

08



UMA AGENDA DEMOCRÁTICA PARA AS COMUNICAÇÕES BRASILEIRAS

Marcos Dantas



UMA AGENDA DEMOCRÁTICA PARA AS COMUNICAÇÕES BRASILEIRAS

Marcos Dantas

C758r

Conferência Mundial das Associações de Engenheiros e Cientistas (4. : 2007 : Rio de Janeiro)

A reinvenção do sindicalismo / IV Conferência Mundial das Associações de Engenheiros e Cientistas. - Rio de Janeiro : Federação Interestadual de Sindicatos de Engenheiros, 2008.

-(Cadernos Fisenge ; 7)

ISBN 978-85-

1. Sindicatos - Engenheiros - Congressos. 2. Sindicatos - Cientistas - Congressos. 3. Sindicalismo - Congressos. 4. Sindicatos - Congressos. 5. Mercado de trabalho - Congressos. 6. Relações trabalhistas - Congressos. I. Federação Interestadual de Sindicatos de Engenheiros (Brasil). II. Título. III. Série.

08-1073.

CDD: 331.8812

CDU: 331.105.44

18.03.08 19.03.08

005841

FISENGE – FEDERAÇÃO INTERESTADUAL DE SINDICATOS DE ENGENHEIROS

Diretoria Executiva

Presidente – Olimpio Alves dos Santos - RJ
Vice-Presidente – Carlos Roberto Bittencourt - PR
Secretário Geral – Antônio Dias Vieira - MG
Tesoureiro – Roberto Luiz de Carvalho Freire - PE
Relações Sindicais – Paulo Cesar N. Granja - RJ
Diretor Executivo – Fernando Elias Vieira Jogaib - VR
Diretor Executivo – Ubiratan Félix Pereira dos Santos - BA
Diretora Executiva – Alméria Vitória Carniato - PB
Diretor Executivo – José Ezequiel Ramos - RO

Diretoria Executiva Suplente

Pietro Valdo Rostagno - ES
Rosivaldo Ribeiro - SE
Luiz Dal Farra - SC
Agamenon Rodrigues de Oliveira - RJ
Carlos Roberto Aguiar de Brito - PE
Marcos Ferreira Pimentel - BA
Ulisses Kaniak - PR
Valdemir Aparecido Pires - RO
Vicente de Paulo Alves Lopes Trindade - MG

Conselho Fiscal

Carlos Alberto Joppert - MG
Eduardo Medeiros Piazero – SC
Gilson Luiz Teixeira Néri - SE

Conselho Fiscal Suplente

Rogério Ramos - ES
Rolf Gustavo Meyer - PR
João Thomaz Araújo Ferreira da Costa - VR

SINDICATOS FILIADOS

Sindicato dos Engenheiros da Bahia
Sindicato dos Engenheiros no Estado do Espírito Santo
Sindicato dos Engenheiros no Estado de Minas Gerais
Sindicato dos Engenheiros no Estado do Paraná
Sindicato dos Engenheiros no Estado da Paraíba
Sindicato dos Engenheiros no Estado de Pernambuco
Sindicato dos Engenheiros no Estado do Rio de Janeiro
Sindicato dos Engenheiros no Estado de Rondônia
Sindicato dos Engenheiros no Estado de Sergipe
Sindicato dos Engenheiros na Cidade de Volta Redonda (RJ)
Seagro-SC - Sindicato dos Engenheiros Agrônomos de Santa Catarina

POLÍTICA SINDICAL ADAPTADA A NOVOS TEMPOS

Olimpio Alves do Santos,
Presidente da Fisenge

Agamenon de Oliveira,
Diretor de Comunicação da Fisenge e
Coordenador da IV Conferência Mundial das Associações de Engenheiros e Cientistas

Com o objetivo de promover a troca de informações entre entidades e profissionais de diferentes países, a Federação Interestadual de Sindicatos de Engenheiros-Fisenge, o Conselho Federal de Engenharia, Arquitetura e Agronomia-Confea e a Union Network International-UNI realizaram, no Rio de Janeiro, de 21 a 23 de maio de 2007, a IV Conferência Mundial das Associações de Engenheiros e Cientistas. Com foco central nos impactos causados pelo processo de globalização e os reflexos nas carreiras, o evento reuniu 80 participantes de 24 organizações profissionais representando mais de cinco milhões de profissionais da América do Norte, América Central, América do Sul, Europa, Ásia e Austrália.

Um fato marcante na IV Conferência foi o caráter acentuadamente sindical em relação às anteriores, o que já era previsto pela delegação francesa na III Conferência realizada em Copenhague, em 2003. Este foi, inclusive, o motivo que levou os franceses a indicarem o Brasil para sediar a IV Conferência, com forte presença de delegações de países latino americanos, o

que também não ocorreu em Conferências anteriores, trazendo para o debate da plenária final questões de cunho político, principalmente a demissão de trabalhadores, fato recorrente em empresas desses países.

Na mesma linha, o presidente do Confea Marcos Túlio de Melo reafirmou o potencial do Brasil para traçar alternativas de um novo modelo de desenvolvimento mundial. Certo de que o desenvolvimento precisa ser distribuído para todos os cidadãos, o Brasil deve garantir a sustentabilidade, tanto no aspecto ambiental quanto no que diz respeito à justiça social, sempre.

Os principais resultados dos debates, apresentados na plenária final por Gerhard Rohde, da Union Network International-UNI, foram entregues para empresas e governos dos países representados com o objetivo de divulgar avanços e estratégias para a melhoria das condições de trabalho da categoria e para apontar os caminhos da engenharia no mundo.

Não temos dúvida de que a publicação deste painel fornece subsídios para a reflexão das inúmeras mudanças no cenário internacional e para a busca de alternativas, especialmente na América Latina, de um modelo de sindicalismo que venha se adequar aos novos tempos mantendo a defesa intransigente das conquistas dos trabalhadores. No Brasil, em pleno debate da Reforma Sindical, A Reinvenção do Sindicalismo contribui para uma ampla análise dos problemas comuns e das diferenças culturais, em busca de caminhos que atendam aos interesses tanto dos profissionais quanto da sociedade brasileira.

SUMÁRIO

	AS COMUNICAÇÕES NO BRASIL: ATÉ QUANDO VEREMOS ESSE FILME?	
9	SHOW DE TRUMAN	
12	A REGRA DO JOGO	
16	O MUNDO DA FANTASIA	
20	NASCE UMA ESTRELA	
24	OS INCOMPREENSÍVEIS	
28	O LEOPARDO	
29	MERCADOR DE ILUSÕES	
34	SEM LEI E SEM ALMA	
36	O CÉU DE SUELY	
40	CIDADÃO KANE	
43	RÉQUIEM PARA UM SONHO	
50	CRONICAMENTE INVIÁVEL	
52	DUELO DE TITÃS	
53	OS SONHADORES	

Parte da sociedade começa a se mostrar incomodada com a *ditadura midiática*. E começa a se perguntar sobre o papel e missão dos meios de comunicação em uma sociedade realmente democrática.

AS COMUNICAÇÕES NO BRASIL: ATÉ QUANDO VEREMOS ESSE FILME?

Há dez anos, ou mais, as comunicações brasileiras vêm passando por importantes transformações. Nesse período, o Congresso brasileiro discutiu uma lei para regulamentar a TV por assinatura (Lei do Cabo), uma grande lei para reorganizar as telecomunicações e privatizar a Telebrás (LGT) e, pelo menos, duas reformas na Constituição: autorizando a quebra do monopólio estatal nas telecomunicações e a associação de empresas brasileiras de comunicação social ao capital estrangeiro. Em que pese a enorme influência que os meios de comunicação têm na nossa vida diária, seja colocando qualquer pessoa ao alcance de qualquer pessoa, seja enchendo as nossas cabeças

com informações e entretenimento que conformam a nossa visão de mundo, não se poderá dizer que esses temas tenham suscitado amplas discussões nos movimentos sociais, nos sindicatos, nos partidos políticos democráticos e populares. Ressalvadas algumas organizações militantes, geralmente constituídas principalmente por jornalistas e afins, o debate sobre essas questões quase que se restringiu à *agenda* que interessava aos grandes negócios em jogo.

É possível que, nestes últimos anos, esteja crescendo o interesse dos movimentos democráticos pela *política de comunicações*. Por um lado, a expansão da Internet está permitindo a muitas vezes se expressarem, por meio de



blogs e sítios, sem terem que se subordinar à pauta imposta pela mídia. Por outro lado, conforme ficou mais evidente durante as últimas eleições presidenciais, parte da sociedade começa a se mostrar incomodada com a *ditadura midiática*. E começa a se perguntar sobre o papel e missão dos meios de comunicação em uma sociedade realmente democrática.

Este texto busca contribuir para esse debate. Não é um texto acadêmico. Ele se dirige justamente ao militante democrata, principalmente este que pouco acompanhou e ainda não percebe muito bem os complexos caminhos por onde trafega a informação midiática. Daí, a linguagem mais “solta”, digamos assim, que vamos usar.

Para atender a força e influência dos meios de comunicação na sociedade contemporânea, é necessário entender a própria lógica capitalista dessa sociedade e como os meios integram e constituem essa lógica. Não são apenas instrumentos de poder. São forças produtivas da acumulação. Por isto, estudá-los, é exami-

ná-los e discuti-los como uma infra-estrutura que atende à economia capitalista porque por ela trafega *cultura e poder*, tanto ou mais do que uma estrada de rodagem por onde trafeguem soja ou “cegonheiros”. Daí porque essa discussão tem que necessariamente articular e relacionar o sistema físico ao seu *conteúdo*. Não vamos, aqui, debater “telecomunicações” ou “mídia”. Vamos debater *comunicações*: a infra-estrutura e tudo o que trafega por ela.

A elaboração deste texto contou com o decisivo apoio da Federação Interestadual de Sindicatos de Engenheiro – FISENGE. A ela, ao seu presidente, engenheiro Olímpio Alves dos Santos, seus demais diretores e diretoras e à jornalista Tânia Coelho, o autor muito agradece pela oportunidade. Escusado dizer que as análises e opiniões que se seguem são da lavra do autor, da sua vivência nas lutas pela democratização das comunicações, da sua convivência e troca de experiência com os militantes desta causa, não refletindo necessariamente as posições da Federação.



SHOW DE TRUMAN

Um brasileiro, desde que tenha dinheiro para tanto, pode comprar um jeans da afamada marca Diesel por cerca de um mil reais, ou mais, em algum sofisticado *shopping center* da cidade de São Paulo. Também em Nova York, Londres, Paris, qualquer outra cidade rica do mundo, pode-se comprar produtos dessa marca, pagando-se preços equivalentes. O comprador, ou “consumidor”, pensa que vestirá um produto italiano. Tomou conhecimento dessas roupas porque atentou para alguma publicidade em revistas caras, leu sobre algum desfile de moda onde modelos muito bem pagos e famosos as vestiam, viu-as expostas em atraentes vitrines de butikues ditas elegantes mas, sobretudo, sabe que vesti-las vai dizer a seus amigos e amigas “quem você é”.

De fato, nos escritórios centrais da empresa, na Itália, desenhistas, estilistas, cientistas especializados em materiais têxteis, outros profissionais qualificados e bem pagos, dentre eles fotógrafos e modelos, *projetam e testam*

os jeans e outros produtos da marca Diesel. Os desenhos, outras especificações e demais orientações são enviados para Santa Catarina, no Brasil, onde uma fábrica têxtil fabrica realmente os tecidos. De lá, os tecidos são enviados para a cidade de Horizonte, no Ceará, onde uma empresa de confecção costura cada jeans. Para atender à encomenda, esta empresa emprega 450 funcionários, sendo 250 costureiros ou costureiras, podendo confeccionar 450 peças por hora: quase duas calças por costureiro/hora. Estes recebem, por mês, entre 300 a 500 reais. Se trabalharem oito horas por dia, cinco dias por semana, estarão recebendo por hora, na melhor das hipóteses, R\$ 12,50, ou menos de R\$ 6,25 por calça. Já a empresa que os emprega (e paga pelo tecido, arca com outros custos, inclusive os sociais, remunera seu dono...) recebe, da Diesel, entre R\$ 26,00 a R\$ 50,00 por calça¹.

A Diesel não fabrica nada. Aliás, em seu sítio oficial, ela se define como uma empresa de *projeto* (“an innovative international *design* company”²). Não é a única. Ela foi aqui escolhi-

¹ Esses dados foram extraídos da reportagem “Ceará vira pólo exportador de luxo”, publicada na *Folha de S. Paulo* de 13 de novembro de 2005, assinada por Isabelle Moreira Lima. Os valores monetários podem ter variado um pouco ao longo do tempo, sobretudo para acompanhar as oscilações do dólar, e, neste texto, estão, em alguns casos, arredondados.

² <http://www.diesel.com/info/history.php>, acessado em 10/07/2008.



da como exemplo devido à mão de obra industrial que *subcontrata* no Brasil, motivo, inclusive, de ter sido alvo de reportagem ufanista na imprensa. Outras empresas de “projeto” também subcontratam trabalhadores no Ceará: Chloé, DKNY, Moschino, Calvin Klein, Reebok. Como diz, para a mesma reportagem, um diretor da Vulcabras (empresa fabricante brasileira que tem suas fábricas naquele estado para, entre outras, atender a encomendas da Reebok), “a indústria de calçados [ou qualquer outra, acrescente-se] sempre encontrará melhor situação de competitividade em regiões onde o custo da mão-de-obra seja menor”. Disse tudo.

Empresas como a Diesel são chamadas *corporações-redes*. Outros exemplos: Nike, Benetton, Toyota, Renault, McDonald, todas essas que se fazem obsessivamente presentes neste mundo em que vivemos. Elas empregam, em seus países de origem, mão-de-obra qualificada e cara para idealizar, pesquisar, projetar os seus produtos, além de, também, elaborarem as suas estratégias mundiais de venda (*marketing*). Transferem para países onde o “custo da mão-de-obra seja menor” as etapas de fabricação e montagem (ou confecção). Depois ven-

dem o produto material, com suas *marcas*, a preços caríssimos, em todos os *shopping centers* sofisticados do mundo. Elas redesenharam a *divisão internacional do trabalho*, retendo em suas sedes e países de origem o trabalho *mais qualificado, mais criativo, muito bem pago* e, no geral, agradável, transferindo para os países da periferia e subperiferia capitalista, o trabalho *menos qualificado*, ou totalmente *desqualificado*, muito mal pago, nada criativo e nada agradável.

As corporações-redes estão na base disso que se chama “globalização”. Elas produzem esse mundo “globalizado” que vem a ser exatamente o mundo compartilhado por todos aqueles que *podem* consumir as suas marcas. Neste mundo, as pessoas, sejam estadunidenses, francesas, japonesas, brasileiras, argentinas, egípcias, sul-africanas, de qualquer outro país, comportam-se conforme um padrão de vida e uma ideologia consumista bastante homogênea. Falam, ou se esforçam para falar, a mesma língua: o inglês. Um autor deu a esse mundo onde circula muito dinheiro, o apelido “McWorld”³. A sanduicheria McDonald seria o seu símbolo maior.

As corporações-redes não poderiam funcio-



nar se não existisse, à volta do mundo, para servi-las, uma ampla, eficiente, moderníssima, *infra-estrutura de comunicações*. O desenvolvimento dessa infra-estrutura permitiu a evolução das corporações-redes. A evolução das corporações-redes exigiu o desenvolvimento dessa infra-estrutura. Através dos satélites, dos cabos óticos, dos terminais de computadores conectados à Internet ou a redes privadas dessas corporações, o *centro corporativo* pode gerenciar e comandar todo o seu vasto processo de produção e vendas. Ou alguém imagina que os desenhos e especificações da Diesel viajam da Itália até Horizonte, levados por um estafeta? Tudo que pode, nesse processo, ser reduzido à informação e transportado pelas redes de comunicação, será reduzido à informação. *Inclusive o dinheiro*. As redes de comunicações permitem que dinheiro possa ser enviado de um lado a outro do mundo, em questão de segundos. Graças a elas, o cassino financeiro global não dorme nunca: quando a Bolsa de Valores de Tóquio está fechando, o dinheiro “viaja” para Hong-Kong ou Pequim e, daí, para Nova Delhi, depois para Bahrein

ou cercanias, em seguida para Frankfurt ou Londres, de onde vai para Nova Iorque (com umas migalhas passando por São Paulo), chega a São Francisco, Honolulu e... como a Terra gira, Tóquio amanhece, a sua Bolsa reabre e o dinheiro insone volta para ela.

As redes de comunicação se tornaram *vitais* para o funcionamento do capitalismo “globalizado”. Por isto, as corporações-redes, sejam as marqueteiras, sejam as financeiras, passaram a “internalizar” a infra-estrutura necessária aos seus negócios. Até os anos 1980, essa infra-estrutura era operada como um serviço “externo” às empresas. Ela devia servir de maneira neutra e equitativa a todos os agentes interessados, empresariais ou familiares. Daí por que era organizada como um *serviço público*. Na grande maioria dos países capitalistas, era controlada diretamente pelo Estado. A exceção mais notável eram os Estados Unidos: uma gigantesca empresa privada, a AT&T, detinha o monopólio das telecomunicações, no entanto exercendo-o conforme regras próximas às de um serviço de natureza pública, estreitamente fiscalizado pelo Estado.

