

**POLÍTICA DE *COMUNICAÇÕES* NO BRASIL:
NOVOS E VELHOS ATORES**

© ***Venício A. de Lima***

Núcleo de Estudos sobre Mídia e Política, NEMP
Centro de Estudos Avançados Multidisciplinares, CEAM
Universidade de Brasília, UnB
CLN 406, Bloco A, sala 205
70874-510, Brasília, D.F., BRASIL
<vadelima@guarany.unb.br>

Prepared for delivery at the *XXI International Congress* of the
Latin American Studies Association
Session POL52-*Economic Reform and Institutional Change in Brazil*
The Palmer House Hilton Hotel
Chicago, Illinois
September 24-26, 1998

POLÍTICA DE COMUNICAÇÕES NO BRASIL: NOVOS E VELHOS ATORES *

© **Venício A. de Lima** **

Núcleo de Estudos sobre Mídia e Política, NEMP
Centro de Estudos Avançados Multidisciplinares, CEAM
Universidade de Brasília, UnB
<vadelima@guarany.unb.br>

No cenário da globalização contemporânea, a consequência mais evidente da **convergência tecnológica** no setor de **comunicações** ¹, é a enorme e sem precedentes concentração da propriedade, provocando a consolidação e a emergência de um reduzido número de mega-empresas mundiais. Ademais, a onda internacional liberalizante de privatizações e des-regulamentação, acelerada depois da aprovação do *Telecommunications Act* americano, em fevereiro de 1996, vem provocando uma avalanche de aquisições, fusões e joint ventures envolvendo Estados nacionais, bancos, grandes empreiteiras e empresas transnacionais privadas, estatais e mistas.

Estudiosos do setor já constataram que “*a global oligopolistic market that covers the spectrum of media is now crystallizing with very high barriers to entry (...). The global media market is dominated by a first tier of some ten enormous media conglomerates: Disney, Time Warner, Bertelsmann, Viacom, News Corporation, TCI, Sony, General Electric (owner of NBC), PolyGram (owned primarily by Philips, the Dutch electronics giant)* ² and Seagram (owner of Universal). These firms have holdings in several media sectors and they

* Uma primeira versão deste texto apareceu na edição eletrônica do Observatório da Imprensa, n. 48 de 5/7/98 <<http://www2.uol.com.br/observatorio/artigos/jd050798al.htm>>.

** O A. registra e agradece as críticas, sugestões e a colaboração na coleta de dados de Liziane Guazina, pesquisadora do NEMP-CEAM-UnB.

¹ Provocada pela revolução digital, a chamada *convergência tecnológica* está dissolvendo as fronteiras entre as *telecomunicações*, os *mass media* e a *informática*, isto é, entre o telefone, a televisão e o computador ou entre a televisão, a Internet e o computador. Textos, sons e imagens transformam-se em *bits* e as diferentes tecnologias que eram necessárias para as várias transmissões analógicas - telégrafo para texto, telefonia para voz, radiodifusão para sons e imagens etc. - estão sendo substituídas por redes integradas de usos múltiplos - via cabo ótico, satélites ou radio-digitais. Utilizo o plural **comunicações** como a forma mais adequada para identificar a nova configuração do setor que emerge da *convergência tecnológica* digital.

² Os jornais noticiaram em 22 de maio de 1998 a compra da PolyGram pela Seagram, numa transação de 10,6 bilhões de dólares (cf. *Correio Braziliense*, 22/5/1998, p. 1-19).

operate in every corner of the world. (...) There is a second tier of another forty or so media firms that round the global media system. Most of these firms are from Western Europe or North America, but a handful are from Asia and Latin America." (McChesney, R. W., 1998, pp. 12-13).³

Esse inédito processo de oligopolização e emergência de novos e poderosos *global players* no cenário econômico e político mundial tem sido justificado pelos executivos (CEOs) do setor, como correspondendo ao processo biológico de *sinergia*. Argumentam eles que, considerando o nível elevado dos investimentos necessários, a integração horizontal, vertical e cruzada da indústria de *comunicações*, isto é, a ação coordenada de várias empresas, no mesmo grupo, torna-se inevitável e é mais eficiente do que a de empresas isoladas.⁴

