



PLC 116/10

Senado Federal

Comissão de Ciência, Tecnologia, Inovação, Comunicação e Informática

Comissão de Constituição, Justiça e Cidadania

Comissão de Assuntos Econômicos

Comissão de Educação, Cultura e Esporte e Meio Ambiente

Comissão de Defesa do Consumidor

Comissão de e Fiscalização e Controle

Brasília, 16 de junho de 2011

 **Telebrasil**

Eduardo Levy

- Associação sem fins lucrativos
- 37 anos de história, com contribuições significativas para o desenvolvimento do setor
- Promove a articulação desse setor com o Estado e com a Sociedade
- Contribui para o aperfeiçoamento do modelo de comunicações
- Participou da 1ª CONFECOM

A close-up photograph of a hand holding a tall stack of gold coins. The hand is positioned at the top of the stack, with the thumb and index finger gripping the top coin. The stack of coins is tall and slightly curved, extending from the top of the frame down towards the bottom. The background is blurred, showing indistinct shapes and colors, suggesting an indoor setting with other people present.

Ambiente de negócios e o marco regulatório atraíram grande volume de investimentos

R\$ 230

**bilhões desde a
privatização**

Fonte: Telebrasil



277 milhões de clientes

Fonte: Telebrasil

TV a cabo



2011

5,1 milhões

Fonte: Telebrasil

O serviço de
TV a cabo
no Brasil é
caro
concentrado e
com **baixa penetração**





No Brasil
5.565
municípios
tem
infraestrutura
de banda larga
fixa

Fonte: ANATEL, exemplo ilustrativo e proporcional



e apenas
242
municípios
são cobertos
pelas
operadoras de
TV a cabo

Fonte: ANATEL, exemplo ilustrativo e proporcional

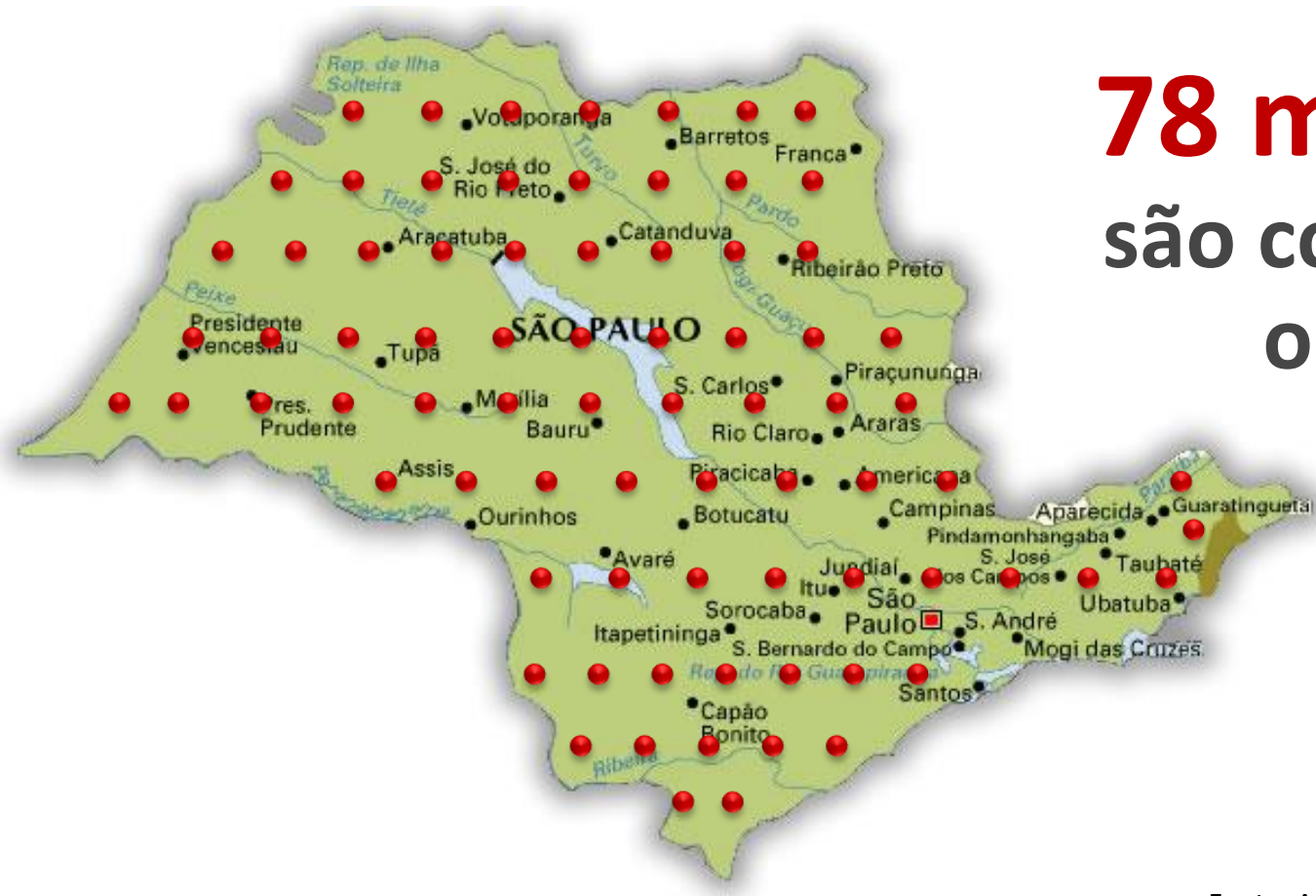
Em SP

645 municípios
possuem
infraestrutura de
banda larga



Fonte: ANATEL, exemplo ilustrativo e proporcional

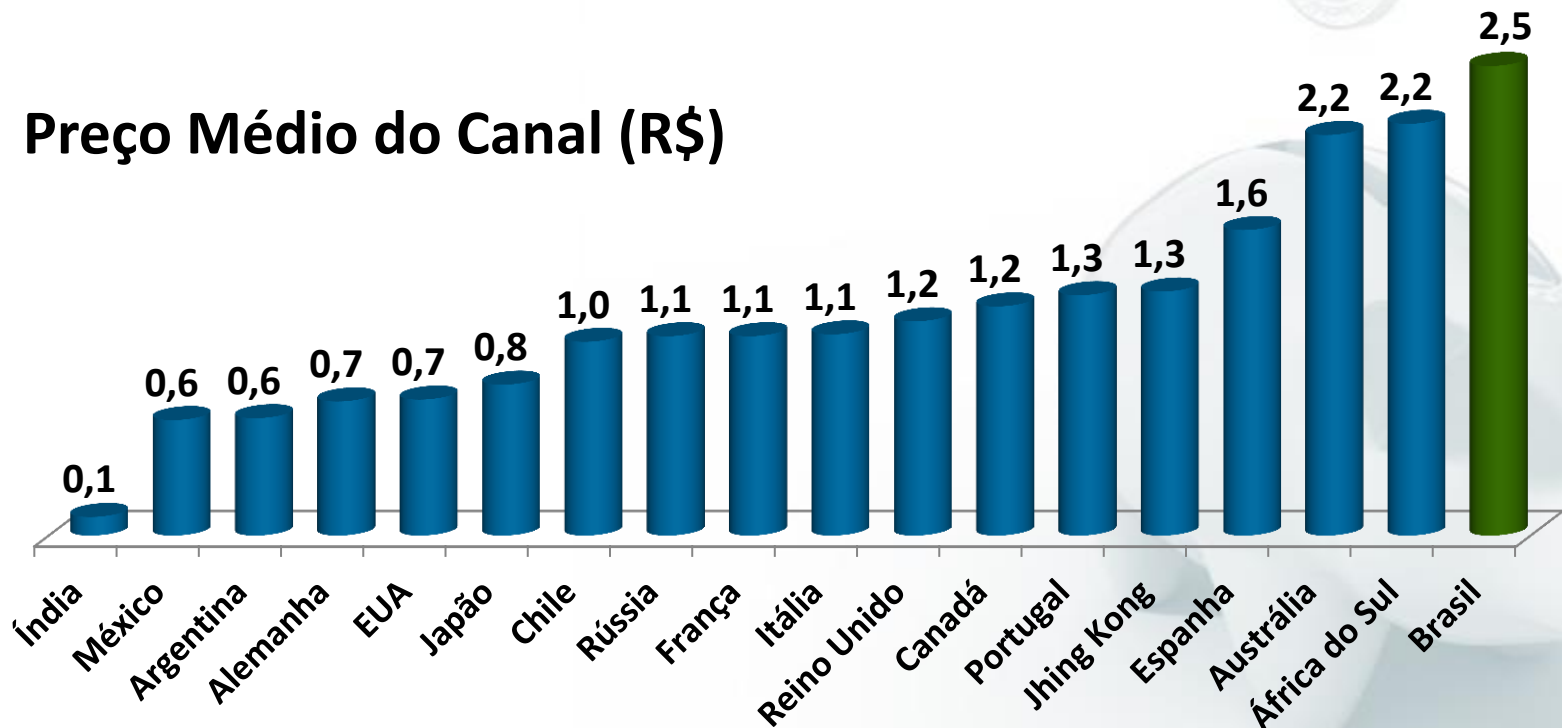
e apenas
78 municípios
são cobertos pelas
operadoras de
TV a cabo