³ Benjamin Barber, *Jihad X McMundo*, Ed. Record, 2003, trad.



A marca diz quem “tem” e quem “não tem”. Nesta sociedade capitalista em que vivemos, *ter é ser*.

Para as corporações-redes, a infra-estrutura de comunicações não pode ser nem neutra, nem equitativa. Ela deve permitir “vantagens competitivas” a cada grande conglomerado empresarial. Cada corporação quer arcar com custos menores do que os de seus concorrentes e quer ter a mais absoluta segurança quanto à continuidade e qualidade do serviço. Uma queda na conexão se traduz em enormes prejuízos. Para se manterem à frente da concorrência, cada corporação quer dotar-se sempre da última tecnologia de ponta oferecida pelos fornecedores de equipamentos e serviços. Um serviço de natureza pública não pode assumir tais compromissos. Por isto, as corporações-redes iniciaram, desde os anos 1970, uma forte campanha para acabar com os monopólios estatais ou para-estatais nas comunicações. Livres desses monopólios, elas poderiam montar redes empresariais de sua exclusiva propriedade, ou contratar a montagem e operação dessas redes a empresas especializadas que atendes-

sem às suas exclusivas exigências.

Os dois primeiros monopólios a serem revogados foram os da AT&T e da British Telecom, em 1984. Nos anos imediatamente seguintes, fo-

ram abolidos os regimes monopolistas estatais na maioria dos países centrais: França, Alemanha, Espanha, Itália, Japão etc. No Brasil, o processo demorou um pouco mais, consumando-se, na venda da Telebrás, em 1998. Na virada do século XX para o século XXI, monopólios públicos de comunicações eram coisas do passado.

A REGRA DO JOGO

O chamado “consumidor”, está visto, não compra calça, nem automóvel. Compra *marca*. A marca lhe estabelece seu lugar no mundo, identifica o seu campo de pertencimento, define as suas relações com o seu grupo social e com outros grupos sociais. A marca diz quem “tem” e quem “não tem”. Nesta sociedade capitalista em que vivemos, *ter é ser*.

A marca é percebida e absorvida pelo “consumidor” através dos muitos meios de comuni-



cação. Ela é vista ou ouvida por meio de alguma publicidade veiculada em jornais, canais de televisão, emissoras de rádio, salas de cinema. Mas essa publicidade que estimula o consumo não funcionaria se os jornais, a televisão, o rádio, o cinema não fomentassem, além da publicidade, os *comportamentos* necessários a esse tipo de consumo. A imagem de uma moderna cozinha num filme, da elegante sala de jantar na novela, do carrão do galã, do vestido da estrela, das posturas em restaurantes ou boates, tudo isso *diz* a quem quer ser parte deste mundo, o que deve ter e fazer para merecê-lo. Esses são os *símbolos* da “modernidade” e “civilização”. Na verdade, são símbolos muito apropriados para estimular vendas e lucros.

Durante quase todo o século XX, a radiodifusão foi o principal *meio de produção* da cultura do consumo e, daí, de veiculação publicitária dos bens e serviços a serem consumidos. Ela foi organizada para isto nos Estados Unidos, na primeira metade do século XX, após a edição da Lei do Rádio de 1927 e conseqüente criação da Comissão Federal de Comunicações (CFC). Esta lei permitiu que, em cada município dos EUA, funcionassem uma ou duas estações de rádio sustentadas por anúncios publicitá-

rios, subordinadas a três grandes cadeias ou redes radiofônicas nacionais: a NBC, a CBS e a ABC. Logo após o fim da Segunda Guerra, esse modelo seria estendido à então nascente televisão. Sobrevive até hoje.

Embora não fosse imperativo técnico, a radiodifusão foi organizada pelo Estado capitalista e pelas indústrias fabricantes de equipamentos (a Westinghouse até hoje controla a NBC) como um meio de comunicação *unidirecional*, no qual a emissora detém o *monopólio da fala*, assegurando-se aos milhões de ouvintes ou espectadores, o direito(?) de ouvir e ver... Assim, garante-se o *poder de persuasão* do meio.

Nos países europeus e no Japão, a situação política atrasou em muitas décadas a entrada da radiodifusão comercial. Vindos de uma grande guerra e já se preparando para outra, mergulhados em sérias crises sociais e ainda vizinhos da “ameaça comunista” representada pela União Soviética, esses outros países acharam melhor *estatizar* a radiodifusão, passando a usá-la como meio de propaganda e de mobilização do povo a favor dos interesses de cada bloco capitalista nacional. Assim nasceram a BBC e outras emissoras ditas “públicas”. Só depois de passados alguns anos do fim da Segun-



da Guerra, esses países começariam a permitir o avanço da radiodifusão comercial. O primeiro a liberá-la foi o Reino Unido, em 1954. Ou melhor, o Japão o fizera em 1946, mas a isto fora obrigado pela ocupação estadunidense.

Sob essas condições, separaram-se os segmentos de radiodifusão e telecomunicações. Aquele, através das frequências hertzianas, tinha por objetivo produzir e distribuir notícias e entretenimento para o “grande público”. Estas, através do cabo de par trançado, tinham por objetivo permitir a duas pessoas conversarem entre si sobre o que bem entendessem, sem censura de ninguém (direito nem sempre, por óbvio, respeitado...). A principal preocupação de uma operadora de telecomunicações era a *qualidade do sinal*. Por isto, as telecomunicações tornaram-se um campo dominado pelo trabalho dos engenheiros. A principal preocupação de uma emissora de rádio ou TV era a qualidade do conteúdo, ou melhor, a *conquista de audiência*. Por isto, tornaram-se campo dominado pelo trabalho de jornalistas, artistas, locutores, animadores de auditório, outros “comunicadores” e... publicitários.

Quando as corporações-redes estavam começando a se formar, na década 1970, também

começava a convenientemente se disseminar a tecnologia da *informática*, cuja evolução vinha se dando, até então lentamente, desde o fim da Segunda Guerra. A informática reduz todo sinal de natureza eletromagnética a seqüências de dois pulsos que podem ser representados numericamente pelos símbolos 0 (zero) e 1 (um). Isto porque todo fenômeno eletromagnético é mensurável em altura, amplitude ou frequência, podendo assim ser reproduzido, através da leitura e reprodução física dessas medidas, por dispositivos técnicos apropriados. Deste modo, a luz (cores) é reproduzida pela fotografia. O som (vozes, música) é reproduzido e até enviado a distância, pelo telefone ou rádio. Este modo de reprodução por analogia ao fenômeno natural, é chamado *analógico*.

Se as grandezas numéricas dos fenômenos eletromagnéticos são convertidas a números binários, eles poderão (depois de outras tantas operações matemáticas) serem captados, registrados e reproduzidos por qualquer circuito eletrônico também binário. A isto, chamamos, neste horrível *portinglês* que se fala e escreve no Brasil, “digital”. O correto seria “numérico”.

A enumeração, ou “digitalização”, permite tratar quase todas as formas de comunicação



através de um mesmo suporte técnico eletrônico. Por isto, as diferentes tecnologias e correspondentes negócios que eram necessários para organizar e extrair lucros dos diversos meios de comunicação, puderam ser incorporados a uma mesma tecnologia e uma mesma organização de negócios. É o que permite a *convergência tecnológico-empresarial* (CTE). Exemplo: antes era necessário um suporte químico e todo um processamento correspondente para se obter uma fotografia, ou um equipamento mecânico ao qual se adicionavam folhas de papel (“máquina de escrever”), para se escrever um texto. Se eu quisesse adicionar a fotografia ao texto, ou faria uma simples “colagem”, ou recorreria aos serviços especializados de uma gráfica industrial. Hoje, a fotografia pode ser obtida por uma câmara digital, o texto pode ser escrito num computador e através de uma simples operação de “transferência de arquivos”, em poucos segundos, a foto e o texto se tornam uma coisa só.

A CTE iria apagar as muitas fronteiras estabelecidas no passado entre os segmentos das comunicações. Exemplo: como classificar a Internet? Telecomunicações? Radiodifusão? Obviamente, não é uma coisa, nem outra,

embora a Internet permita telegrafia (*e-mail*), telefonia (VoIP), ouvir rádio e ver televisão, além de um amplo conjunto de outras atividades antes impossíveis. O aparelho que ainda chamamos “celular”, que tira e envia fotografias, permite ler notícias, remeter e receber mensagens de texto e, nas versões mais novas, até mesmo assistir canais de televisão, este aparelho é um simples telefone? Todo o sistema técnico e comercial que o alimenta com esses serviços, será um mero sistema empresarial telefônico?

As transformações pelas quais o capitalismo passou nas últimas décadas do século passado impulsionaram essa convergência, logo fomentaram o desenvolvimento das tecnologias necessárias. O desenvolvimento dessas tecnologias retroalimentou aquelas transformações. E isto se percebe até mesmo listando algumas das mais influentes *marcas* dos dias de hoje, marcas essas inexistentes ou desconhecidas há 30 anos atrás: Nokia, Samsung, LG, Sony, Google, Microsoft entre outras. A emergência, nesse período, dessas novas grandes corporações mostra que o capitalismo, realmente, viveu um período de verdadeira ruptura tectônica. Empresas poderosas no passado perde-



Como, para esta operadora, o “cliente” lhe é atraído, assim como a abelha pela flor, pelas cores na tela do terminal, ela lhe oferece não um mero serviço de transporte de sinal, mas um “pacote” de *conteúdos*.

ram espaço ou até desapareceram. Exemplos: Zenith, Philco, Telefunken. Nisto, rearrumou-se a divisão internacional do trabalho. Junto com a Samsung ou a Nokia, por exemplo, emergiram como potências industriais e econômicas, países como a Coréia ou a Finlândia. Enquanto isto, no Brasil, a Gradiante, que já foi poderosa, está definhando. É que o Brasil abriu mão de também ocupar um lugar de liderança nesse novo mundo industrial capitalista. Deixou de ser sujeito para ser objeto do processo.

A CTE e toda essa nova lógica capitalista que a impulsiona, movida pelas corporações-redes, iriam forçar um completo rearranjo nas leis e regras que organizam o campo das comunicações. Estas teriam que aceitar a realidade da *fragmentação* (ou “competição”) e a da *fusão* conteúdo-continente, isto é, dos negócios voltados para notícias e entretenimentos (e publicidade) com os negócios até então voltados

para a mera transmissão do sinal. O discurso da direita falava de “defesa do consumidor”. O discurso da esquerda, “projeto neoliberal”. Como quem manda é o *capital*, prevaleceu o “consumidor”. Quem perde é o *cidadão* e, claro, a *democracia*.

O MUNDO DA FANTASIA

Em função da CTE, a produção do consumo é feita, hoje em dia, através de uma rede de comunicação que, nos seus limites, produz os conteúdos e, no seu nó central, os entrega a um terminal de acesso pertencente a um usuário que se quer *individualizado*. A isto, estudiosos e formuladores políticos especializados dão o nome de “cadeia de valor” ou “rede de valor”. Poderia ser chamada, também, de *rede produtiva* ou *divisão de trabalho*. (Figura 1)

Olhando-a do centro para fora, o “consumidor”, através da tela de seu terminal de acesso (aparelho de TV, microcomputador, celular etc.), percebe diversas opções de conteúdo a sua escolha: notícias, vídeos, canais de TV, troca de mensagens etc. O que lhe permite esse acesso



Fig. 1
A divisão de trabalho nas redes convergentes de comunicações

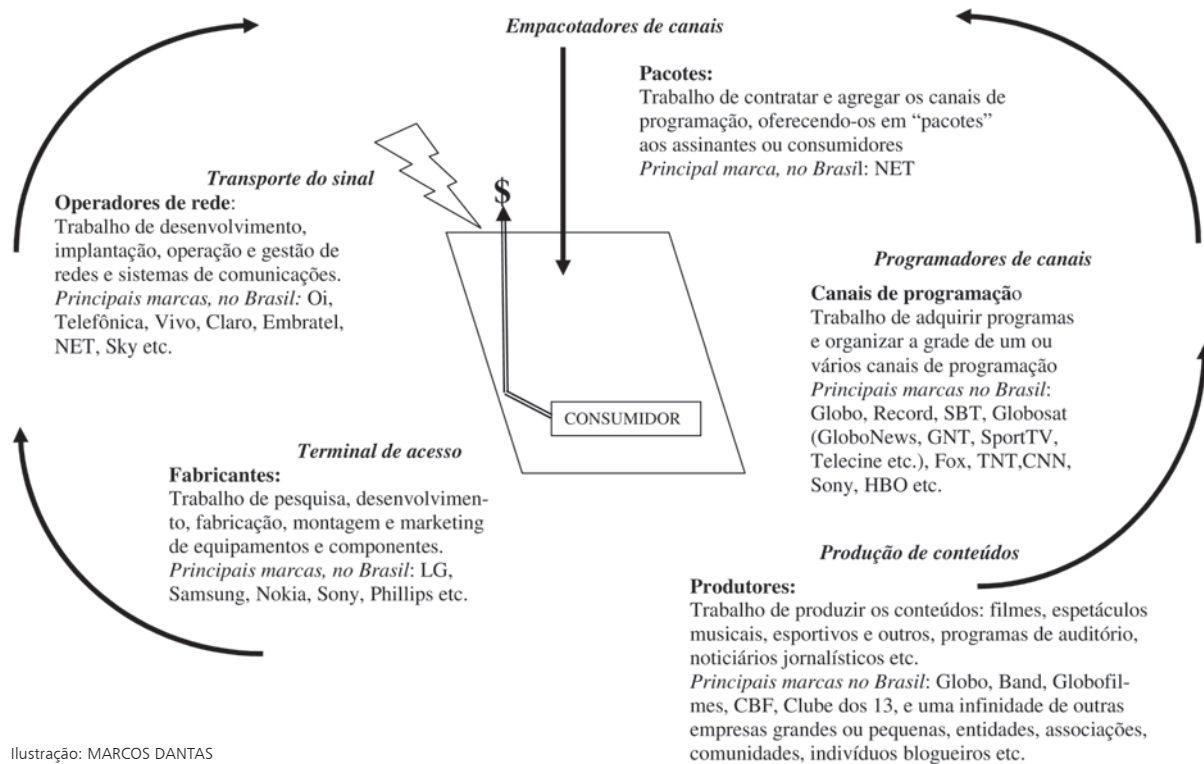


Ilustração: MARCOS DANTAS

é a tecnologia contida no seu terminal, isto é, os microprocessadores, outros *chips*, os teclados, a própria tela (grande, pequena, mínima), projetados e desenhados pelos engenheiros e desenhistas da corporação cuja marca aparece no aparelho: Nokia, Sony, LG etc. Como em qualquer outra corporação-rede, a fabricação

e montagem desses terminais são feitas por fornecedores especializados, espalhados pela Periferia capitalista. Televisores LG, por exemplo, são projetados e desenhados na Coréia, mas montados em Manaus com componentes, todos eles, importados, boa parte da China. Mas o “consumidor” só tem olhos para as



imagens na tela. Ele pode vê-las ou ouvi-las porque o seu aparelho receptor recebe sinais eletromagnéticos, por cabo, satélite ou frequências hertzianas atmosféricas, convertendo-os nessas imagens. O transporte dos sinais é feito por uma operadora especializada. Logo, o “consumidor”, para acessar as imagens, além de adquirir um aparelho receptor, está obrigado também a contratar o serviço de transporte: torna-se “cliente” de uma *operadora de rede*.

Como, para esta operadora, o “cliente” lhe é atraído, assim como a abelha pela flor, pelas cores na tela do terminal, ela lhe oferece não um mero serviço de transporte de sinal, mas um “pacote” de *conteúdos*. Na lógica de divisão do trabalho das corporações-redes, a organização desse “pacote” pode ser atividade de uma, ou mais de uma, outra empresa *programadora*. Se o “cliente” quiser este ou aquele programa, terá que também *assiná-lo*, assim remunerando o trabalho da programadora. A operadora de telecomunicações, portanto, funciona como elo de ligação (e de cobrança) entre as programadoras e o “consumidor”.

Um “pacote” de programas é constituído por um diversificado mosaico dos mais diver-

sos produtos: noticiários, transmissões esportivas, programas de auditório ou de entrevistas, videoclipes, videojogos, filmes, lojas virtuais etc. As programadoras nem sempre produzem tudo isto, algumas quase não produzem nada disso: parte maior ou menor do que oferecem é adquirida junto a produtores especializados. O jogo de futebol é comprado à entidade esportiva que organiza o campeonato. Filmes, às produtoras cinematográficas. Assim, no limite extremo da rede, encontram-se os reais fabricantes, se pudermos usar este termo, dos conteúdos que o “consumidor” verá na outra ponta – inclusive, nunca esqueçamos, os conteúdos *publicitários*.