Duas conseqüências emergem paralelamente a esse novo padrão internacional: a primeira - que se torna inevitável pela *convergência tecnológica* e suas implicações - é a fusão em uma única política de comunicações das diferentes políticas públicas que até aqui eram elaboradas isoladamente para as áreas de telecomunicações, *mass media* e informática; a segunda, é a presença, agora mais ativa e direta, não só dos novos *global players*, mas também dos organismos internacionais - nos quais, eles e os Estados nacionais que partilham seus interesses estão representados - como poderosos atores na formulação dessa política de comunicações, tanto em nível nacional como internacional.⁵

No Brasil, essas conseqüências podem ser verificadas a partir das profundas transformações que vêm ocorrendo desde o início do Governo de Fernando Henrique Cardoso: a Lei do Cabo (Lei 8.977/1995), que permite a participação estrangeira em até 49% do capital das concessionárias; a quebra do monopólio estatal das telecomunicações (EC 08/1996); a Lei Mínima (Lei 9.295/1996), que permitiu a entrada de capital estrangeiro nas áreas de telefonia celular e das telecomunicações via satélite, no limite de 49%, até julho de 1999; e a Lei Geral de Telecomunicações (Lei 9.472/97) que autoriza o Poder Executivo a estabelecer quaisquer limites à participação estrangeira no capital de prestadora de serviços de telecomunicações.

Vale registrar que em relação às empresas jornalísticas e de radiodifusão, a Constituição brasileira impede a propriedade por parte de estrangeiros (Artigo 222). Desde março de 1997, todavia, tramita na Câmara dos Deputados Proposta de Emenda Constitucional (PEC n. 455 de 1997) do deputado Aloysio Nunes Ferreira, do PSDB de São Paulo, que altera a norma em vigor passando a admitir a participação de pessoas jurídicas no capital social das empresas jornalísticas e de radiodifusão, inclusive do capital estrangeiro em

³ Entre as maiores *fusões* anunciadas desde o final de 1997 estão a Bell Atlantic com a GTE, a AT&T com a TCI, a *joint venture* da British Telecom e a AT&T, a compra da Ameritech Corporation pela SBC Communications e a compra da MCI Communications Inc. pela WorldCom Inc. (cf. The Economist, 1/8/1998).

⁴ Ben Bagdikian (1992, p. 243) assim se refere ao processo de *sinergia*: "In biology this term describes two entities whose interactions produce something greater than the sum of their two parts. In the mass media it describes how one medium can be used to promote the same idea, product, celebrity, or politician in another medium, both owned by the same corporation. Each of the new global giants aims for control of as many different media as possible: news, magazines, radio, television, books, motion pictures, cable systems, satellite channels, recordings, videocassettes, and chains of movie theaters".

⁵ Tratei especificamente deste tema em Lima (1997).

até 30%. A PEC foi aprovada na Comissão de Constituição e Justiça em junho de 1997 e aguarda a formação de Comissão Especial (DCD, 6/8/1997, p. 21847).

Já na área da programação de TV os principais grupos brasileiros de TV aberta e paga tem celebrado parcerias e *joint ventures* com os maiores conglomerados mundiais de entretenimento para a produção de programas. A Globosat, por exemplo, programadora dos canais pagos das Organizações Globo tem parcerias com a Telecine, com o Canal USA, com a Fox Sports, com a Portusat e com os vários grupos internacionais que constituíram o Canal Futura (cf. Castro, D.; 1/2/1998).

