	CANAL RURAL PRODUÇÕES LTDA.	1	0,5%	1	0,8%
17	CONCEITO A	CONCEITO A EM AUDIOVISUAL S.A.	1	0,5%	1	0,8%
18	EUROCHANNEL	EUROCHANNEL	1	0,5%	1	0,8%
19	GAMECORP	GAMECORP S.A.	1	0,5%	1	0,8%
20	TUNNA	TUNNA ENTRETENIMENTO E AUDIOVISUAL LTDA.	1	0,5%	1	0,8%
21	TV METEOROLÓGICA	TV METEOROLÓGICA LTDA.	1	0,5%	1	0,8%
22	TV5 MONDE	TV5 MONDE	1	0,5%	1	0,8%
23	ZOOMOO	ZOOMOO PROGRAMADORA S.A.	1	0,5%	1	0,8%
TOTAL			214	100%	119	100%

Fonte: Elaboração própria.

Avaliação da Concentração no Mercado de Programação

Com o intuito de avaliar a estrutura do mercado de programação de TV por assinatura brasileiro foram utilizados métodos propostos na literatura econômica que mensuram o nível de concentração desse mercado, a saber: HHI²⁸ e CR4²⁹.

Ambos os índices consideram a participação das empresas no mercado e, apesar de suas limitações, servem como parâmetro para avaliar o quão concentrado ele é. Em geral, quanto maior o grau de concentração, menor é o grau de concorrência entre as empresas. Em outras palavras, se existe poder de mercado no setor, maiores chances das empresas líderes cobrarem um preço mais alto do consumidor³⁰.

HHI – Índice de Hirschman – Herfindahl

O índice HH é definido como o somatório das participações de mercado de todas as empresas elevados ao quadrado: $\sum_{i=1}^n S_i (S_i)$, onde S_i é a participação de mercado da empresa e n é o número de empresas que fazem parte do segmento. Nesse caso, o fato de se elevar a participação de mercado ao quadrado implica em atribuir um peso maior às empresas relativamente maiores (Kupfer e Hasenclerver, 2002). De acordo com o *Horizontal Merger Guidelines*³¹ I – guia de referência do regulador de defesa da concorrência dos Estados Unidos da América elaborado pelo Departamento de Justiça dos Estados Unidos e pelo *Federal Trade Commission* (FTC) –, os parâmetros do HHI são:

- Mercado não concentrado: HHI menor do que 1500
- Mercado moderadamente concentrado: HHI entre 1500 e 2500
- Mercado altamente concentrado: HHI maior do que 2500

²⁸ Índice Herfindahl-Hirschman, caracterizado pelo somatório das participações de mercado de cada empresa ao quadrado.

²⁹ Razão de concentração das 4 maiores empresas do mercado. Podendo também ser CR8

³⁰ Quanto mais concentrado um mercado é, mais ele se aproxima de um oligopólio. Esses mercados são caracterizados pelos maiores preços que as empresas podem cobrar dos consumidores devido às limitações de concorrência no setor

³¹ Diretrizes de Fusão Horizontal, tradução livre.

Tabela 2– HHI dos assinantes por mercado

Mercado	HHI 2016	Status do mercado 2016	HHI 2017	Status do mercado 2017	Variação no período
Programadoras	718,20	Não concentrado	684,45	Não concentrado	-4,70%
Grupo econômico	1849,07	Moderadamente concentrado	1723,60	Moderadamente concentrado	-6,78%

Fonte: Elaboração própria.

Agrupando os assinantes por programadoras, tem-se que o mercado, no ano de 2016, foi considerado não concentrado de acordo com os parâmetros acima descritos (obteve um HHI de 718,20, abaixo de 1500). Já em relação à 2017, houve uma pequena desconcentração em relação ao ano de 2016, de acordo com o indicador (obteve um HHI de 684,45), continuando desconcentrado.

Ao agrupar os assinantes por grupo econômico, temos um outro panorama. No ano de 2016, o mercado foi considerado moderadamente concentrado (obteve um HHI de 1849,07, acima de 1500 e abaixo de 2500). No que tange ao ano de 2017, também houve uma leve desconcentração em relação ao ano de 2016, que não foi suficiente para não considerar o mercado moderadamente concentrado (obteve um HHI de 1723,60).