Para o “consumidor”, tudo isso é invisível, ou “transparente” como gostam de dizer os engenheiros. Ele pensa estar “assinando” a NET ou a Claro. Mas, na verdade, o preço da sua assinatura é dividido por todos que integram a rede. Os critérios desta divisão dependem do poder de negociação de cada um dos seus participantes. Quanto mais “independente” for o produtor, menor o seu poder de barganha. Quanto mais “integrado”, maior o seu poder. Em princípio, a parte do leão pode caber a quem detém a infra-estrutura. Mas, como o



“consumidor” quer conteúdo, uma forte *marca* de programação – a Rede Globo, por exemplo – também pode fazer valer a sua força nessa repartição.

Há mais ou menos 30 anos, o indivíduo, na sua cidade, tinha acesso à informação e entretenimento através de meia dúzia de canais de televisão (no máximo), umas 30 emissoras de rádio, um punhado de salas de cinema, além da imprensa escrita e livros. Hoje, tem acesso através de mais de 150 canais de televisão que podem lhe chegar pelo cabo, satélite, terminais portáteis e pela TV aberta, pela infinita quantidade de sítios na internet e ainda, como antigamente, pelas salas de cinema, imprensa e livros. Até mais ou menos 30 anos atrás, esses meios, sobretudo o rádio e a televisão, sendo limitados, precisavam atingir a mais ampla audiência possível. Produziam uma programação para um “público médio”, para “todos os gostos”. Eram definidos como *comunicações de massa*. No entanto, graças a elas, na medida em que o capitalismo avançava, avançava também uma sociedade cada vez mais homogênea, identificada por um amplo conjunto de valores *uni-*

Hoje, a nova configuração dos meios de comunicação visa *produzir* “consumidores” individualizados e fragmentados.

versais, que acabava permitindo mobilizar as pessoas não somente para o consumo conspícuo, mas também para lutar por grandes causas e ideais opostos ao consumismo e transcendendo os interesses de grupos sectários de indivíduos.

Hoje, a nova configuração dos meios de comunicação visa *produzir* “consumidores” individualizados e fragmentados. Haverá um canal de programação para cada “gosto do freguês”. É o que nessa linguagem americanalhada se chama “customização”. Ao capitalismo “pós-moderno” interessa essa fragmentação que, do ponto de vista econômico, favorece em muito à intensificação do consumo e, do ponto de vista político, favorece a divisão do *povo* em segmentos identitários e mutuamente excludentes. Não haverá mais grandes causas, mas pequenas causas recortadas por algum tipo de definição para-tribal. Não haverá nem mesmo uma causa *nacional*. Exceto, claro, se a nação em causa for a estadunidense...



NASCE UMA ESTRELA

O Brasil, sabemos, é um país capitalista *periférico*. Na novilíngua politicamente correta dos meios de comunicação, pela qual as palavras que expressam com clareza os conflitos sociais reais devem ser substituídas por outras que os turvam, tornamo-nos um país “emergente”. Seja como for, o desenvolvimento brasileiro dos últimos 50 anos, porque foi comandado de fora para dentro, não atingiu e incorporou parcela expressiva da nossa população.

Isto se reflete, como não poderia deixar de ser, na evolução das nossas comunicações. Por um lado, o Brasil promoveu uma autêntica *revolução* nas suas comunicações, nos anos compreendidos entre 1965 e 1985. Por outro lado, essa revolução alcançou de modo muito desigual o conjunto da população brasileira.

O marco fundador desse processo é o Código Brasileiro de Comunicações (CBC), aprovado pelo Congresso Nacional em 1962. Ele definiu uma política e regras que dotariam o país de um sistema nacional de telecomunicações que, até então, simplesmente não tínhamos. Àquela época, pouquíssimas pessoas possuíam linha telefônica em nosso país. O sinal de

dispar poderia demorar, sem exagero, uma ou duas horas. Uma ligação interurbana do Rio de Janeiro para São Paulo ou Petrópolis, além de necessitar da intermediação de uma telefonista, também poderia demorar duas ou mais horas para ser realizada. Ligações mais distantes, de alguma cidade do Sul para alguma do Norte, eram simplesmente impossíveis. A televisão não operava em rede: nas cidades onde já existiam emissoras, o telejornal local podia dar algumas notícias com até dois dias de atraso, pois este era o tempo que a fita com as imagens (“*tape*”), levava para viajar de avião, do Rio de Janeiro ou São Paulo, para cidades mais longínquas.

Conforme determinado pelo CBC, foi criada, em 1965, já no regime militar, a Embratel. Tinha por objetivo dotar o país de uma infraestrutura de telecomunicações que permitisse conectá-lo de uma ponta a outra. Em pouco mais de cinco anos, a Embratel construiu um sistema que pôs em comunicação direta as 300 mais importantes cidades brasileiras, incluindo, claro, as capitais da Região Norte. Foi uma obra ciclópica, se nos lembrarmos da falta de experiência brasileira, àquela época, para a construção de grandes sistemas de comunica-



ção, do tamanho do país, da barreira que então ainda representava a Floresta Amazônica, da necessidade de importarmos quase todos os equipamentos, pois pouca coisa se fabricava no Brasil e nada se projetava.

Em 1972, é criada a Telebrás e, em cada estado, surge uma “tele” (subsidiária da Telebrás) para levar a telefonia fixa básica para todo mundo. Então, o país todo dispunha de 1,4 milhão de linhas para 90 milhões de brasileiros “em ação”, como cantava o hino ufanista da Copa de 1970. Em 1975, a Telebrás já operava 2,2 milhões de linhas. Três milhões, em 1976. *Um salto de 114%, em quatro anos!* Em 1972, apenas 970 municípios brasileiros dispunham de rede telefônica. Em 1979, esse número saltara para 2.848 municípios. Entra a década 1980, e o Brasil conta 5 milhões de linhas instaladas.

Recentemente, depois da privatização, o sistema telefônico brasileiro experimentou outra grande expansão. Como mostra o gráfico da Figura 2, quando postos em escala logarítmica, os números da expansão recente não parecerão assim tão extraordinários se comparadas aos de outras épocas. Com uma importante diferença: há 20 ou 30 anos atrás, para ins-

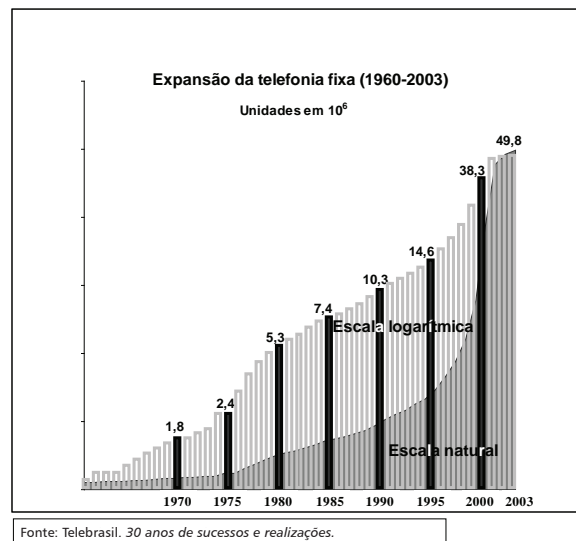


Gráfico: MARCOS DANTAS

talar novas linhas era necessário, realmente, *expandir* todo o sistema, não raro começando literalmente do zero em muitas cidades ou grandes áreas. Já esta expansão que se deu depois da privatização se apoiou em *toda a infra-estrutura anteriormente construída pelo Estado brasileiro*.

Para financiar sua gigantesca obra, a Telebrás vendia suas ações ao povo. Qualquer um, pessoa física ou jurídica, inclusive prefeituras e órgãos públicos, podia comprar ações da empresa, pagando por elas o equivalente a cerca de mil dólares, em suaves prestações, por quatro anos. Em menos tempo, de um a dois anos,



Com a criação da Telebrás, o governo decidiu que já era hora de passarmos a atender às nossas necessidades com os nossos produtos.

em média, entregava a este seu acionista, a sua quase sempre primeira linha telefônica. No entanto, o plano continha nele mesmo o seu limite. Só compraria ações da Telebrás ou de qualquer outro empreendimento quem tinha algum dinheirinho sobrando para poupar ou investir. Não era, e não é, o caso da grande maioria do povo brasileiro. Mas era, sobretudo naqueles tempos de “Brasil grande”, o caso de boa parte da nossa ascendente e eufórica classe média. De fato, aquela expansão atendeu apenas aos ricos e remediados. Entre 1972 e 1994, a taxa de penetração da telefonia havia pulado de 1,7 linhas para cada grupo de 100 habitantes, para 8,7 linhas. Mas se fosse considerada apenas a população com renda familiar média superior a dez salários mínimos, essa taxa subia para 44 por 100.

No Brasil e em todo o mundo, a barreira à expansão de um sistema telefônico é a renda da população. Como não existe almoço grátis, a construção e operação de uma rede cus-

ta caro. Mas a receita da maioria das linhas não cobre a parte que caberia a cada linha no rateio desse custo. No Brasil, cerca de 70% das linhas são deficitárias e já era

assim mesmo quando o sistema atendia quase que só à classe média e alta. O que torna a linha rentável é a sua intensidade de uso. Numa empresa, fazem-se chamadas telefônicas a todo minuto, durante todo o expediente. Numa residência de renda alta e onde algumas pessoas possam ficar em casa durante a maior parte do dia, também se usa muito o telefone, às vezes em chamadas que demoram “horas”, garantindo à operadora receitas acima do que lhe custou instalar e lhe custa manter a linha. Nas casas pobres já não é assim. As pessoas saem para trabalhar deixando mudo o telefone quase o dia inteiro e, como o dinheiro é contado, controlam o seu uso mesmo quando estão em casa. Por fim, como é óbvio, o custo por linha é sempre muito alto quando o sistema ainda se encontra no início de sua implantação, caindo naturalmente quanto mais se torne capilarizado. É por isto que, lá no início do século XX, a AT&T, dos Estados Unidos, adotou o modelo de *subsídio*



cruzado para financiar a universalização da sua rede: como o Estado lhe garantira o monopólio do serviço, ela, em troca, cobrava caro dos assinantes comerciais (que não tinham para onde fugir e precisavam da linha) para subsidiar as tarifas dos assinantes residenciais, assim animando-os a aderir à então novidade. Resultado: em 1920, 40% das residências estadunidenses já tinham linhas telefônicas. Nas vésperas da Segunda Guerra seria difícil encontrar, nos Estados Unidos, uma casa sem telefone.

No Brasil, o modelo adotado nas telecomunicações foi coerente com todo o modelo de desenvolvimento *periférico* implementado desde a década 1930, radicalizado e aprofundado depois do golpe de 1964: um desenvolvimento para poucos, um desenvolvimento apoiado na super-exploração da força de trabalho, um desenvolvimento social e economicamente excludente. Assim, a telefonia no Brasil, ao fim da década 1980, estava universalizada... no universo da classe média. Destes que são “consumidores”.

Universalizada mesmo foi a televisão. Em 1962, existiam cerca de 1,2 milhão de aparelhos receptores de TV nas residências e outros

estabelecimentos brasileiros. Em 1970, 4,9 milhões. Em 1980, 18,3 milhões. Hoje, 90% das residências de nosso país possuem ao menos um aparelho receptor de TV. Ao todo, o parque instalado de receptores ultrapassa 100 milhões de unidades.

Claro está que essa expansão se deve ao acesso que todo brasileiro passou a ter à programação da televisão. E este acesso se deve à infra-estrutura construída pela Embratel. Essa infra-estrutura permitiu a formação de grandes redes nacionais de TV que passam a veicular, para todo o país, num mesmo horário, uma mesma programação. O Brasil, definitivamente, passou a se ver como *um só* país. Estivéssemos onde estivéssemos, de Norte a Sul, de Leste a Oeste deste imenso território, assistíamos, na mesma hora, ao mesmo noticiário, à mesma novela, ao mesmo jogo de futebol, ao mesmo programa dominical. E o povo gostou disso. Se não, não teria comprado tanta TV.

No entanto, essa imagem de país era, e é, a imagem de um país consumista. As novelas, por exemplo, mostram quase sempre apartamentos espaçosos e bem decorados, gente bonita e bem vestida, todos dirigindo portentosos



carrões e frequentando requintados ambientes onde se bebe a melhor bebida e se ouve os mais recentes lançamentos da indústria fonográfica mundial. Era e é a imagem necessária para produzir consumo, a imagem associada explícita ou implicitamente às marcas das corporações-rede.

Essa imagem era também, e ainda é, a imagem do sonho, da esperança, da chance dada a qualquer um para um dia ser “celebridade”, fosse nos “programas de calouro” do Chacrinha ou do Flavio Cavalcanti, seja, hoje em dia, na casa do BBB. Era a imagem do devaneio, do esfriar a cabeça e esquecer as preocupações depois de mais um dia de trabalho árduo, mal pago, sem perspectivas. Para grande parte do povo, era a imagem de um mundo ou de um país, ou de um *shopping center*, inacessível, porém, a esse mesmo povo. Mas suficientemente forte para deixá-lo quieto, aceitar sua vida, dormir mais uma noite, acordar mais um dia para voltar a fazer tudo de novo em troca de um salário mirrado.

Nem todos podiam ter telefone. Mas todos podiam ter televisão. Nem todos podiam ter acesso a um meio de comunicação que permite conversar, trocar idéias, mobilizar. Mas todos

podiam ter acesso a um meio de comunicação que só *recebe*. Não foi só no Brasil. Na Europa do entre-Guerras, a radiodifusão sob controle estatal rapidamente se universalizou, mas a telefonia, também sob controle estatal, só começou a realmente se expandir depois dos anos 60. O mesmo se deu nos antigos países socialistas. Há quem afirme que em todos os países politicamente autoritários, os detentores do poder demonstram muito interesse na expansão da radiodifusão e nenhum, na universalização da telefonia.

OS INCOMPREENSÍVEIS

Até nascerem a Embratel e a Telebrás, os engenheiros elétricos e eletrônicos brasileiros formados no ITA, na PUC-Rio, na Poli-USP e poucas outras universidades, não tinham muitas opções de emprego e trabalho: a modorrenta CTB, que dominava a telefonia no Rio de Janeiro, São Paulo e Belo Horizonte, a unidade de montagem de telefones da estadunidense Standard Elétrica, num subúrbio do Rio de Janeiro, outras unidades de montagem de corporações estrangeiras há muito estabelecidas



no Brasil, como a Ericsson, a Siemens, a IBM. Nem era muita a quantidade, nem era melhor a qualidade. *Engenheirar* era uma atividade monopolizada por

seus colegas estadunidenses, alemães, suecos. Os engenheiros brasileiros apenas vigiavam os processos e administravam as máquinas e os operários. Ou aceitavam vender máquinas, atribuindo legitimidade técnica aos argumentos marqueteiros.

Em seus primeiros anos, a Embratel praticamente importou todos os equipamentos necessários à sua expansão. Seus fornecedores eram a NEC japonesa, a Thomson francesa, outras grandes empresas fabricantes. Mas seus engenheiros aprenderam muito sobre projeto e implantação de grandes sistemas de comunicações. Até porque, em se tratando de Brasil, grande é grande mesmo.

Com a criação da Telebrás, o governo decidiu que já era hora de passarmos a atender às nossas necessidades com os nossos produtos. Desde o primeiro momento, ficou estabelecido que a Telebrás daria preferência, em suas compras, a empresas instaladas no país, mesmo que fossem filiais de multinacionais. Já era

Quem ignora o que seja tecnologia, ignora todo o *trabalho* envolvido nesse processo. Tecnologia não é o mesmo que qualquer *gadget* bonitinho que dá status a quem o exhibe.

um meio de criar e expandir bons empregos para operários brasileiros, claro que às custas dos empregos dos operários suecos, alemães... Mas, afinal, somos brasileiros, não somos nem suecos, nem alemães!

A partir do governo Geisel, essa política deu um grande passo à frente. Através das famosas portarias 661/75 e 622/78 do Ministério das Comunicações, decretou-se que o poder de compra da Telebrás seria predominantemente usado para fomentar o desenvolvimento de tecnologias genuinamente nacionais. Nada mais lógico: como a Telebrás era praticamente a única compradora, ela podia determinar até mesmo como produzir e fabricar o produto que desejava comprar. Para isso, criou um Centro de Pesquisa e Desenvolvimento (CPqD), ao qual deu o nome do grande pioneiro brasileiro em telecomunicações, Padre Roberto Landell de Moura. Neste centro, empregando cerca de mil cientistas e engenhei-



ros, fazia pesquisas visando desenvolver equipamentos e sistemas de ponta tecnológica. Repassava os conhecimentos a empresas sob controle de capital nacional, das quais cobrava os devidos *royalties*, delas comprando os equipamentos e sistemas conforme iam sendo industrializados.