Estou interessado aqui, todavia, em outro tipo de questão: quais seriam as conseqüências desse novo padrão universal na economia política do *sistema brasileiro de comunicações* ? Como o padrão se expressa aqui ? Quais as mudanças estruturais que estão ocorrendo? Repete-se, sem mais, a concentração da propriedade paralela ao ingresso dos novos *global players* ? Estaria ocorrendo um deslocamento de poder e de controle no setor ? Estariam sendo aliçados os antigos atores nacionais ? Quais os verdadeiros *players* na formulação da nova política de comunicações no Brasil ?

O argumento que pretendo desenvolver neste texto é de que apesar de repetir-se, o padrão universal vem assumindo no Brasil feições próprias: primeiro, porque fortalece e consolida - através da expansão horizontal, vertical e cruzada da propriedade - a posição já hegemônica de um único grupo nacional - as Organizações Globo; segundo, porque mantém inalterado o histórico domínio do setor por uns poucos **grupos familiares** e pelas **elites políticas** locais e/ou regionais. Vale dizer: não houve, até o momento, alteração fundamental em relação aos verdadeiros *players* na formulação da política de comunicações.

É necessário que se façam, porém, duas advertências iniciais. A primeira é que ainda é cedo para se avaliar em toda a sua extensão as conseqüências da privatização do Sistema Telebrás, a maior já realizada no planeta, em leilão público no dia 29 de julho passado. Nem mesmo a composição final dos consórcios vencedores está completamente definida. Por enquanto vale registrar os seguintes pontos: (1) somente dois grupos brasileiros oriundos da área de *mass media* - a RBS e as Organizações Globo - fazem parte de consórcios vencedores conhecidos, respectivamente da Telebrasil Sul, que comprou a Telesp (telefonia fixa) e da UGB Participações, que comprou a Tele Celular Sul e a Tele Nordeste Celular; (2) consolidou-se a posição nas *comunicações* brasileiras de dois dos mais poderosos *global players* europeus do setor, já com presença também importante em outros países da América Latina: a Telefonica de Espanha (Argentina, Chile, Peru e Venezuela) e a Itália Telecom (Argentina, Bolívia e Chile); e (3) consolidou-se também a presença da MCI americana, em processo de aquisição pela WorldCom, formando o sexto maior mega-grupo mundial do setor.

Segundo, há de se considerar as diferenças que ainda sobrevivem no setor de *comunicações* entre as áreas de *telecomunicações*, *mass media* e *informática*, em processo de integração e, portanto, ainda não totalmente integradas. Observações válidas para uma área da indústria, por exemplo, *mass media*, poderão não se aplicar inteiramente a outra área específica, por exemplo, da informática e vice-versa. O que pretendemos descrever abaixo são as características históricas e o que se apresenta como tendências dominantes do *sistema brasileiro de comunicações*.

O PADRÃO UNIVERSAL: CONCENTRAÇÃO DA PROPRIEDADE

O padrão universal de concentração da propriedade e presença dos *global players* encontra no Brasil um ambiente historicamente acolhedor. Os nossos *mass media* se estabeleceram oligopolisticamente. O rádio e a televisão (*broadcasting*) constituem um sistema organizado em torno de poucas redes (*networks*) - sob as quais não existe nenhuma

regulamentação legal. A propriedade e o controle das nossas *telecomunicações*, até recentemente monopólio do Estado, estão no processo de serem transferidos para oligopólios privados e a indústria de *informática*, depois de uma frustrada tentativa de reserva de mercado para as indústrias nacionais, consolida-se através da presença no mercado das mega-empresas mundiais da área ⁶.

A legislação do setor ainda não foi uniformizada. Se, por um lado, a Constituição Brasileira reza, desde 1988, que “os meios de comunicação social não podem, direta ou indiretamente, ser objeto de monopólio ou oligopólio” (Parágrafo 5º do Artigo 220), normas legais mais recentes, como a Lei da TV a Cabo, a Lei Mínima e a Lei Geral de Telecomunicações, por intenção expressa do legislador, não incluíram dispositivos diretos que limitassem ou controlassem a concentração da propriedade.