A diferença de panorama entre os dois recortes se deve ao fato de um mesmo grupo econômico poder ter mais de uma programadora para seus canais, fazendo com que elas entrem no estudo como empresas distintas que disputam uma fatia do mercado em questão. Tal fato leva o indicador de HHI de programação ser menor do que o de grupo econômico.

CR4 – Razões de Concentração das 4 Maiores Empresas

Para esse índice, é levado em consideração o somatório da participação das 4 maiores empresas do setor: $\sum_{i=1}^4 S_i$, onde S_i é a participação da empresa i (até a quarta maior empresa). Nesse caso, quanto maior é o índice, maior a probabilidade de as empresas líderes exercerem poder de mercado no segmento analisado. Esse indicador serve como um bom parâmetro da distribuição da concentração, mas deixa de fora o restante do mercado.

Tabela 3– CR4 dos assinantes por mercado

CR4	2016	2017	Variação no período
Programadoras	46,85%	45,53%	-2,82%
Grupo econômico	75,87%	72,93%	-4,03%

Fonte: Elaboração própria.

Em relação ao indicador CR4, os parâmetros adotados para a delimitação do mercado são dados de forma diferente do HHI. Conforme apresenta DOMINGUES DA SILVA (2016)³², a tabela que estipula a concentração do mercado é dividida em 5 faixas de concentração, conforme abaixo:

Tabela 4 – Nível de concentração do CR4

Nível de mercado	CR4
Altamente concentrado	$i > 75\%$
Alta concentração	$65\% < i < 75\%$
Concentração moderada	$50\% < i < 65\%$
Baixa concentração	$35\% < i < 50\%$
Ausência de concentração	$i < 35\%$

Fonte: Bain (1959 apud SCHIRIGATTI et al., 2012).

Para esse índice, os resultados do CR4 são parecidos com os do HHI, onde o mercado sob o olhar das programadoras é mais desconcentrado (possuindo a classificação “baixa concentração” de acordo com a tabela) e o recorte por grupo econômico é mais concentrado. Quando se observa melhor os indicadores do CR4 para o grupo econômico, pode-se concluir que o mercado é considerado altamente concentrado, já que apenas 4 grupos econômicos detém um percentual de aproximadamente 75% do mercado inteiro.

Mais uma vez, a diferença de concentração entre o recorte de programadoras e grupos econômicos se deve ao fato de que um único conglomerado pode ter mais de uma programadora que, nesse mercado, são contabilizadas como diferentes empresas que competem entre si por uma fatia do mesmo. Tal tratamento aumenta o número de concorrentes e, conseqüentemente, torna o indicador menos concentrado.

³² DOMINGUES DA SILVA, Juliano: Técnicas para Medir Concentração de Mercado de Mídia: modo de usar, 2016.

Apêndice: Listas de canais por categorias temáticas

Categoria Filmes e Séries Básicos - 2016 e 2017

GRUPO ECONÔMICO	PROGRAMADORA	CANAL
AMC NETWORKS	AMC NETWORKS LATIN AMERICA LLC	AMC/ AMC HD
	SUNDANCE CHANNEL LATIN AMERICA LLC	SUNDANCE CHANNEL SD/ SUNDANCE CHANNEL HD
CONCEITO A	CONCEITO A EM AUDIOVISUAL S.A	CINEBRASILTV
DISCOVERY	DISCOVERY LATIN AMERICA, L.L.C	INVESTIGAÇÃO DISCOVERY/ INVESTIGAÇÃO DISCOVERY HD
FOX	FOX LATIN AMERICAN CHANNEL, INC	FOX/ FOX HD FX/ FX HD
GLOBO	CANAL BRAZIL S.A	CANAL BRASIL/ CANAL BRASIL HD
	TELECINE PROGRAMAÇÃO DE FILMES LTDA.	MEGAPIX/ MEGAPIX HD
	NBCUNIVERSAL NETWORKS INTERNATIONAL BRASIL PROGRAMADORA S/A	STUDIO UNIVERSAL/ STUDIO UNIVERSAL HD SYFY/ SYFY HD UNIVERSAL CHANNEL/ UNIVERSAL CHANNEL HD
EUROCHANNEL	EUROCHANNEL	EUROCHANNEL
PBI	PBI - PROGRAMADORA BRASILEIRA INDEPENDENTE S.A.	PRIME BOX BRAZIL/ PRIME BOX BRAZIL HD
SYNAPSE	SYNAPSE PROGRAMADORA DE CANAIS DE TV LTDA	CURTA! O CANAL INDEPENDENTE/ CURTA! O CANAL INDEPENDENTE HD
TIME WARNER	A&E BRAZIL DISTRIBUTION, LLC	A&E/ A&E HD
	SET BRAZIL, LLC	AXN/ AXN HD
	BRASIL ADVERTISING, L.L.C	CINEMAX/ CINEMAX HD
	SET BRAZIL, LLC	SONY ENTERTAINMENT TELEVISION/ SONY ENTERTAINMENT TELEVISION HD
	TURNER BROADCASTING SYSTEM LATIN AMERICA, INC.	I-SAT SD SPACE/ SPACE HD TBS MUITODIVERTIDO SD/