Quem ignora o que seja tecnologia, ignora todo o *trabalho* envolvido nesse processo. Tecnologia não é o mesmo que qualquer *gadget* bonitinho que dá status a quem o exhibe. Tecnologia é um trabalho que põe um indivíduo muito bem preparado tecnicamente em contato com alguns materiais, testando, durante meses, às vezes anos, a reação desses materiais a certas condições desejadas ou imaginadas por aquele indivíduo, de modo a lhe permitir dizer, ao final, como esses materiais poderão ser úteis econômica e socialmente. Nenhum produto, *nenhum mesmo*, desses que usamos cotidianamente, nem mesmo uma calça da Diesel, nasce pronto ou resulta de algum “estalo”. Além de criatividade, é necessário muito esforço, muita tentativa-e-erro, até se obter o produto desejado.

Mas só isso não basta. Depois que sabemos como deve ser o produto que queremos vender,

ainda será necessário estabelecer como *produzi-lo*. Uma coisa são os testes de laboratório, com algumas gramas ou quilos dos materiais a serem empregados. Outra coisa é a fabricação, envolvendo grandes máquinas e toneladas de materiais. A produção também tem que ser projetada. Testada. Acompanhada. Mão de obra precisa ser capacitada e treinada. Há todo um conhecimento envolvido aí, conhecimento este que, não raro, resulta mais da experiência, da vivência, dos que trabalham nas fábricas do que dos manuais de operação.

Pouco ou nada de todo esse trabalho existia no Brasil até meados da década 1970. Nem nas telecomunicações, nem em outros grandes setores industriais. Na verdade, a substituição de importações que caracterizou a industrialização brasileira, substituiu mão de obra operária estrangeira, pela mão de obra operária nacional. Mas não substituiu a, digamos “cabeça de obra” engenheira estrangeira pela “cabeça de obra” engenheira nacional. Mais à frente, hoje em dia, aquela mão de obra seria substituída pelos robôs. A “cabeça de obra”, esta que é insubstituível, continua no exterior. O resultado se encontra à vista de todos, nas calçadas tomadas por camelôs em nossas principais cida-



des, na miséria das favelas, nas nossas patologias sociais.

Não deveria ser assim. Em meados da década 1970, este país parecia ter tomado consciência da necessidade também de co-

meçar a substituir o emprego que gerava lá fora, para engenheiros estrangeiros, por emprego aqui dentro, para os nossos engenheiros. Os planos de desenvolvimento falavam claramente em desenvolvimento tecnológico e definiam políticas precisas para atingi-lo. Uma dessas políticas foi a industrial de telecomunicações.

Dez anos depois de estabelecida, ali por volta de 1985 (anos de muitas outras lembranças, como sabemos!), essa política havia permitido que nascessem ou se firmassem vários laboratórios de pesquisa e desenvolvimento nas nossas universidades: LED/Unicamp, LCD/Unicamp, LME/USP, Cetuc/PUC-Rio, Inatel (em Santa Rita do Sapucaí) etc. Mais de 70 tecnologias desenvolvidas pelo CPqD foram transferidas para empresas industriais brasileiras. Entre estas, a do nosso conhecidíssimo telefone público a cartão, a da central telefônica digital “Trópico”, a de fibras óticas, a de um telefo-

O Brasil de FHC e dos milhões de brasileiros e brasileiras que o elegeram (depois de terem antes, votado em Collor de Melo), preferiu voltar a ser pasto para o repasto do capital estrangeiro.

ne padrão (até então, nem um mero telefone o Brasil fabricava!), a de antenas parabólicas (outro sucesso!), muitas outras. Graças a elas, nasceram ou se ampliaram empresas bastante promissoras a exemplo da Promon, Elebra, Zetax, Batik, Gradiente, Xtal, Daruma, avançando sobre um mercado antes exclusivo das multinacionais. As centrais “Trópico”, por exemplo, chegaram a representar um terço do total de centrais telefônicas instaladas no país. Essa indústria chegou a oferecer 100 mil empregos. Foi tudo isso destruído, numa penada, sob aplausos gerais da mídia, depois da privatização da Telebrás. O Brasil retrocedeu 20 anos, voltando a ser importador ou mero montador de equipamentos e sistemas de telecomunicações. As empresas acabaram ou foram vendidas a estrangeiros, junto com o conhecimento nelas acumulado. Os laboratórios universitários sobrevivem a duras penas. O CPqD fechou (literalmente!) as luzes e portas dos seus labo-



ratórios de pesquisa, desempregou muita gente, tornou-se uma fundação privada que vive de estudos e homologações.

O LEOPARDO

Desde o início dos anos 80, o Brasil mergulhou numa grande crise econômica e política. Na verdade, essa crise era apenas parte de uma profunda crise mundial do capitalismo. Mas, nos países centrais a crise foi percebida com uma excelente oportunidade para renovar suas indústrias, redefinir projetos estratégicos, reafirmar ou ampliar os seus espaços mundiais de poder – mudar tudo para tudo continuar igual. Países como o Japão, a Coreia (que, até então, era pouco mais do que nada), a cada vez mais coesa Comunidade Européia, sem falar dos Estados Unidos, além de sugar dinheiro dos países da Periferia através dos juros exorbitantes

que impunham às suas dívidas, traçaram novas políticas de desenvolvimento *calcadas no fortalecimento ainda maior de suas indústrias eletro-eletrônicas.*

Foi então que, sob pressão das corporações-redes em formação e de tudo o mais que também mudava no mundo, esses países resolveram acabar com os seus monopólios nas comunicações e privatizar as suas operadoras de telecomunicações. Em linhas gerais, transformaram as suas antigas operadoras públicas monopolistas em grandes empresas privatizadas “globais”: nascem, ali por volta de 1984-1988, as British Telecom, France Télécom, Telecom Itália, Telefónica de España, Deutsche Telekom etc. Ao mesmo tempo, novas grandes empresas surgem oferecendo serviços de telefonia celular, TV por assinatura, comunicações por satélite e muito mais. É verdade: o modelo monopolista não cabia mais nas comunicações. O mercado se torna até muito competi-

De fato, nos três a quatro anos que se seguiram à privatização, as concessionárias se lançariam numa louca corrida para atingir, o mais rapidamente possível, as suas metas.

vo. Pena que muita gente demorou a perceber isto, no Brasil, insistindo na defesa de um monopólio historicamente superado. Por outro lado, nenhum país *sério* abriu mão de continuar sediando uma grande



operadora “global”, capaz de oferecer serviços e concorrer, a partir de uma posição dominante, em todo e qualquer mercado relacionado às comunicações. Dentre esses países, inclua-se o México: em 1991, ele privatizou a sua estatal Telmex. A empresa foi mantida sob controle de um capitalista mexicano e teve apoio para se tornar uma outra grande operadora internacional: hoje, é a segunda maior empresa de telecomunicações da América Latina, perdendo apenas para a Telefónica espanhola.

O Brasil, que aproveitou a crise para andar para trás, ou voltar a ser o que sempre foi, periférico e dependente, adotou outra política. Em 1988, sob o governo Fernando Henrique Cardoso, *fatiou* a Telebrás em 13 pequenas empresas e tentou vendê-las, todas, ao capital estrangeiro. Quatro empresas forneceriam serviços de telefonia fixa. Outras nove, de telefonia celular. Ao lado destas, mais dez empresas seriam constituídas para concorrer também na telefonia celular. As quatro empresas de telefonia fixa estão aí até hoje, embora, neste ano de 2008, isto é, 10 anos depois, duas delas estejam negociando a *re-fusão*: a Telemar e a Brasil Telecom. Das 19 de telefonia celular, não sobra mais quase nada: reduziram-se a três,

sob controle espanhol (Vivo/Telefónica), italiano (TIM/Telecom Itália) e... mexicano (Claro/Telmex). O modelo imaginado para promover a concorrência pulverizando a Telebrás fracassou redondamente! Seus idealizadores *fungiram* ignorar que essa concorrência é mundializada, envolvendo *graaaandes* empresas. O México mostrou que sabia disso e fez da sua Telmex, uma grande empresa global. O Brasil de FHC e dos milhões de brasileiros e brasileiras que o elegeram (depois de terem antes, votado em Collor de Melo), preferiu voltar a ser pasto para o repasto do capital estrangeiro. Tudo bem! Isto deixou muito feliz os nossos “consumidores”. Já os engenheiros, estes viraram suco...

MERCADOR DE ILUSÕES

Para esquarterar e privatizar a Telebrás, o governo Cardoso promoveu, primeiro, uma reforma na Constituição de 1988, acabando com o monopólio estatal. Em seguida, fez o Congresso aprovar a Lei Geral de Telecomunicações (LGT) que criou a Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel) e autorizou a “re-estruturação” e venda da operadora estatal. A



LGT revogou o CBC, exceto nos aspectos relacionados à radiodifusão. Significa dizer que até hoje, quase meio século e radicais inovações depois, o rádio e a televisão brasileiros ainda são regulamentados por uma lei já ultrapassada, além de totalmente picotada.

A LGT dividiu os serviços de telecomunicações nos “prestados em *regime público*” e “prestados em *regime privado*”. Os primeiros estão submetidos a *obrigações* de interesse público, especialmente a *universalização* e a *continuidade* dos serviços. Devem atender a toda a população em condições equitativas e módicas, conforme metas de expansão e outras condições, inclusive tarifárias, definidas pelas políticas governamentais e fixadas pela Anatel. Os demais, não: obedecem exclusivamente aos interesses egoístas do mercado. Quer dizer, as empresas prestadoras estão livres para oferecê-los apenas onde o retorno justifique o investimento, nas condições que, segundo cada uma, melhor atenda ao “consumidor” que pretendam atingir.

O serviço em regime público é uma *concessão* do Estado, estabelecida em contrato firmado entre a Anatel e as empresas. As empresas concessionárias recebem *delegação* a

elas dadas pela sociedade para atender a necessidades desta sociedade. Inclusive – o que muito pouca gente sabe –, a infra-estrutura por elas construída e operada reverterá para a União, ao final do contrato. No entanto, a seguir prevalecendo a situação atual, daqui a pouco mais de 15 anos, quando vencerem os prazos dos contratos em vigor, a sociedade brasileira receberá de volta apenas as centrais, troncos e cabos da cada vez mais superada telefonia fixa. É que, conforme explicita a LGT, apenas o Serviço Telefônico Fixo Comutado (STFC), isto é, a telefonia fixa, deve ser prestado em regime público, sem prejuízo da sua oferta também em regime privado. A lei nada mais diz sobre quais outros serviços seriam também fornecidos em regime público. Deixa em aberto. Na prática, desde então, a exceção da telefonia fixa, todos os demais serviços passaram a ser organizados exclusivamente em regime privado, inclusive a popular telefonia celular. Foi assim no governo Cardoso, assim continuou no governo Lula.

Nos termos da LGT, mas, na verdade, para atender às determinações de firmas internacionais de consultoria que modelaram a privatização brasileira, a Anatel baixou o primeiro Plano



Geral de Outorgas (PGO), dividindo o país em quatro áreas de concessão. O rico estado de São Paulo foi feito uma área à parte (Área 3); os estados do Centro

e do Sul foram reunidos em uma segunda região (Área 2); e todo o Norte, Nordeste, junto com Minas Gerais e Estado do Rio, foram agrupados na Área 1. A quarta área corresponde ao país inteiro, sendo exclusiva para as comunicações a longa distância, nas ligações *entre-áreas*.

Nessas quatro áreas, as empresas concessionárias seriam aquelas que comprassem as “telas” e a Embratel. Nasceram daí, como resultado dos leilões realizados em 29 de julho de 1998, as atuais Telefônica, Telemar, Brasil Telecom e Embratel. Incumbidas de prestar, no regime público, apenas o serviço telefônico fixo, elas teriam que cumprir, num prazo de cinco anos, as metas fixadas no Plano Geral de Metas de Universalização (PGMU) para levar a telefonia a *todas as residências brasileiras*, além das fábricas, fazendas, escritórios, lojas. Todas? Não é bem isso que dizem e determinam as metas e seus correspondentes contratos. Eles definem quantitativos que, estatística ou teori-

Hoje em dia, somente uma pequena região do Brasil está relativamente bem servida de telefones fixos.

camente, atestariam estar universalizada a telefonia básica no país. Se em duas casas, cada uma tem uma linha; ou se uma tem duas, a outra nenhuma, em qualquer caso, matematicamente, haverá uma linha para cada casa. Uma vez cumpridas as metas matemáticas, as quatro concessionárias seriam então liberadas para entrar cada uma, nas áreas de concessão das outras três. Dizia-se que assim, estimular-se-ia a competição entre elas.

De fato, nos três a quatro anos que se seguiram à privatização, as concessionárias se lançariam numa louca corrida para atingir, o mais rapidamente possível, as suas metas. Para isso, puderam lançar mão do opulento caixa herdado da Telebrás e que o governo não a deixava gastar, seguindo as determinações do FMI para conter os gastos públicos. No final de 1998, ano da privatização, o país contava com 19,6 milhões de telefones fixos instalados (ou “acessos”). Em 2001, esse número saltou para 47,8 milhões, um crescimento recorde de



COMPETIÇÃO NA TELEFONIA MÓVEL

Total de operadoras por município



NÚMERO DE OPERADORAS

Fonte: Operadoras e Anatel

1 (532)	4 (1.029)
2 (477)	5 (84)
3 (1.019)	

Obs.: Inclui Nextel

As áreas plotadas representam o território total dos municípios atendidos, e não apenas o perímetro urbano. Os números entre parênteses representam o total de municípios em cada faixa.

Adaptado do Atlas Brasileiro de Telecomunicações 2007, Editora Gasberg



143,9%. E nunca mais ultrapassaria esse teto.

Aconteceu o previsível. Milhões de brasileiros e brasileiras receberam, por assim dizer “de graça”, as suas primeiras linhas telefônicas, mas como a manutenção e as chamadas não são gratuitas, não tiveram como pagar a conta no fim do mês. A inadimplência chegou a níveis inéditos. A Telemar, num ano, instalou 1 milhão de linhas novas e desligou, por falta de pagamento, também 1 milhão de linhas. O sistema chegou no seu limite de expansão que vem a ser o limite da “renda marginal” do “consumidor” brasileiro. Resultado: até hoje, 50% das residências brasileiras não dispõem de telefone fixo. Mas, oficialmente, segundo a Anatel, as metas de universalização foram cumpridas. Assim pensava a Agência ao final do governo Cardoso, assim continuou pensando seis anos de governo Lula depois.

Hoje em dia, somente uma pequena região do Brasil está relativamente bem servida de telefones fixos. Conforme mostra o mapa da Figura 3, na maior parte do estado de São Paulo e em algumas outras poucas regiões, a densidade telefônica é superior a 20 linhas por 100 habitantes. Em quase todo o Norte e Nordeste, ela é inferior a 7 linhas por 100 habitantes. O

mapa da distribuição da telefonia fixa no Brasil é a própria expressão da pobreza e exclusão que caracterizam a nossa sociedade e penalizam sobretudo o Norte e o Nordeste. O fatiamento da Telebrás foi um ato cirúrgico destinado a livrar principalmente os “consumidores” paulistas de seguir carregando essa pesada carga... Desde então, via remessas de lucros, contribuem para o enriquecimento da Espanha!

With regard to fund repatriation, in 2006 a net amount of 2,526 million was received from Latin America, the largest part in the form of intra-group loan return/capital reduction concepts (1,294 million), and dividends (995 million). The remaining amount were interest returns, and management fees payments (Telefónica S. A - Form – 20, Securities and Exchange Commission, Annual Report for fiscal year ended December 31, 2006, pag. 138)

Traduzindo: Em relação à repatriação de fundos, em 2006, recebeu-se o total líquido de 2.526 milhões [de euros] da América Latina, a maior parte na forma de retorno de empréstimos intra-grupo/conceito de redução de capital (1.294 milhões), e dividendos (995 milhões). O restante foi retorno de juros e pagamentos de taxas de administração.

Resta saber quanto disso saiu do Brasil...



SEM LEI E SEM ALMA

O grande objetivo da privatização seria estimular a concorrência nas telecomunicações. Queria-se fazer crer que a concorrência promoveria a universalização. O discurso oficial não mudou, mesmo depois de, em janeiro de 2003, o povo ter mudado o governo.

Os agentes da concorrência deveriam ser as operadoras em regime privado. Elas receberiam “autorização” para prestar serviço na telefonia fixa e em todos os demais serviços que já existissem em 1997, ano da LGT, ou viessem a existir doravante. Na telefonia fixa, ganharam o apelido oficial de “empresas-espelhos” ou “espelinhos”. A Anatel chegou a autorizar o funcionamento de mais de 200 delas. Hoje, elas são cerca de dez, presentes em 328 cidades, nas quais atendem a segmentos da indústria, do comércio, das finanças e a famílias de renda média e alta. A GVT, empresa que se apresentou para concorrer com a Brasil Telecom em 1.853 municípios do Centro-Sul, somente opera em 63. A Impsat, com autorizações para todo o país, só atua em 70 muni-

cípios. Também as concessionárias, depois de cumpridas, conforme a Anatel, as suas metas de universalização, receberam “autorizações” para operar além de suas fronteiras originais. A Embratel, por exemplo, oferece telefonia fixa local em 184 municípios. A Telemar, em 91. A grande maioria das “autorizadas” se concentra, naturalmente, nas cidades do estado de São Paulo⁴.