Fonte: ANATEL, exemplo ilustrativo e proporcional

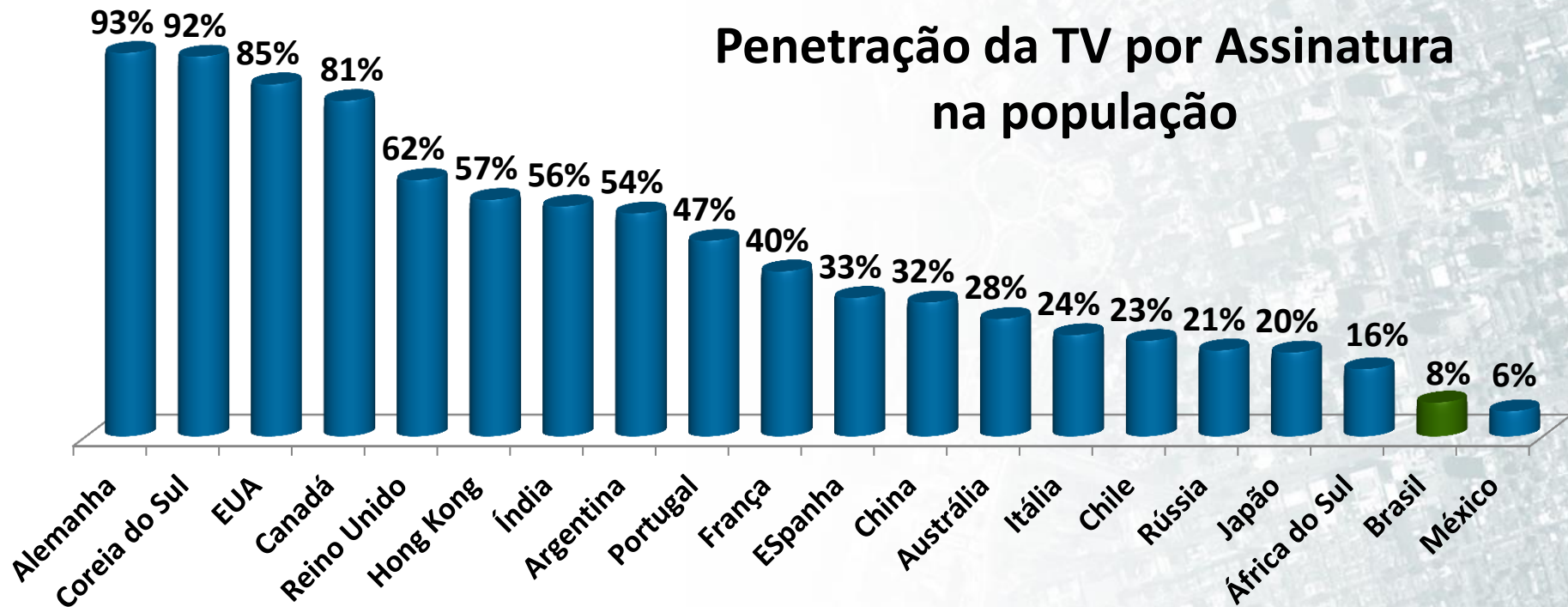
O Brasil tem o preço mais caro

Preço Médio do Canal (R\$)



Fonte: Anatel - Estudo comparativo dos preços de TV por assinatura e triple play no Brasil e no mundo

e a segunda pior penetração



Fonte: Anatel - Estudo comparativo dos preços de TV por assinatura e triple play no Brasil e no mundo



**Oferecer
serviços
convergentes**

**Ciclo Virtuoso de
Investimento**

**Investir em
uma nova
rede de acesso**

Esse novo ciclo de **investimentos** contribuirá para que o **PNBL** tenha capacidade de enfrentar o enorme **desafio** de **multiplicar por 3** a **penetração** de **banda larga** no país