GRUPO ECONÔMICO	PROGRAMADORA	CANAL
		TBS MUITODIVERTIDO HD
		TCM
		TNT/
		TNT HD
		TNT SÉRIES SD/
		TNT SÉRIES HD
	WARNER CHANNEL BRAZIL INC.	WARNER CHANNEL/
		WARNER CHANNEL HD
VIACOM	MTV NETWORKS LATIN AMERICA INC.	COMEDY CENTRAL/
		COMEDY CENTRAL HD
		PARAMOUNT CHANNEL/
		PARAMOUNT CHANNEL HD

Fonte: Elaboração própria; "/" indica programação similar do respectivo canal HD

Categoria Filmes e Séries Premium - 2016 e 2017

GRUPO ECONÔMICO	PROGRAMADORA	CANAL
FOX	FOX LATIN AMERICAN CHANNEL, INC	FOX 1 / FOX PREMIUM 1
		FOX ACTION / FOX PREMIUM 2
TIME WARNER	BRASIL PROGRAMMING, L.L.C	HBO/
		HBO (EM HD)
		HBO FAMILY/
		HBO FAMILY (EM HD)
		HBO PLUS/
		HBO PLUS (EM HD)
		HBO PLUS PAN REGIONAL
		HBO SIGNATURE/
		HBO SIGNATURE (EM HD)
		HBO 2/
		HBO 2 (EM HD)
	BRASIL PRODUCTIONS, L.L.C	MAX/
		MAX HD
		MAX PRIME/
		MAX PRIME HD
		MAX PRIME PAN REGIONAL
		MAX UP/
		MAX UP (EM HD)
GLOBO	TELECINE PROGRAMAÇÃO DE FILMES LTDA.	TELECINE ACTION/
		TELECINE ACTION HD
		TELECINE CULT/
		TELECINE CULT HD
		TELECINE FUN/

GRUPO ECONÔMICO	PROGRAMADORA	CANAL
		TELECINE FUN HD
		TELECINE PIPOCA/
		TELECINE PIPOCA HD
		TELECINE PREMIUM/
		TELECINE PREMIUM HD
		TELECINE TOUCH/
		TELECINE TOUCH HD

Fonte: Elaboração própria; "/" indica programação similar do respectivo canal HD

Categoria Esportes Básicos- 2016 e 2017

GRUPO ECONÔMICO	PROGRAMADORA	CANAL
BANDEIRANTES	NEWCO PROGRAMADORA E PRODUTORA DE COMUNICAÇÃO LTDA.	BANDSPORTS/ BANDSPORTS HD
TIME WARNER	TURNER BROADCASTING SYSTEM LATIN AMERICA, INC.	EI MAXX / ESPORTE INTERATIVO*/ EI MAXX HD / ESPORTE INTERATIVO HD* EI MAXX 2 / ESPORTE INTERATIVO 2*/ EI MAXX 2 HD / ESPORTE INTERATIVO 2 HD*
THE WALT DISNEY	ESPN DO BRASIL EVENTOS ESPORTIVOS LTDA	ESPN/ ESPN HD ESPN BRASIL/ ESPN BRASIL HD ESPN+/ ESPN+ HD
FOX	FOX LATIN AMERICAN CHANNEL, INC	FOX SPORTS/ FOX SPORTS HD FOX SPORTS 2/ FOX SPORTS 2 HD
GLOBO	GLOBOSAT PROGRAMADORA LTDA	SPORTV/ SPORTV HD SPORTV 2/ SPORTV 2 HD SPORTV 3/ SPORTV 3 HD

Fonte: Elaboração própria; "/" indica programação similar do respectivo canal HD; *Os canais EI Maxx foram substituídos pelos canais Esporte Interativo em setembro de 2017³³.