Desobrigadas de cumprir metas de universalização, essas empresas “competitivas” somente implantam as suas infra-estruturas, e isto quando, de fato, as constroem, em cidades ou bairros onde o retorno do investimento lhes seja garantido. Muitas delas, na verdade, estão oferecendo voz sobre IP (VoIP) *predando* as infra-estruturas dos outros. Para crescer no mercado, contam com um trunfo imbatível: como não são obrigadas a arcar com os investimentos e a manutenção de linhas deficitárias, podem oferecer preços bem atrativos a “consumidores” que costumam usar intensivamente (lucrativamente) os serviços. Assim, roubam das concessionárias os seus “clientes” mais rentáveis, exatamente os necessários para sus-



⁴ Esses dados foram extraídos do *Atlas Brasileiro de Telecomunicações 2007*, Editora Glasberg.

tentar as suas linhas deficitárias – a não ser que essas concessionárias também concordem em baixar os seus preços. Resultado: aqueles grupos sociais que, no Brasil, poderiam pagar mais

caro pelas comunicações, estão começando a pagar menos, enquanto que os pobres pagam mais, ou não pagam. Como sempre, no Brasil, transfere-se renda da pobreza para a riqueza.

As empresas “competitivas” cobram, em geral, um preço fixo mensal pelo serviço, incluindo nesse preço um conjunto de facilidades. As concessionárias, amarradas pela lei, pelas regras e pelos contratos (e, vá lá! pela tradição), cobram uma *assinatura básica* que garante uma quantidade mínima de chamadas, atualmente no limite de 200 minutos, e, além disso, por cada minuto adicional. Esta cobrança é regulamentada e arbitrada pela Anatel, conforme fórmulas definidas em contrato. Anualmente, a Anatel pode, ou não, conceder reajustes nas tarifas, calculadas pelas fórmulas. Estas admitem que as operadoras possam reajustar alguns itens em até 9% além da média,

Como a grande maioria dos assinantes das concessionárias pouco fala ao telefone, as concessionárias preferem reajustar, no máximo permitido, o preço da assinatura.

desde que o compensem proporcionalmente em outros itens. Como a grande maioria dos assinantes das concessionárias pouco fala ao telefone, as concessionárias preferem reajustar, no máximo permitido, o preço da assinatura. E reajustam a tarifa do minuto excedente, por baixo da média. Foi a saída, sem dúvida perversa, mas legal e contratual, que encontraram para sustentarem as linhas que lhes são deficitárias, ainda mais considerando as receitas minguentes diante da ofensiva das “autorizadas” sobre os mercados que lhes seriam superavitários e lucrativos.

Em 2006, numa empresa como a Telemar (Oi), a receita com assinaturas respondia por 76,5% do total das receitas com telefonia local e por 27,7% do total de todas as receitas, com todos os serviços, inclusive móveis (impostos incluídos)⁵. Como a receita com assi-

⁵ Tele Norte Leste Participações S.A. – *Formulário F-20*, Comissão de Títulos e Valores Mobiliários e Câmbio dos EUA, 2007.



naturas não deve dar lucro, mas apenas custear minimamente a infra-estrutura básica, vê-se que o sistema vai se tornando cada vez mais *insustentável*.

O CÉU DE SUELY

Um dos maiores sucessos aparentes da privatização foi a expansão da telefonia celular. O número de linhas em operação, hoje em dia, ultrapassa 100 milhões. É verdade que o número de residências dotadas com uma linha celular não ultrapassa 60% do total de residências brasileiras. O celular também ainda não é um meio universal de comunicações. A televisão (que só recebe) segue imbatível.

Curiosamente, o celular também tornou-se, no Brasil, um aparelho que “só recebe”. Nos meios populares, é chamado “pai de santo”... Para ampliar a base de “clientes” e escaldadas com os resultados que já vinham sendo conhecidos na telefonia fixa, as operadoras de telefonia celular inventaram o serviço pré-pago, pelo qual o “cliente” compra um cartão que lhe dá direito a um certo número pré-delimitado de chamadas, ao preço de R\$ 0,80 por minuto.

Esgotou as chamadas, se tiver dinheiro no bolso, compra outro cartão. Paga primeiro, usa depois. Como um sistema assim tão simples não precisa exigir sequer cadastro do usuário, foi uma *feita*, não somente para a população de baixa renda, mas também para a população de bandidos...

Mantendo prudente distância destes (convenientemente ignorados também pelas operadoras), e tratando apenas da população trabalhadora, o “pré-pago” veio a se tornar uma grande ferramenta de comunicação nas mãos dos profissionais autônomos de baixa renda: taxistas, diaristas, vendedores, biscateiros, todo tipo de pessoa que precisa “ser encontrada” para prestar algum pequeno serviço. Juventude pobre, também. Estão todos e todas sempre solícitos para *atender* o telefone. Mas se precisam *chamar*, recorrem aos telefones públicos (“orelhões”) ou às linhas fixas, assim economizando preciosos minutos de cartão. Como as operadoras são remuneradas pelas chamadas feitas, não pelas chamadas recebidas, simplesmente não faturam além daquele piso assegurado pela venda mínima de cartões que duram, duram, duram, duram o máximo possível, nas mãos de seus usuários. No entan-



to, como é óbvio, as operadoras precisam manter em funcionamento a infra-estrutura que construíram. Esperavam poder fazê-lo e lucrar com ela, através

dos serviços “pós-pagos”. Como estes, no geral, reduziram-se à cerca de 20% da base de “clientes”, o sistema, em seu conjunto, também ficou *insustentável*.

Logo depois de privatizada a Telebrás há dez anos, existiam 19 operadoras de telefonia celular no Brasil. Hoje sobraram quatro: Telefônica, TIM, Claro e Oi. Desapareceram a BCP, BSE, Americel e ATL, engolidas pela Telmex (Claro); a Telemig, a TCO, a NBT e a Global, esta ex-Portugal Telecom, absorvidas pela Telefônica (Vivo). Não agüentaram a “competição”, pois não encontraram mercado digno desse nome, onde pudessem competir.

As operadoras sobreviventes se apóiam, antes de mais nada, na força dos grupos aos quais pertencem: Telefônica de Espanha, Itália Telecom, Telmex e Telemar. Em segundo lugar, não arcam com custos derivados de serviços deficitários mandatórios: como não são submetidas às obrigações do regime público, não oferecem serviços em mais de 2 mil e 300

o “pré-pago” veio a se tornar uma grande ferramenta de comunicação nas mãos dos profissionais autônomos de baixa renda.

municípios, onde se encontra uma população total de 19 milhões de brasileiros (Figura 4). Entre esses municípios, além dos indefectíveis nortistas e nordestinos, encontra-se a maioria dos mineiros e muitos dos estados do Sul. Somente três estados do Brasil contam com telefonia celular em todos os seus municípios: São Paulo, Rio de Janeiro e Espírito Santo.

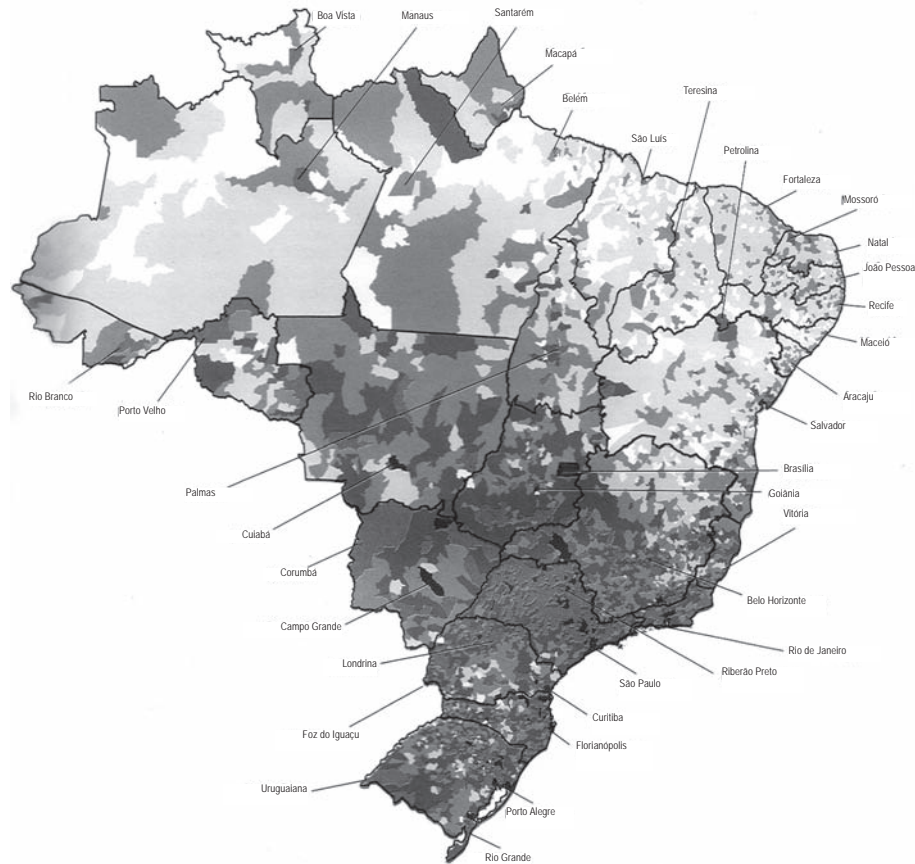
Ao contrário da telefonia fixa, sempre presente, nem que seja por um terminal público, onde quer que exista um restaurante de beira de estrada, um posto de gasolina, algum pequeno núcleo residencial, a telefonia celular não vai além do perímetro urbano das capitais municipais. Os únicos estados do Brasil onde será possível captar algum sinal de alguma operadora na maior parte dos seus respectivos territórios, são Rio de Janeiro, Espírito Santo e Rio Grande do Sul. O centro-sul de Minas Gerais e o Triângulo Mineiro também são relativamente bem cobertos.

Por fim, mas não menos importante, nos



TELEDENSIDADE

Concentração de acessos fixos instalados no território nacional



LINHAS INSTALADAS POR 100 HABITANTES

0 a 3 (419)	7 a 13 (1.413)	Acima de 33 (102)
3 a 5 (901)	13 a 20 (1.166)	
5 a 7 (716)	20 a 33 (831)	

Obs.: As áreas plotadas representam o território total dos municípios atendidos, e não apenas o perímetro urbano. Os números entre parênteses representam o total de municípios cobertos por faixa. Fonte: Anatel e Brasil em Foco 2006. Base: acessos instalados das incumbents em setembro/2006.

Adaptado do Atlas Brasileiro de Telecomunicações 2007, Editora Gasberg



últimos anos, a telefonia celular está se tornando a grande beneficiária da convergência tecnológica. O terminal móvel tornou-se ferramenta de transmissão ou acesso a notícias, mensagens de texto, internet, imagens fotográficas, vídeos, televisão, servindo ainda de organizador pessoal. Na verdade, muitos terminais são autênticos microcomputadores que até servem para se falar ao telefone... Posicionadas no *elo de transporte* da rede produtiva e, podendo, graças ao avanço tecnológico, oferecer redes de banda-larga sem-fio aos seus “consumidores”, as operadoras de telefonia celular estão entrando pesado no jogo da convergência.

No Brasil, o passo decisivo nesse sentido foi dado com a introdução da tecnologia de terceira geração – 3G, em dezembro de 2007. Permitindo taxas de transmissão de 2 megabits por segundo (Mbps), e já prometendo chegar a 84 Mbps, a 3G confirma que o ainda chamado “celular” – ou melhor, desculpem!, o agora “móbil” – vai se tornar um definitivo terminal de acesso móvel à banda larga sem-fio.

Desta vez, para autorizar os serviços, a Anatel introduziu algumas exigências que aproximaram, um pouco, as operadoras de tele-

fonia celular das concessionárias em regime público: as candidatas à banda de 2,1 GHz, liberada para a 3G, deveriam se comprometer a cobrir, até 2010, todos os municípios, sem exceção, mesmo que seja com tecnologia 2G, e teriam que adquirir áreas economicamente atrativas junto com áreas nada atrativas (São Paulo com Amazonas, por exemplo). Essas exigências não impediram que as faixas oferecidas fossem arrematadas pelas mesmas de sempre. Elas sabem que os “consumidores” vão adorar as novidades do “móbil”. Talvez até, muito usuário do pré-pago se anime também a aproveitar as possibilidades abertas pela 3G e até pela 2G, para gastar um pouquinho mais. Assim, como quem não quer nada, tratadas apenas como operadoras de telefonia nos termos da LGT, a Vivo, a TIM, a Claro e a Oi, daqui a um ou dois anos, serão presenças fortíssimas no mercado de banda-larga, logo na internet e na televisão por assinatura.

Em tempo: na Europa, a Telefônica adquiriu o controle da Itália Telecom. No Brasil, por enquanto, a Vivo e a TIM se comportam como se uma não tivesse nada a ver com a outra...



CIDADÃO KANE

Nos Estados Unidos e na Europa, há muito se sabe que o cabo, o satélite ou até as frequências hertzianas nada mais são do que *meios físicos que servem para o transporte de algum conteúdo*. Desde os anos 80, conglomerados exclusivamente dedicados à produção de filmes, ou espetáculos, ou noticiários, ou entretenimentos em geral, entenderam que deveriam se concentrar nisto que sabem fazer bem, entregando o transporte e entrega para outros capazes de fazê-lo melhor. Nasceram ou se consolidam grandes corporações mediáticas, tais como a TNT, Fox, Disney, CNN, ESPN, Sony, Universal, cujas produções e realizações chegam aos seus “consumidores” por serviços a cabo ou satélite oferecidos pela Sky, Canal +, Comcast, Cox, Mediacon e outras. Nos Estados Unidos, atualmente, apenas 10% das residências não assinam algum serviço de televisão. Em países como o Reino Unido, França ou Alemanha, os canais a cabo ou satélite tomaram mais da metade da audiência que já foi, um dia, monopolizada pelos canais estatais.

A televisão mudou. Não é apenas, ou é mesmo, uma consequência da tecnologia. Mudou

o público – o que se quer que se entenda por “público”. A tecnologia apenas permitiu o atendimento às novas demandas da grande classe média por produtos e serviços *sob medida*. A novidade chegou ao Brasil no início da década 1990, quando começaram a se expandir as primeiras redes de televisão a cabo. Imediatamente, o Grupo Globo sentiu a ameaça e a oportunidade. Montou a sua própria empresa de cabo, a Net, e começou a vender assinatura de canais a cabo, no Rio de Janeiro e São Paulo. Ao mesmo tempo, criou a sua própria produtora de conteúdos, a Globosat.

A TV por assinatura não tem cara de radiodifusão, nem de telecomunicações. Legalmente, estava no limbo. Precisou ser regulamentada. No governo Cardoso, foi discutida e aprovada a lei 8.977, em 1995, que estabeleceu um marco legal para a TV paga a *cabo*, deixando convenientemente de fora a TV paga *por satélite*. A Lei do Cabo definiu o serviço como um tipo de telecomunicações, estabelecendo as condições para a concessão das redes, excluídas, no entanto, do monopólio, ainda constitucionalmente em vigor, da Telebrás. Um prodígio de engenharia jurídica! Para obter isso, a Globo e o governo fizeram algumas pequenas con-



cessões aos ativistas da luta pela “democratização das comunicações”: através do cabo deveriam transitar, obrigatoriamente, alguns canais de natureza pública, como os do Senado e da Câmara, o Universitário, o Comunitário. Seguindo tendência mundial, a lei obrigou as redes de cabo a também transportar, gratuitamente, o sinal das redes abertas de televisão.

Como no Brasil, por exigência Constitucional e conforme uma tradição que remonta ao primeiro governo Vargas, uma emissora de radiodifusão tem que ser propriedade de brasileiros natos ou naturalizados, à Globo interessava levar o princípio também para a TV a cabo, assim resguardando o seu mercado de “conteúdos” da concorrência estrangeira. Como, por outro lado, o governo Cardoso estava empenhado em vender o Brasil para o capital estrangeiro, chegou-se, também aí, a um acordo pelo qual, nesta particular infra-estrutura aceitar-se-ia desnacionalizar até 49% do capital. Já era ensaio para a futura entrega das telecomunicações.