que representa

muito, muito **investimento**

hoje a média de R\$ 17,8 bilhões por ano em todos as redes, serviços e acessos

R\$ 50 milhões por dia
em ativos que geram
riquezas para o país



Fonte: Telebrasil. Média dos investimentos inclui outorgas

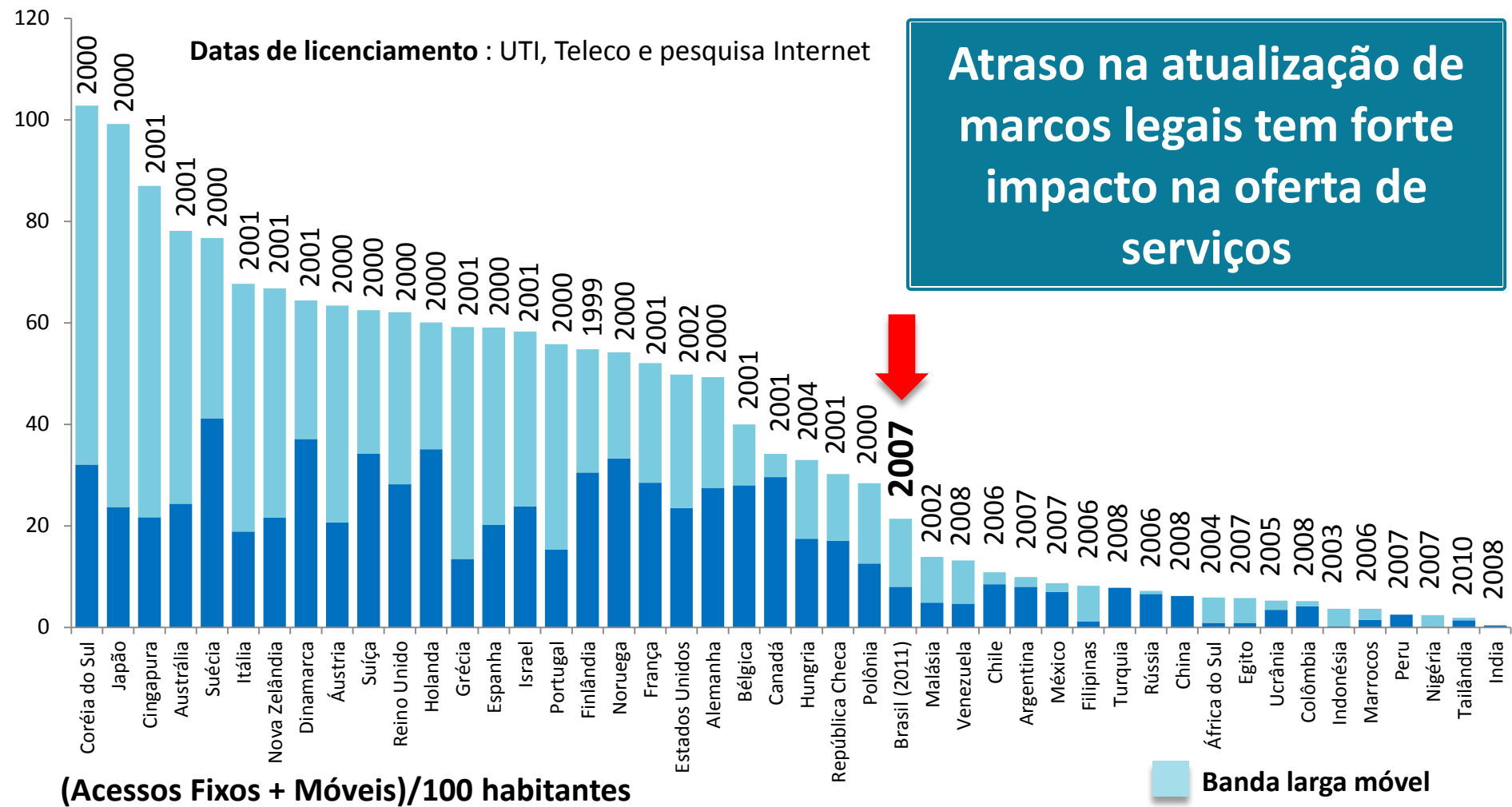


Só em banda larga serão necessários investimentos de **R\$ 144 bilhões** até 2020 para incluir o **Brasil** entre as lideranças da moderna **Sociedade do Conhecimento**

O PLC 116 é uma das principais alavancas para viabilizar esse investimento

Dados de licenciamento : UTI, Teleco e pesquisa Internet


Atraso na atualização de marcos legais tem forte impacto na oferta de serviços




Esse **grande** volume de **investimentos** que é necessário para **ampliar** a oferta de **banda larga** só se **viabiliza** se o operador puder oferecer serviço de **vídeo** também



O **PL29 (PLC 116)**
nasceu como instrumento
para **incentivar** a
oferta e **aumentar** a
penetração e a
competição de
TV a cabo



Permitirá também banda
larga de alta velocidade
indispensável para o PNBL



Na sua **tramitação**,
foi modificado para
incluir **incentivos** à
produção e
distribuição de
conteúdos
brasileiros

Um grande acordo para
atender as demandas
da sociedade

A aprovação do PLC 116 resgata uma dívida com a sociedade:

- **aumenta** a oferta de serviços convergentes
- **incentiva** a concorrência
- **diminui** o preço
- **amplia** o conteúdo nacional
- **gera empregos**



Quem ganha com a aprovação do PLC 116?

- sociedade: consumidores
- produtores: cultura nacional
- País: mercado mais maduro,
mais investimentos
- trabalhadores: mais emprego
- mercado de publicidade:
mais canais

então, quem
perde????