³³ Segundo lista de classificação de canais de TV por assinatura, publicada mensalmente pela ANCINE em seu portal na rede mundial de computadores: <https://www.ancine.gov.br/pt-br/lei-da-tv-paga/classificacao-canais> Data de acesso: 01/06/2018.

Categoria Esportes *Premium*- 2016 e 2017

GRUPO ECONÔMICO	PROGRAMADORA	CANAL
GLOBO	HORIZONTE CONTEÚDOS LTDA	COMBATE/
		COMBATE HD
		PREMIERE 2/
		PREMIERE 2 HD
		PREMIERE 3/
		PREMIERE 3 HD
		PREMIERE 4/
		PREMIERE 4 HD
		PREMIERE 5/
		PREMIERE 5 HD
		PREMIERE 6/
		PREMIERE 6 HD
		PREMIERE 7/
		PREMIERE 7 HD
		PREMIERE 8/
		PREMIERE 8 HD
PREMIERE CLUBES/		
PREMIERE CLUBES HD		

Fonte: Elaboração própria; "/" indica programação similar do respectivo canal HD.

Categoria Infantil- 2016 e 2017

GRUPO ECONÔMICO	PROGRAMADORA	CANAL
DISCOVERY	DISCOVERY LATIN AMERICA, L.L.C	DISCOVERY KIDS/
		DISCOVERY KIDS HD
FOX	FOX LATIN AMERICAN CHANNEL, INC	BABY TV
FUNDAÇÃO PADRE ANCHIETA	FUNDAÇÃO PADRE ANCHIETA CENTRO PAULISTA DE RÁDIO E TV EDUCATIVA	TV RÁ TIM BUM!/ TV RÁ TIM BUM! HD
GLOBO	GLOBOSAT PROGRAMADORA LTDA.	GLOOB/
		GLOOB (EM HD)
THE WALT DISNEY	BUENA VISTA INTERNATIONAL INC.	DISNEY CHANNEL
		DISNEY CHANNEL HD
		DISNEY JUNIOR/
		DISNEY JUNIOR HD
		DISNEY XD
TIME WARNER	TURNER BROADCASTING SYSTEM LATIN AMERICA, INC.	BOOMERANG/
		BOOMERANG HD
		CARTOON NETWORK/
		CARTOON NETWORK HD
		TOONCAST
VIACOM	MTV NETWORKS LATIN AMERICA INC.	NICK JR/

GRUPO ECONÔMICO	PROGRAMADORA	CANAL
		NICK JR HD
		NICKELODEON/
		NICKELODEON HD
		NICK HD*
ZOOMOO	ZOOMOO PROGRAMADORA SA.	ZOOMOO BRASIL

Fonte: Elaboração própria; "/" indica programação similar do respectivo canal HD; *O canal Nick HD saiu do mercado em dezembro de 2016.

Categoria Notícias- 2016 e 2017

GRUPO ECONÔMICO	PROGRAMADORA	CANAL
BANDEIRANTES	COMPANHIA RIO BONITO - COMUNICAÇÕES	BANDNEWS/ BANDNEWS HD
BLOOMBERG	BLOOMBERG L.P.	BLOOMBERG TELEVISION/ BLOOMBERG TELEVISION HD
TIME WARNER	TURNER BROADCASTING SYSTEM LATIN AMERICA, INC.	CNN INTERNATIONAL
GLOBO	GLOBO COMUNICAÇÃO E PARTICIPAÇÕES S.A.	GLOBO NEWS/ GLOBO NEWS HD

Fonte: Elaboração própria; "/" indica programação similar do respectivo canal HD.