A Lei do Cabo não tratou diretamente do conteúdo. Tudo se passaria como se, na TV por

A TV por assinatura não tem cara de radiodifusão, nem de telecomunicações. Legalmente, estava no limbo. Precisou ser regulamentada.

assinatura funcionasse o mesmo modelo da radiodifusão: quem detém a transmissão, provê o conteúdo. O “consumidor” assinava um serviço de telecomunicações, no entanto estava adquirindo acesso a algumas dezenas de canais de televisão, sem ter, porém, o direito a exercer qualquer influência na escolha desses canais. E nem se deu conta disso!

Quando adquirimos numa loja um aparelho receptor de televisão, adquirimos, por esse aparelho, o direito de receber o sinal dos canais de televisão aberta. Como esse sinal trafega numa faixa muito estreita do espectro, cabe ao governo democraticamente eleito, através de atos públicos e obedecendo a uma lei democraticamente discutida e aprovada no Congresso, selecionar as poucas emissoras que terão direito a usar esse espectro e colocar suas programações na tela do nosso terminal de TV. Inclusive, na maioria dos países europeus e no Japão, quem adquire um aparelho de TV passa a pagar uma taxa pelo acesso ao espectro que



será usada na sustentação do serviço público de televisão (isto é, das emissoras estatais). No entanto, quando assinamos um serviço de TV por cabo ou satélite, passamos a ter acesso a uma faixa de espectro muito mais larga, mas aceitamos que uma companhia privada, nada transparente, de acordo com suas exclusivas conveniências comerciais, selecione, para nós, os canais que vamos assistir. No Brasil, diante da omissão da lei e da ação interessada dos interessados, o ato de assinar um serviço acorrentou o assinante a um “pacote” de canais, negando-lhe acesso a qualquer outro canal não oferecido nesse “pacote”. Nas redes da Net, o “pacote” inclui canais internacionais e canais Globosat, além dos obrigatórios. Nas outras redes, só canais internacionais (e os obrigatórios). O tal suposto controle nacional da infra-estrutura não afetou em nada aquilo que realmente interessa aos provedores reais de conteúdos: fazer a cabeça dos brasileiros e brasileiras, sobretudo das crianças e jovens filhos das classes médias e altas, para o mundo do consumo e, principalmente, para o mundo dominado pela cultura, pelos hábitos, pelos comportamentos, pelos valores, pela história, pelos mitos estadunidenses.

Seja pela Net, seja por outras empresas, a penetração da televisão a cabo foi lenta. Em 2004, a rede podia atender a mais de 9 milhões de domicílios, em cerca de 250 municípios, mas só conquistara 2,2 milhões de assinantes. Prejuízo certo, sobretudo para a Net, que quase foi à falência por isso, arrastando junto a Globo. Salvou-se (e à Globo) após a sua venda parcial à Telmex. Sim, aquela Telmex que os mexicanos, ao invés de fatiarem, fortaleceram. Nos últimos quatro anos e na esteira da melhoria geral de renda vivenciada pela população brasileira, a TV a cabo chegou a 5 milhões de assinantes, em 272 municípios. Poucas cidades, não? Sem surpresa, são as mais ricas do País.

Na mesma época em que começaram as transmissões a cabo, o governo Cardoso encontrou uma alínea qualquer do Código de 1962 para dar base legal a uma portaria ministerial que autorizava a entrada da TV paga por satélite, em nosso país. Em 1962, recordemos, sequer existiam ainda os satélites de comunicações...

Chega ao Brasil, a Sky do poderoso mega-empresário Rupert Murdoch. Desobrigada das mínimas condicionalidades impostas ao cabo, a Sky vai se tornar mera revendedora de canais



internacionais, no Brasil. Mais adiante, Murdoch entenderá que, no Brasil, é melhor ser aliado da Globo, assim como a família Marinho vai perceber que, no mundo, faz bem ser amigo de Murdoch. A Globo associa-se à Sky e, controlando a Net, torna-se a corporação dominante na TV por assinatura brasileira. Brasileira?

RÉQUIEM PARA UM SONHO

Dentre as mudanças em curso na televisão, aproximava-se a era da TV digital (TVD). A tecnologia começou a ser pesquisada no Japão, nos Estados Unidos e na Europa, na virada dos anos 70 para os 80. Os estudos e testes associaram as grandes redes de TV aberta (estatais, na Europa e no Japão) e as grandes empresas eletro-eletrônicas. Ou seja, quando, no Brasil, nós começávamos a destruir a nossa indústria de televisores, aparelhos de som, informática e telecomunicações, nos países centrais, em meio à grande crise do capitalismo, seus governos e empresários tratavam de encontrar uma saída e um novo grandioso futuro para as suas.

Para as radiodifusoras, a TVD era vista como uma alternativa diante da crescente concor-

rência da Internet e da TV por assinatura. Para as empresas de informática e eletrônica de consumo, como oportunidade para criar e expandir um novo e *sustentável* mercado para os seus equipamentos, aparelhos e componentes, pois o sistema exigiria a substituição, em seus países e em todo o mundo, de todo o parque instalado de transmissão e recepção de sinal de televisão. Em países como o Japão, os Estados Unidos, os europeus e, mesmo, no Brasil, esse parque não tinha mais para onde crescer, exceto vegetativamente. Governo e empresas gastaram, no Japão, na década 1980, cerca de USD 700 milhões nas pesquisas. Na Europa os investimentos chegaram a € 1 bilhão. No final da década 1990, cada bloco havia desenvolvido o seu sistema próprio de TV digital, dizendo-se pronto para vendê-los ao “mundo”, isto é, aos países como o Brasil que, na mesma época, optaram por ficar para trás.

Na Europa, o desenvolvimento do sistema que viria a ser conhecido por *Digital Vídeo Broadcasting – DVB*, foi permanentemente acompanhado por intensos debates políticos, envolvendo os governos nacionais, as emissoras estatais de TV, as operadoras de televisão



Nos últimos quatro anos e na esteira da melhoria geral de renda vivenciada pela população brasileira, a TV a cabo chegou a 5 milhões de assinantes, em 272 municípios.

por assinatura e de telecomunicações, os fabricantes de equipamentos, as autoridades da Comunidade Européia, os principais partidos políticos, estes na condição de representante dos interesses e ideologias de seus eleitores. É possível afirmar que o DVB resultou de um pacto político, firmado nas instâncias da Comunidade Européia, cujos principais signatários são os governos do Reino Unido, França, Alemanha e Holanda, os fabricantes Thomson (francês), Philips (holandês), Bosh (alemão), as emissoras estatais BBC (britânica) e ARD (alemã), as operadoras Sky, Canal + e Beterlmann, e as maiores operadoras nacionais de telecomunicações. Por esse pacto decidiu-se dar à televisão aberta um novo formato, que a aproximaria do formato da TV paga: passaria a oferecer muito mais canais do que os 2, 3 ou 4 canais habituais – na Europa, o pequeno tamanho da maioria dos países não permite distribuir muitas frequências hertzianas. Em com-

pensação, os cidadãos disporiam em suas casas de um *único conversor padrão*, capaz de lhes dar acesso, ao toque do controle remoto, a todos os canais disponíveis, fossem oferecidos via cabo, via satélite, ou

via atmosférica. No caso do acesso a canais pagos, seus assinantes usariam cartões ou senhas, identificáveis por interfaces apropriadas, nos conversores. Este pequeno detalhe da política européia, aprovado por todos os países da Comunidade, permanece ignorado no Brasil.

A política européia consolidou a *competição* no mercado de televisão. E este foi o seu objetivo. Em pouco mais de dez anos, o número de canais no Continente (Rússia excluída), saltou de menos de 40 para mais de 800. Foi, a rigor, uma política “neoliberal”. Mas como toda política “neoliberal” na Europa, ela soube proteger muito bem os interesses nacionais dominantes, sejam os de sua indústria eletro-eletrônica, sejam os de seus canais estatais de TV, ou o de suas grandes operadoras de telecomunicações. No caso da televisão, a única possibilidade de uma emissora como a BBC ou a ARD se defenderem da concorrência paga, seria diversificarem, também, sua oferta de canais. Hoje,



numa mesma faixa de 8 MHz, elas (e outras) oferecem até oito canais diferentes e simultâneos. Junto com as demais emissoras comerciais de TV aberta, a oferta de canais atmosféricos (ou “terrestres”, como se diz na linguagem técnica), subiu para 20 a 40, dependendo do país. O espectador, com o seu conversor único, pode agora “zapear”, com alguma expectativa de encontrar algo que seja do seu interesse, desde o primeiro canal atmosférico até o último, por satélite. Mas cada canal, por sua vez, pode se dar por feliz se chega a reter 10% de toda a audiência. Nos países menores, a TV aberta, logo também a estatal, praticamente já desapareceu. Nos poucos maiores, como o Reino Unido e a Alemanha, as estatais ainda detêm metade da audiência porque as redes de cabo ou satélite não chegaram até agora à maioria das casas.

Nos Estados Unidos, as condições políticas são diferentes. O debate confrontou os interesses das grandes redes comerciais de TV, os da indústria de informática aliada a Hollywood, e os do governo, interessado em arrecadar muito dinheiro leiloando espectro de frequência para as operadoras de telefonia celular. Lá, o mercado de televisão já está praticamente tomado

pela TV paga. As empresas por trás das redes comerciais precisavam buscar novas fronteiras de negócio, no campo das comunicações, pensando usar, para isso, as concessões de espectro que se destinariam à transmissão digital. Já a indústria de informática (IBM, Apple, HP, Intel, Microsoft etc.) viu, na TV digital, uma oportunidade para barrar o avanço japonês e coreano no mercado interno estadunidense. Aliada a Hollywood e com apoio do governo, defendia um padrão tecnológico que lhe permitisse vender componentes (“chips”) e monitores de “alta definição” capazes de oferecer imagem e som “cinematográficos”. As discussões se realizaram no interior de um grupo técnico-empresarial relativamente fechado, nomeado pela Comissão Federal de Comunicações, sendo também levadas, quando interessava aos lobistas de todos os lados, ao Congresso Nacional. Na prática, os diferentes grupos de pressão nunca se puseram de acordo sobre as características técnicas do sistema, daí resultando uma tecnologia denominada *Advanced Television System Comitee – ATSC*, que não vem obtendo bons resultados nem mesmo dentro dos Estados Unidos.

No Japão, o processo foi, desde o início, lide-



rado pela poderosa estatal NHK, aliada à tão poderosa quanto indústria eletro-eletrônica japonesa, sob a coordenação do ainda mais poderoso Ministério da Indústria e Comércio Exterior em comum acordo com o não menos poderoso Ministério das Comunicações. Somos todos japoneses! Ponto final! Se a informática e as telecomunicações vinham desenvolvendo *redes integradas* que levariam, mais cedo ou mais tarde, à convergência continente-conteúdo, a NHK pensou em desenvolver também *redes integradas* que pudessem levar, mais cedo ou mais tarde, à convergência conteúdo-continente. Nascerá daí o *Integrated System for Digital Broadcasting – ISDB*, cujos equipamentos e aparelhos seriam construídos, fabricados e montados por uma só indústria que é tanto de informática quanto de telecomunicações, quanto de televisão e eletrônica de consumo: a que ostenta as bem conhecidas marcas Sony, Sharp, NEC, Toshiba, Fujitsu, Canon etc.

Em suas características básicas, o sistema japonês é similar ao europeu, permitindo as mesmas opções entre televisão em alta-definição (TVAD) e definição-padrão (TVDP) que o europeu permite. O japonês leva vantagem na mobilidade e portabilidade, logo, como dizem

os engenheiros, é “mais robusto”. Admitamos, em linguagem vulgar, é “melhor”. Ele foi concebido para levar o sinal da televisão até um terminal móvel, sem intermediação de uma operadora de telecomunicações. Na Europa, o acordo político impôs essa intermediação. A NHK percebeu que, perdendo audiência no espaço domiciliar, cada vez mais penetrado pelo cabo ou satélite, deveria disputar audiência no espaço público, nas ruas, no metrô, nos ônibus, nas praças, onde o cabo, pelo menos, definitivamente não chega. Ela quer incorporar à audiência da TV aberta, o “consumidor” em trânsito. Seu sistema, no Japão, começou a funcionar em 2003. Pelo que se diz, está obtendo enorme sucesso. Japonês adora ver imagens na telinha do “celular”.

Todo esse debate e essa evolução passaram ao largo do Brasil. Mas não dos olhares e ouvidos atentos dos executivos das grandes redes de televisão, nucleados pela Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão – Abert. Eles perceberam, como os seus colegas nos países centrais, que a TV digital poderia vir a ser a saída para não perderem a anunciada disputa de mercado com a TV por assinatura. Levavam ainda a vantagem de, con-



trolando, via Globo, a própria TV por assinatura e contando com a baixa renda da maioria dos brasileiros para limitar a sua

expansão, poderem sonhar em manter ainda por muitos anos o domínio da TV aberta (sem trocadilho!), anabolizada pela digitalização, sobre as mentes e corações brasileiros.

Em 2001, com apoio da Anatel, a Abert contratou o Departamento de Engenharia da Universidade Mackenzie para realizar um conjunto de testes comparando os três sistemas internacionais. Realizados na cidade de São Paulo, esses testes demonstraram que o ISDB era, de fato, melhor e o ATSC, pior, em termos estritamente técnicos. É verdade que, se os testes incluíssem outras cidades e condições, seus resultados poderiam ser diferentes, ou mais abrangentes. Em seguida, em setembro de 2002, o presidente Cardoso baixou um decreto definindo a política de introdução da TV digital no Brasil que, para todos os efeitos práticos, transferia para a Anatel a decisão de definir essa política. Então, tudo parecia se resumir a uma escolha técnica entre os sistemas disponíveis.

Mas o candidato de Fernando Henrique Car-

A política europeia consolidou a *competição* no mercado de televisão. E este foi o seu objetivo.

doso perdeu as eleições de novembro de 2002. E o novo governo Lula decidiu que a introdução da TV digital no Brasil deveria ser norteadas por *princípios políticos*, com base nos quais far-se-iam as opções técnicas. Em novembro de 2003, o presidente baixou o decreto 4.901/03 criando o *Sistema Brasileiro de Televisão Digital* e estabelecendo seus principais objetivos: promover o acesso democrático à informação, fomentar a educação à distância, desenvolver a tecnologia nacional. O país parecia estar retomando o comando do seu destino. O SBTVD teria por missão servir à inclusão social e ao desenvolvimento nacional. Foi inclusive definido um programa, com orçamento de R\$ 70 milhões, de apoio a grupos universitários que realizavam pesquisas sobre TV digital. Os bons resultados das pesquisas apareceriam um ano depois.

No modelo proposto, a TV digital brasileira teria algumas características bastante originais: a principal delas seria a *interatividade*. O espectador, com o seu controle remoto e um



navegador de tela de TV, poderia “comandar” várias operações, desde a seleção da programação até a realização de algumas atividades como fazer exercícios escolares, reservar vagas na escola pública, marcar consulta num posto de saúde, requerer documentos e atestados etc. Claro, dentre essas atividades, poder-se-iam incluir as compras diretas pela televisão. O terminal de TV funcionaria *quase* que como um terminal de computador. O sistema foi assim pensado para atender, sobretudo, às famílias de baixa renda, já que em quase todas as casas brasileiras existe pelo menos um aparelho receptor de televisão, mas só em 20% existem computadores.

Teoricamente, era tudo possível. Mas as tecnologias específicas, os softwares necessários, os programas de TV apropriados, os navegadores de tela, outros recursos não estavam imediatamente disponíveis, teriam que ser pesquisados, desenvolvidos, testados. Havia, pela frente, muito trabalho a fazer, não só de engenharia, mas de arte e desenho, de concepção de ambientes reais ou virtuais, de formatação de programas, de pesquisa de comportamentos. Era um belo projeto!

Não menos importante, para colocar no ar

a TV digital assim imaginada, impunha-se realizar uma completa reforma nos marcos políticos e legais das comunicações brasileiras. Televisão interativa é televisão que *emite* e *recebe*. Ou seja, está-se a falar de convergência tecnológica, de novos arranjos empresariais, de superação da divisão entre radiodifusão e telecomunicações. *Isto exige revisão de todo o marco legal, talvez começando por mudanças na Constituição*. Esperava-se que o presidente Lula ousaria fazer, nas comunicações, muito mais e melhor do que fez o seu antecessor. Que faria uma autêntica reforma, não aquela, pela metade, deixada por Cardoso. Esperava-se que a política de comunicações deixaria de ser um atributo exclusivo do Ministério das Comunicações, passando a contar com a participação e formulação também dos ministérios da Educação, da Cultura, da Ciência e Tecnologia, entre outros. Sobretudo, que a política de comunicações resultaria de um amplo debate democrático envolvendo os mais diferentes segmentos sociais que aproveitariam a transição do analógico para o digital, na televisão, para promover uma grande *revolução democrática* nos meios de comunicação brasileiros.

Em junho de 2006, o decreto 5.820/06 es-



tabeleceu que a TV digital no Brasil adotaria o sistema básico japonês, e que seriam concedidas às mesmas atuais concessionárias de TV aberta, novas faixas de frequências para a transmissão digital. Após dez anos, concluída a “transição”, essas concessionárias devolveriam o espectro hoje ocupado nas transmissões analógicas. Fora tomar essas decisões para a transição, nenhuma outra foi encaminhada na direção daquela nova TV que antes se imaginara.

O governo Lula não bancou o projeto original. Um ano depois de sua posse, devolveu o Ministério das Comunicações ao comando dos mesmos que o controlam desde sua criação, em 1967. Com a edição do decreto 5.820/06, o presidente optou por entregar a TVD aos conglomerados empresariais que monopolizam a radiodifusão brasileira desde o dia seguinte ao golpe de 64. Não é a opção pelo sistema tecnológico japo-

nês que autoriza tal assertiva. O sistema, em si, permite muitos arranjos político-econômicos. Mas nenhuma decisão poderia ter sido adotada, antes da definição político-normativa do novo modelo político-econômico de televisão. Na medida em que esta definição não foi feita e que não venha a ser feita em tempo hábil, *prevalecerá o modelo atual*. As empresas detentoras de um canal analógico vão receber, de graça, um canal para a transmissão de digital e, tudo indica, vão usar este canal para transmitir a mesma programação que já transmitem, conforme o mesmo fundamento narra-

	Linhas fixas ¹ 10 ³	Linhas móveis 10 ³	Banda larga 10 ³	Receitas líquidas USD 10 ⁹	Lajida ⁴ USD 10 ⁹	Lucro líquido USD 10 ⁹	Investimentos USD 10 ⁹
<i>Grupo Telefônica</i> ²	41.974	169.220	10.278	78.390	31.700	12.383	11.149
T. Espanha	15.950 ³	21.500 ³	3.743 ³	28.726	13.817		3.307
Latam	23.900 ³	74.900 ³	3.700 ³	27.886	9.890		4.643
Telesp	12.113		2.006	7.752	3.303	1.244	1.049
Vivo		33.711		6.575	1.649	(52)	1.010
<i>Grupo Slim</i> ²	24.340	153.422		46.752	19.045		
Telmex Mexico	17800		2295	11.978	5.708		
Tx. Internacional	2.800		1600	6.233	1.674		
Embratel	940		1.298	4.483	1.139	44	673
America Móvil	3.866	153.422		28.664	11.663	5.390	3.183
Claro		30.228		5.256	1.316	n.d.	n.d.
<i>Oi/Telemar</i>	14.388	16.365	1.447	9.255	3.424	1.336	1.225
<i>Brasil Telecom</i>	8.034	4.419	1.568	5.821	1.998	353	738

Dólar médio em 2007: R\$1,90 = USD 1,00 Euro médio: €0,72 = USD 1,00 Peso médio: MEX 10,93 = USD 1,00
¹ Linhas fixas em serviço
² Esta linha da tabela inclui todo o Grupo, além das subsidiárias relacionadas abaixo
³ Ano de 2006: Relatório da Telefônica
⁴ “Lajida” ou “Ebitda” é o resultado das receitas brutas deduzidas os juros, impostos, amortizações e depreciações. Indica a geração de caixa efetiva da firma.

Tabela: MARCOS DANTAS



tivo e comercial apenas possível aos que detêm o *monopólio da fala*. A TVD caminha para vir a ser mais do mesmo...

CRONICAMENTE INVIÁVEL

Ao completar dez anos a privatização da Telebrás, as comunicações brasileiras exibem os seus impasses. O mais visível deles atende pelo nome “fusão Oi-BrT”. É a confissão do equívoco. As duas operadoras, hoje, não podem seguir separadas, competindo uma com a outra e as duas contra todas, como já se podia anteciper desde o dia em que o governo Cardoso anunciou o seu modelo de privatização. Tanto que nem todos, à época, concordaram com a decisão de esquartejar a Telebrás. Mas a imprensa então abafou o debate.

Diziam os defensores do modelo esperar que as novas operadoras “ganhassem músculos”, tornando-se competitivas, inclusive fora do Brasil. Diziam os críticos que sendo “global” a competição e sendo o mercado brasileiro parte integrante desse mercado “global”, nele só havia espaço para uma única grande operadora brasileira, competindo, inclusive aqui dentro,

com as estrangeiras. Esta operadora seria a própria Telebrás, mesmo reestruturada e privatizada. Os fatos viriam a dar razão aos críticos.

O mercado latino-americano, inclusive o brasileiro, é hoje hegemônico por duas grandes operadoras “globais”: a Telefônica espanhola e o mexicano Grupo Slim (Telmex/América Móvil). Conforme mostra a Tabela 1, se somadas as receitas líquidas da Telemar e da Brasil Telecom, elas equivalem a 32% de toda a receita líquida do Grupo Slim e a apenas 12,7% daquela da Telefônica. Há dez anos, a Telebrás tinha o dobro do tamanho da Telmex e era equiparável, em receitas e linhas telefônicas, à Telefônica. A Telmex, dentro do México, ainda é uma operadora um tanto menor do que a Oi-BrT reunidas. Suas dimensões avultam quando a ela somamos as suas operações móveis em toda a América Latina, mais as da *brasileira* Embratel. Aliás, a Embratel mais a Claro, reunidas, somam uma Oi (já incluído o ramo celular). Por sua vez, a Telesp e a Vivo somam a futura Oi-BrT, caso a re-fusão venha mesmo a se concretizar. Num mero exercício especulativo, talvez nostálgico, considerando apenas essas maiores empresas em operação no Brasil (Telesp, Vivo, Embratel, Telemar e Brasil



Telecom), uma possível Telebrás, hoje em dia, teria receitas líquidas de USD 34,7 bilhões, no mínimo. Sem operar fora do Brasil, já seria quase do tamanho do

atual Grupo Slim, despojado da Embratel⁶. Mais provavelmente, no entanto, *já teria buscado negócios fora do Brasil*, ocupando os espaços que, há dez anos, ainda estavam vazios na América Latina e acabaram preenchidos pela Telmex.

Na medida em que se acirre a concorrência, a Oi/Telemar e a Brasil Telecom, obrigadas a sustentar as comunicações no imenso Brasil pobre, terão que entregar para as duas megacorporações estrangeiras e para outras operadoras “competitivas” as fatias de mercado que ainda retém no Brasil rico. Se necessitam, a Telefônica no Brasil e a Telmex-America Móvil no Brasil podem contar, para se expandir, com generosos financiamentos intra-corporativos, além de investimentos estrangeiros diretos, inacessíveis àquelas duas brasileiras, obrigadas a suportar as taxas de juros internas ou a recorrer, como já fizeram mais de uma vez, a empréstimos do

Para colocar no ar a TV digital imaginada, impunha-se realizar uma completa reforma nos marcos políticos e legais das comunicações brasileiras.

BNDES, sempre sujeitos aos humores do governo. Àquele apoio, as duas estrangeiras podem somar os lucros de suas rentáveis concessões, para começarem a disputar, como já estão começando, os outros nichos de mercados disponíveis pelo Brasil afora, exatamente esses que a Oi/Telemar e a BrT ainda podiam monopolizar até pouco tempo atrás: os bairros mais ricos do Rio de Janeiro, Brasília, Porto Alegre, Belo Horizonte, outras capitais e cidades maiores. A Telmex fez um movimento estratégico ainda mais ameaçador, ao adquirir o controle (por enquanto disfarçado) da Net, passando assim a usar a infra-estrutura já disponível desta para chegar, com serviços de telefonia local e banda-larga, a residências antes atendidas apenas pela Oi/Telemar.

Do ponto de vista do capital, a Oi/Telemar e a BrT são para-estatais: naquela, metade do ca-

⁶ Nesse exercício, desconsideramos a Claro porque ela se construiu incorporando antigas operadoras da “banda B” que não foram formadas a partir das operações de telefonia celular da Telebrás.



pital total pertence à Previ, outros fundos de pensão das empresas estatais e ao BNDES; nesta, o capital de controle está nas mãos da Previ e demais fundos. Considerando a baixa rentabilidade do negócio e suas más perspectivas futuras, os sócios controladores privados da Oi/Telemar não teriam muita alternativa, dentro em pouco, do que devolver suas ações ao Estado, até porque dificilmente encontrariam comprador estrangeiro para a empresa. Talvez o governo Lula pudesse lhes fazer essa proposta... Optou por remontar a Telebrás mesmo despojada da Telesp e da Embratel, sem querer parecer estar à frente do processo. Agora sofre as críticas, pois para a re-fusão se efetivar, precisa tomar decisões normativas que, aos olhos da *forjada* "opinião pública", parecem mais um caso de promiscuidade público-privada.

DUELO DE TITÃS

Na busca de novos mercados que lhes permitam sustentar os seus serviços obrigatórios, também reagindo à associação da Embratel com a Net e, no fundo, seguindo a própria lógica da CTE, a Telefônica e a Oi/Telemar de-

cidiram incursionar na televisão por assinatura. Ambas adquiriram o controle de pequenas operadoras de TV a cabo no interior de São Paulo e Minas Gerais respectivamente, catalisando o processo de reestruturação desse mercado no Brasil. Imediatamente, a Globo, atrás das fachadas da Abert e da Associação Brasileira de Televisão por Assinatura –ABTA, tentou impedir a concretização daqueles negócios, com ações na Justiça. Em seguida, um deputado federal apresentou projeto de lei que tornaria legalmente impossível a uma operadora concessionária de telecomunicações também operar TV a cabo. Outro deputado apresentou projeto de lei exatamente oposto. Seguiram-se mais projetos, de um lado e outro.

Dado os interesses envolvidos, o processo legislativo caminhou, ganhou dinâmica própria e, no instante em que essas linhas estão sendo escritas, tramita sob a rubrica "PL-29" (projeto de lei nº 29), tendo os vários projetos de lei iniciais sido agrupados em um único "substitutivo" elaborado pelo deputado-relator Jorge Bittar (PT-RJ). Ele teve o bom senso de aproveitar o momento para sugerir uma ampla revisão legislativa abrangendo toda a televisão por assinatura, inclusive a satelital. E a ousadia de



sugerir reserva de tempo de tela para a produção audiovisual brasileira, inclusive nos canais estrangeiros. Conseguiu desagradar gregos e troianos. Para os radiodifusores, o projeto abria o mercado de TV por assinatura para as operadoras de telecomunicações que poderiam acelerar a penetração, no Brasil, dessa nova modalidade de televisão. Para as operadoras, obrigava-as a se preocuparem, minimamente que fosse, com a gestão do conteúdo, já que responderiam pelo cumprimento das “cotas”. Para as Organizações Globo, quebrava o seu crescente monopólio sobre o audiovisual brasileiro, na medida em que abria a possibilidade de os produtores independentes virem a contar com novos canais de escoamento. Para os canais internacionais, por óbvio, implicava interferência direta, do poder público brasileiro, na gestão dos seus negócios e escolha de sua programação.

O projeto se inspirou na legislação européia, canadense e australiana. Diante do poder da indústria cinematográfica e audiovisual estadunidense, diversos países vêm tentando erigir barreiras protetoras para a sua produção cultural veiculada pela televisão. Na Europa, a diretriz *Televisão sem Fronteiras – TSF* esta-

belece que todos os países da Comunidade deverão, conforme condições e cronogramas próprios, assegurar que 50% da programação de suas TVs sejam reservadas para “conteúdos europeus”. Na França, a legislação estabelece uma subcota para “conteúdos franceses”. O substitutivo do deputado Bittar nem propunha tanto: começou sugerindo 10% da programação de cada canal; depois, reduziu suas pretensões a irrisórias 3,5 horas semanais. Ainda assim, continua sem obter acordo entre as partes interessadas.

OS SONHADORES

A evolução das comunicações brasileiras, neste início de século XXI, será definida por duas agendas em disputa. Uma, explícita, parecendo exclusiva, veiculada insistentemente pela imprensa e outros meios, hegemonizada no Congresso e no governo (Lula), sustenta que a solução para os nossos principais problemas é “maior competição”. Outra, latente, com poucos espaços para discussão e formulação, veiculada aqui ou ali por setores políticos e intelectuais mobilizados, defende que a so-



O governo Lula optou por remontar a Telebrás mesmo despojada da Telesp e da Embratel, sem querer parecer estar à frente do processo.

lução para os nossos principais problemas é a “universalização e democratização”.

Uma é a agenda do mercado, do projeto “neoliberal”, da inserção subalterna e dependente do capitalismo brasileiro no capitalismo internacional. Outra é a agenda que ainda acredita na possibilidade de este país vir a ser *realmente* desenvolvido, socialmente justo e politicamente democrático, para isto sustentando que a *tarefa principal de nossa sociedade* é incorporar e incluir a maioria de sua população a padrões básicos mais elevados de vida material e cultural, padrões estes que, por enquanto, somente uma minoria pode desfrutar.

Uma é a agenda que aceitou interromper a construção da Nação. Outra é a agenda que ainda quer retomar a construção interrompida.

Para ampliar a competição nas comunicações, são propostas várias medidas. Identificar quem as propõe permite desvelar os interesses aos quais servem: as operadoras em regime privado (“autorizatárias” ou “competitivas”),

as entidades de “defesa dos consumidores”, políticos neo-liberais ou cada vez mais próximos, a Anatel e, já não mais surpreendendo, o próprio governo. Essas propostas

ignoram a *boa teoria* que há muito nos ensina que o processo de centralização e concentração de capitais é inerente ao capitalismo. A convergência tecnológico-empresarial nada mais é que uma nova fase nesse velho processo. As propostas “pró-competitivas” primam, por isso, pelo artificialismo. Como as economias de escala, as economias de rede, os monopólios naturais – todos estes, conceitos rigorosamente definidos e formalizados pela Economia – conspiram contra a concorrência, essas propostas acreditam que a competição possa vir ao mundo à força de fórceps, através de leis e regulamentos. Perde-se tempo, enxugando gelo. A discussão mais tonitruante gira em torno da desagregação de rede, ou *umbundling*. O detentor de uma rede teria que permitir o seu uso por terceiros, cobrando apenas um preço de custo. É complicado determinar o que seja este preço de custo. Mais difícil ainda é esperar que uma operadora dê acesso a seus concorrentes à sua própria rede. E ainda mais



difícil é pretender que isto aconteça no Brasil, onde as concessionárias, detentoras das redes mais capilarizadas, precisam desesperadamente defender os seus mercados rentáveis da concorrência, pois precisam destes mercados para subsidiar os serviços não-rentáveis que são obrigadas a prestar. Há dez anos, esse assunto paira sem solução nos debates sobre as nossas comunicações. Enquanto isso, outros assuntos que mais interessariam à maioria da sociedade deixam de ser debatidos.

Mas a competição avança – ali, onde o próprio mercado a justifica e não carece de artificialismos legais. Necessita tão somente de investidores atrás de boas oportunidades. A competição avança através da construção de infra-estruturas paralelas e tecnologicamente diferenciadas. A rede de celular, oferecendo cada vez mais serviços, superpõe-se com vantagens sobre a rede de cabos telefônicos. Hoje, já é possível usarmos o terminal móvel (ah! desculpem, “mobáil”) como terminal fixo, isto é, pelos custos de um fixo, quando estamos em nossas casas, para desespero da Telemar e da Telefônica. A rede de TV a cabo, oferecendo banda-larga e telefonia fixa, também invade a praia antes exclusiva das concessionárias. Co-

meçam a se multiplicar as redes sem-fio de curta distância – as tecnologias *Wi-Fi* – permitindo a hotéis, centros de compras, restaurantes, hospitais, médias e grandes empresas, até residências e escritórios, acesso direto à Internet, sem intermediação de qualquer tipo de operadora. Se há um nicho suficientemente rentável, haverá um investidor nele interessado, aparecerá e será implantada a infra-estrutura tecnológica apropriada. *O mercado se cria e encontra suas soluções.* Mas há que se sustentar o discurso em torno dele, reivindicar-lhe todas as proteções, como se fossem de fato necessárias, para assim tragar os corações e as mentes no insaciável buraco negro da sua ideologia.

O que não avança é a inclusão. Nem a democratização. Assim como o modelo da antiga Telebrás, ao definir o seu padrão de financiamento decretou os seus limites de expansão, este agora, pelo mesmo motivo, também já disse até onde pode chegar, territorial e socialmente. Metade do Brasil (no mínimo) ficou de fora. Uma grande parcela da população, a maioria das escolas e outros serviços públicos, não pode usar *intensivamente* os serviços telefônicos mais simples, às vezes sequer pode deles meramente *dispor*. A “renda marginal” permi-



te ao cidadão comprar um cartão pré-pago de telefone celular, mas apenas para usá-lo como terminal receptor – assim como também usa a televisão. Paga o mínimo, obtém o que pode.

Para avançar a inclusão e a democratização, o projeto teria que ser outro. Antes de mais nada, haveria que se falar na *retomada real do desenvolvimento*. Assunto muito amplo para este texto. Para ficarmos apenas nas comunicações, a agenda desenvolvimentista, inclusiva e democrática, deveria considerar os seguintes pontos.