Categoria Documentários- 2016 e 2017

GRUPO ECONÔMICO	PROGRAMADORA	CANAL
BBC WORLDWIDE	BBC WORLDWIDE LIMITED	BBC EARTH*
DISCOVERY	DISCOVERY LATIN AMERICA, L.L.C	ANIMAL PLANET/ ANIMAL PLANET HD DISCOVERY CHANNEL/ DISCOVERY CHANNEL HD DISCOVERY CIVILIZATION/ DISCOVERY CIVILIZATION HD DISCOVERY THEATER HD DISCOVERY SCIENCE/ DISCOVERY SCIENCE HD
FOX	FOX LATIN AMERICAN CHANNEL, INC	NATGEO WILD/ NATGEO WILD HD NATIONAL GEOGRAPHIC/ NATIONAL GEOGRAPHIC HD
TIME WARNER	HISTORY CHANNEL BRAZIL DISTRIBUTION, LLC	THC - THE HISTORY CHANNEL/ THC - THE HISTORY CHANNEL HD H2/ H2 HD

Fonte: Elaboração própria; "/" indica programação similar do respectivo canal HD; *O canal BBC Earth saiu do mercado em dezembro de 2017.

Categoria Variedades- 2016 e 2017

GRUPO ECONÔMICO	PROGRAMADORA	CANAL
DISCOVERY	DISCOVERY LATIN AMERICA, L.L.C	DISCOVERY HOME AND HEALTH/
		DISCOVERY HOME AND HEALTH HD
		DISCOVERY TURBO/
		DISCOVERY TURBO HD
		DISCOVERY WORLD HD
		TLC/
		TLC HD
FOX	FOX LATIN AMERICAN CHANNEL, INC	FOX LIFE/
		FOX LIFE HD
GAMECORP	GAMECORP S/A	PLAY TV
GLOBO	GLOBOSAT PROGRAMADORA LTDA	+ GLOBOSAT SD/
		+ GLOBOSAT (HD)
		BIS/
		BIS (HD)
		GNT/
		GNT HD
		MULTISHOW/
		MULTISHOW HD
		OFF/
		OFF (EM HD)
MÍDIA DO BRASIL	MÍDIA DO BRASIL COMUNICAÇÕES, SERVIÇOS DE TELEVISÃO LTDA	CHEF TV/
		CHEF TV HD
BANDEIRANTES	NEWCO PROGRAMADORA E PRODUTORA DE COMUNICAÇÃO LTDA.	ARTE 1/
		ARTE 1 HD
NOVAS MÍDIAS DIGITAIS	NOVAS MÍDIAS DIGITAIS PROGRAMADORA LTDA	WOOHOO/
		WOOHOO HD
CANAL RURAL	CANAL RURAL PRODUÇÕES LTDA.	CANAL RURAL
TUNNA	TUNNA ENTRETENIMENTO E AUDIOVISUAL LTDA	FISHTV
SCRIPPS	SCRIPPS NETWORKS INTERACTIVE, INC	FOOD NETWORK/
		FOOD NETWORK HD
LSAT	LSAT PROGRAMADORA E PRODUTORA LTDA	MIX TV*
TV METEOROLÓGICA	TV METEOROLÓGICA LTDA	TV CLIMATEMPO
TV5 MONDE	TV5 MONDE	TV5 MONDE
PBI	PBI - PROGRAMADORA BRASILEIRA INDEPENDENTE S.A.	FASHION TV BRAZIL
		MUSIC BOX BRAZIL/
		MUSIC BOX BRAZIL HD
		TRAVEL BOX BRAZIL

GRUPO ECONÔMICO	PROGRAMADORA	CANAL
TIME WARNER	E! BRAZIL DISTRIBUTION, LLC	E! ENTERTAINMENT TELEVISION/ E! ENTERTAINMENT TELEVISION HD
	LIFETIME BRAZIL DISTRIBUTION, LLC.	LIFETIME/ LIFETIME HD
	TURNER BROADCASTING SYSTEM LATIN AMERICA, INC.	TRU TV/ TRU TV HD
	VIACOM	MTV NETWORKS LATIN AMERICA INC.

Fonte: Elaboração própria; "/" indica programação similar do respectivo canal HD. * O canal Mix TV saiu do mercado em junho de 2017.