1) *Universalização da banda-larga*. Dentro de mais alguns poucos anos, a banda-larga tará universalizada na classe média, assim como aconteceu com o telefone fixo ao findar-se a década 1980. Mas a banda-larga não chegará à população pobre, às escolas e outros serviços públicos, às nossas extensas regiões carentes, exceto se carregada por agressivas políticas públicas. É necessário levar a banda-larga à população pobre para lhe dar uma ferramenta de real comunicação, um meio que não só recebe, mas também *emite*, um instrumento de participação, de acesso infinitamente plural e diversificado à informação, conhecimento e cultura.

A universalização da banda-larga precisa ser feita, assumindo-se que a família de baixa ren-

da ou a diretora da escola pública não podem pagar-lhe os custos. Este custo *será pago pelo mercado*. Será uma política de transferência de renda. Para isto poderia servir o Fundo de Universalização de Telecomunicações – Fust, criado e jamais usado sequer para universalizar a telefonia fixa. Todas as operadoras, a maioria servindo a mercados rentáveis, recolhem recursos para o Fust. Mas somente as operadoras que *se comprometam com o regime público*, isto é, com metas de universalização e com o futuro retorno da infra-estrutura para a União ao final do contrato, podem fazer uso deste recurso que, recolhido pelo Estado, é também *público*.

Neste momento, por obra do senador Aloísio Mercadante (PT-SP), tramita o projeto de lei 1.407/07, pelo qual, os recursos do Fust poderão ser empregados na compra *direta* de bens e serviços – leia-se computadores e redes – para informatizar e conectar as escolas públicas. Operadoras que não assumem os riscos, obrigações e ônus de prestar serviço em regime público, passarão a ter acesso, a custo zero, a esses recursos, assim revogando-se um dos últimos resquícios social-democrata ou “keynesiano” ainda sobrevivente na legislação brasileira de telecomunicações.



Para uso do Fust na universalização da banda-larga não seria necessário aprovar qualquer nova lei. A LGT define que o STFC deve ser prestado em regime público, mas não esclarece exatamente (e nem poderia!) o que seja o STFC. Ele é definido em regulamento da Anatel, segundo o qual trata-se de um serviço que utiliza-se de “processos de telefonia”, entendidos como aqueles que permitem comunicação por quaisquer meios, “nos modos 3,1 KHz-voz ou 7 KHz-áudio ou até 64 kbit/s irrestrito”. Bastaria o governo mandar mudar esse regulamento para “n64 kbit/s”, e a banda-larga estaria incorporada à definição do STFC. Em seguida, através de PGOs e PGMUs apropriados, implementar-se-ia, com recursos do Fust, a política que o Brasil espera.

2) *Modelo de custos*. Há dois modelos de custos. Um que interessa ao discurso neoliberal, tenta estabelecer uma regra pela qual se determinaria os custos de uso de uma rede para fins de “desagregação”, isto é: o proprietário das redes (leia-se, as concessionárias) cobraria pelo seu uso por parte de outras operadoras, aquilo que o modelo lhe autorizasse cobrar.

Mas a competição avança – ali, onde o próprio mercado a justifica e não carece de artificialismos legais. Necessita tão somente de investidores atrás de boas oportunidades.

Como isso não passa de teoria, esse “modelo” há anos está para ser formulado pela Anatel, sendo a sua elaboração, aliás, um dos pilares da política definida pelo governo Lula. Não foi para frente...

Um outro modelo possível usaria o tempo e o talento de técnicos pagos com dinheiro público para calcular o custo da universalização em benefício da população pobre. Exemplo: sabemos que um cidadão paga R\$ 15,00 por um cartão pré-pago de celular, e estica o uso desse cartão pelo mês inteiro. Se, por acaso, esgotar os seus minutos antes, comprará o próximo cartão no mês seguinte. Ele não sabe o preço do minuto, nem quantas chamadas faz. Ele sabe o que gasta no total. Se o preço do minuto subir, ele, logo, aprenderá a chamar menos. Se, por ventura, caísse, ele chamaria mais. Em qualquer hipótese, ele não gastará mais de R\$ 15,00 com telefonemas, por mês. Esta é a sua “renda marginal” para as *comu-*



A universalização da banda-larga precisa ser feita, assumindo-se que a família de baixa renda ou a diretora da escola pública não podem pagar-lhe os custos.

nações. Seria perfeitamente possível calcular, depois de adequada investigação, quanto a população pobre, em média, poderia dispor do seu orçamento mensal para subscrever um serviço de banda-larga, ou qualquer outro de comunicações. Talvez fosse por volta de 10 a 15 reais. Provavelmente, as operadoras já fizeram esses cálculos. Com certeza, dispõem dos dados. Se a *instalação e manutenção* da banda-larga em regiões ou periferias urbanas ainda sem infra-estrutura custar, digamos, R\$ 50,00 por residência (isto é apenas um número para efeito do exercício), então o cidadão pobre precisará de R\$ 35,00 ou R\$ 40,00 de subsídio. Para isto serviria o Fust. Ou seja, o *mercado*, via Fust, teria que transferir tal valor por unidade familiar, para as camadas pobres da sociedade. Mas essa conta ninguém quer fazer. Insiste-se em reivindicar a elaboração de um “modelo de custos” inviável que apenas serviria para estimular a “competição”, isto é,

para permitir a quem já tem, pagar ainda menos para ter ainda mais.

3) *Construção de uma grande operadora nacional, não importa se sob controle acionário privado, mas claramente subordinada ao*

cumprimento de certas missões de interesse público ou estratégico. Na França e na Alemanha, por exemplo, suas operadoras nacionais são reguladas por leis específicas, à margem das respectivas leis de telecomunicações embora, por óbvio, articuladas com elas. Na Itália, como se viu recentemente quando a Pirelli quis se desfazer da Itália Telecom, o governo não permite a alienação do capital de controle exceto para quem o próprio governo concorde. O Brasil necessita de uma grande empresa que seja indutora de desenvolvimento industrial-tecnológico (como, por exemplo, a Petrobrás também o é) e promotora de inclusão sócio-econômica. Esta empresa teria, hoje, por missão, a universalização da banda-larga em todo o país, ao mesmo tempo em que, no seu planejamento estratégico, com apoio financeiro e fiscal do governo, estabeleceria suas metas em consonância com um programa de desenvolvimento tecnológico e de reconstrução da



indústria eletro-eletrônica brasileira. Podendo e devendo operar em todos os mercados, seria também, na TV por assinatura, braço fundamental de uma política de fomento à produção audiovisual brasileira, diversificação dos canais brasileiros e regionais de distribuição de conteúdos, e democratização do acesso à informação e cultura. Por fim, com apoio do Estado, iniciaria um programa de internacionalização de suas operações, estreitando, por um lado, as relações do Brasil com a América do Sul e a África, e, por outro, ajudando, na medida em que esses investimentos começassem a gerar o retorno esperado, a compensar a contribuição das remessas de lucros da Telefônica e da Telmex, para o déficit da nossa balança de serviços.

4) *Um novo modelo para a televisão.* Nos países centrais, até em alguns periféricos, a televisão está mudando. No Brasil, a resistência é forte. Ainda pensamos em televisão como “televisão aberta”. Precisamos pensar que o cabo e o satélite também são televisão. O novo modelo de televisão vai considerar todo o espectro, no sentido físico e figurado, de alternativas disponíveis para a distribuição de programas de TV: a atmosfera, o cabo, o satélite, o celular, a Internet.

Hoje, pode estar em curso, no Brasil, um processo que resultará na institucionalização de dois tipos de televisão: a aberta, para o povo, para os pobres; a fechada, paga, para as classes médias e altas. Talvez a TV aberta esteja apostando no futuro de um mercado publicitário anunciante ainda voltado para as “massas”, suficiente, porém, para sustentá-la: supermercados, lojas de departamentos, feirões de veículos. Talvez aposte também em que, naquela metade do Brasil aonde a universalização das telecomunicações não chegou, ela permanecerá como o mais importante meio de comunicação: nas cidades pobres, nos bairros de periferia, nos subúrbios dos grandes centros, as atuais emissoras continuarão detendo seu virtual oligopólio, seguindo alimentadas pela programação produzida pelas atuais cabeças-de-rede. Talvez aposte ainda na multiplicação de canais que uma TV digital totalmente desregulamentada lhe permita fazer, se julgar conveniente: multiplexando o sinal, cada emissora poderá seguir com sua programação normal numa faixa do canal, alugando outras 4, 5, até 8 faixas para outros interessados (leiloeiros de tapetes e jóias, televendedores, pastores eletrônicos...). A radiodifusão no Brasil, relem-



bremos, está organizada conforme uma lei de 1962. É uma lei que não tem como responder aos problemas atuais. Na TV aberta, o Brasil tornou-se uma terra sem lei.

A PL-29 trata de apenas um segmento desse todo: a TV por assinatura, rebatizada “serviço de acesso condicionado”. Condicionado pela renda de quem queira ter acesso ao serviço... A Constituição não permite o tratamento abrangente e uniforme da CTE, pois separa convenientemente as “telecomunicações”, da “radiodifusão sonora e de sons e imagem”. Um marco regulatório que considerasse a totalidade das comunicações teria que, para começar, rever essa barreira artificial. Sabemos que, quando um governo quer, ele consegue reunir a maioria parlamentar necessária para modificar a Constituição. Mas sabemos também que nenhum governo consegue reunir essa maioria, se a mídia não quer...

Mas a PL-29 contém nela o *germe* do que deveria ser uma das linhas mestras de qualquer futura proposta: separar, inclusive na TV aberta, a *produção dos programas*, a *programação dos canais* e a *transmissão da programação*. Como vimos, esses elos da rede produtiva podem ser diferenciados, assim per-

mitindo a entrada de muito mais gente nas atividades diretamente produtivas. Foi o que fizeram os europeus, ainda que sob inspiração neoliberal: na Europa, *as emissoras de TV aberta não detém mais a frequência de transmissão*, tornaram-se apenas produtoras e programadoras do conteúdo. A frequência é atribuída a uma outra empresa (“operador de rede”) que cuida exclusivamente da transmissão. Graças à tecnologia digital e nos termos de uma regulamentação comum a todos os países da Comunidade Européia, esse operador divide o canal hertziano em até oito faixas. Por cada uma, tráfegará uma programação diferente. Para o espectador é como se fossem distintos canais de TV, semelhante ao que acontece, aliás, na TV a cabo ou satelital. Assim, novos programadores, ou “canais”, podem entrar no mercado e disputar audiência através de programações algo diferenciadas, destinadas a diversos “públicos”.

Pela primeira vez, na organização do audiovisual televisivo brasileiro, um projeto de lei identifica os elos da rede produtiva e tenta estabelecer regras regulatórias diferenciadas para cada um deles. Se a moda pega, a idéia também chegaria à televisão aberta. Uma lei



comprometida com os interesses nacionais, democráticos e populares, avançando pelo caminho que a PL-29 está tentando, a duras penas, abrir, asseguraria:

- a) a separação das atividades de produção-programação, das de transmissão;
- b) um conjunto substancial de canais, tanto na TV aberta quanto na fechada, dedicado à transmissão de conteúdos nacionais ou regionais de carácter educativo e cultural não mercantil;
- c) a transmissão de elevado percentual de conteúdos nacionais nos canais marcadamente comerciais, tanto na TV aberta quanto na fechada, inclusive nos canais estrangeiros;
- d) a obrigação de as empresas ou entidades programadoras, embora não impedidas de serem também produtoras, abrigar, na programação, percentual significativo de produção independente, inclusive regional.

Fosse feito assim, a infra-estrutura de comunicações deixaria de ser percebida pelos produtores de conteúdos e pelos usuários de conteúdos como segmentos tecnologicamente diferenciados. Tanto do lado da produção,

Um outro modelo possível usaria o tempo e o talento de técnicos pagos com dinheiro público para calcular o custo da universalização em benefício da população pobre.

quanto do lado do usuário interessa que determinada produção possa ser veiculada, transmitida, recebida e vista, pouco importando se por meio de frequências atmosféricas ou pelo cabo, se por um canal hertziano de operadora de televisão ou de operadora móvel. Eventualmente, para certas produções funcionará melhor a recepção numa tela grande do que numa tela pequena. Filme, assiste-se na TV em casa, ou na sala de cinema. Notícias rápidas, clipes musicais, melhores momentos do futebol podem-se ver e ouvir na telinha, enquanto se viaja de ônibus ou se aguarda atendimento na ante-sala do dentista. Produtores e usuários saberão definir o tipo de terminal melhor adequado para cada formato de produção.

Importante será discutir o financiamento a este novo modelo. O que se está sugerindo é a distinção entre canais *comerciais* e canais *não-comerciais*. Os canais comerciais seguirão capturando os seus recursos num mercado



que se tornará muito competitivo. Os canais não-comerciais, os educativos ou culturais, exigirão, ao menos num primeiro momento, forte apoio de recursos públicos. Terá que haver uma clara política de fomento à produção educativa e cultural e à viabilização dos canais não-comerciais. Estes canais, talvez, tenham que ser mantidos pelo Estado, assegurando-se instrumentos para a sua gestão democrática. E os recursos para eles e para a produção que os alimentará, virão, como sempre, de alguma forma de taxaço dos lucros do mercado.

5) *Novo marco legal e regulatório.* As políticas de universalização da banda-larga, de fortalecimento de uma grande operadora *mediática* brasileira e de reorganização da televisão, vão se inserir num processo no qual, cada vez mais, milhares e milhares de brasileiros e brasileiras passarão a ser, também, “produtores de mídia”. A TV não será apenas esta que temos: aberta, unidirecional, oferecida por grandes grupos empresariais e sustentadas pela grande publicidade. A TV poderá ser também local ou comunitária, via Internet (IPTV e WebTV). Poderá ser interativa, via redes bi-direcionais em alta velocidade. Poderá ser plural e diversificada,

via os muitos canais que as novas tecnologias permitem abrir para a sociedade, mas, ainda, por enquanto, no Brasil e no mundo, detidos e controlados pelas mesmas corporações de sempre. Na verdade, o capitalismo desenvolveu essas tecnologias e vai moldando seus usos, ao seu gosto. Nada impede, porém, que o povo trabalhador possa disputá-las, delas se apropriar e a elas dando novos e mais democráticos rumos.

A transição para um regime que conduza à democracia precisará ser ordenada por um novo marco legal. O Código de 1962 não pode tratar de nada disso porque nada disso existia em 1962. A LGT não pode tratar disso, porque a LGT foi pensada e formulada para privatizar a Telebrás, não para reorganizar as comunicações brasileiras, em seu conjunto, numa direção democrática. A própria Constituição terá que ser reformada, pois institucionalizou a divisão entre “telecomunicações” e “radiodifusão”. O marco legal, aliás, está sendo revisto, mas conforme os estreitos limites e interesses dos grandes grupos mediáticos, do que é mais um exemplo a PL-29.

Vivemos um inédito momento em que o povo poderá protagonizar esse processo de



mudança. É preciso construir um novo projeto, democrático, que se contraponha aos projetos em curso e possa ser apresentado para o debate na sociedade, impulsionando mudanças radicais – mudanças *pela raiz*. O momento dessa construção será a *Conferência Nacional de Comunicação*. Todo brasileiro está chamado a dela participar. Os engenheiros também.

As recentes políticas de comunicações fizeram muito mal à Engenharia brasileira. As políticas democráticas que emergirão da Conferência deverão enxergar a nossa Engenharia como vetor essencial de progresso, de criação de riquezas, de afirmação de autonomia. Mas cabe aos engenheiros dizerem ao restante da sociedade, qual é a contribuição que podem dar para isto.





Marcos Dantas

Professor de disciplinas sobre tecnologias da informação e comunicação no Departamento de Comunicação Social da PUC-RJ e coordenador-adjunto do Instituto de Mídias Digitais, da mesma PUC-Rio. É Doutor em Engenharia de Produção pela COPPE-UFRJ. Já exerceu as funções de Secretário de Educação a Distância do MEC, Secretário de Planejamento e Orçamento do Ministério das Comunicações, representante do Poder Executivo no Conselho Consultivo da Anatel, representante do MEC no Conselho Deliberativo e no Comitê Gestor do Programa TV Digital, representante do Governo no Comitê Gestor da Internet-Brasil. É autor de *A lógica do capital-informação* (Ed. Contraponto, 2ª ed., 2002) e vários outros estudos sobre economia política da informação e das comunicações. E-mail: mdantasloureiro@yahoo.com.br.

Produção e edição

Espalhafato Comunicação

Programação Visual

Luiz Carlos Guimarães

Capa

Erison Penteado

Revisão

Rita Luppi

Impressão e fotolito

Reproarte

Federação Interestadual de Sindicatos de Engenheiros

Av. Rio Branco nº 277, 17º andar

CEP 20040-009 - Cinelândia - Rio de Janeiro - Brasil

Tel.: (21) 2533-0836 - Fax: (21) 2532-2775

fisenge@fisenge.org.br

www.fisenge.org.br