Na identificação do padrão universal de concentração da propriedade no Brasil, vou indicar, prioritariamente, as *fusões*, *aquisições* e *joint ventures* celebradas nos últimos 2 a 3 anos - entre empresas nacionais e internacionais - e que se tornaram possível a partir da privatização das *telecomunicações* e do continuado processo de introdução de novas tecnologias no setor.

(1) concentração horizontal

Trata-se da monopolização ou oligopolização que se produz dentro de uma mesma área do setor. Por exemplo, dois grupos dominam a área de TV paga (cabo, MMDS ou via satélite): de um lado, estão as Organizações Globo, através do sistema NET, que detém 70% dos 2,5 milhões estimados de assinantes no país; os outros 30% são assinantes da TVA da Editora Abril e pequenos operadores ⁷.

O Sistema NET é controlado pela Globo e dois parceiros, a RBS e a Multicanal, desde o final de 1997 sob o controle acionário da própria Globo (cf. Lobato, E., 23/5/1998). Em 1995 a Globo já era sócia, direta ou indiretamente, de 42 das 70 operadoras de TV a Cabo do país, através da NET Sul (RS e SC), da Multicanal (MG, SP, MS e GO), da NET Rio (RJ), da NET Paraná (PR), da NET São Paulo (SP), da NET Recife (PE), da NET Brasília (DF) e da Unicabo (SP) (cf. Lobato, E.; 21/9/1997).

Apesar da Norma Complementar do Serviço de TV a Cabo (Norma nº 13/96 de 10/9/1996) haver estabelecido o limite de 7 (sete) concessões para áreas com mais de 700 mil habitantes por entidade ou afiliada (5.1, a), a Globo era sócia de 11 (onze) TVs a Cabo instaladas em 8 (oito) cidades com população superior ao limite fixado pelo Governo (Cf. Lobato, E., 9/4/1995 e 12/9/1996). As informações disponíveis indicam que a Globo estaria refazendo as composições acionárias com suas parceiras RBS e Multicanal para se adaptar

⁶ Há uma impressionante escassez de estudos sobre a concentração da propriedade das comunicações no Brasil. Uma das razões dessa lacuna é certamente a histórica dificuldade de se obter dados referentes a identificação dos *verdadeiros* proprietários dos mídia. Como os grupos empresariais oligopolistas das diferentes áreas do setor são, basicamente, os mesmos, não chega a surpreender que esse aspecto das *comunicações* não faça parte da *agenda dos mídia* e, portanto, esteja quase sempre ausente da *agenda pública*.

Um trabalho que merece ser consultado, sobretudo pelo conjunto de informações que reúne sobre os *mass media* brasileiros é Nuzzi (1995).

⁷ Os editais de venda de concessões para a TV paga, publicados em outubro de 1997, reforçam a tendência à concentração horizontal. Depois de intensa pressão dos dois maiores grupos da área - Globo e Abril - o Ministério das Comunicações acabou atenuando as sanções para os concorrentes que já tivessem 14 ou mais concessões de serviços de telecomunicações que, na disputa por novos canais, perderão seis pontos e não dez como inicialmente previsto (Cf. Figueiredo, L., 18/10/1997).

aos limites da Norma (o que, todavia, não descaracteriza a concentração horizontal na área de TV paga) (Cf. Lobato, E., 15/9/1996).

Já o Sistema TVA inclui a TVA Sul (PR e SC), a TV Filme (DF, PA e GO) e a TVA Cambrás (SP) (cf. Lobato, E.; 21/9/1997).

(2) concentração vertical

Trata-se da integração das diferentes etapas da cadeia de produção e distribuição. Por exemplo, um único grupo controla desde os vários aspectos da produção de programas de televisão até a sua veiculação, comercialização e distribuição.

Nesta área, o melhor exemplo continua sendo a produção de telenovelas. Estudo já clássico sobre esse processo produtivo revelou como a Globo possui os estúdios de gravação e mantém, sob contrato permanente, os autores, atores e toda a equipe de produção (roteiristas, diretores de programação, cenógrafos, figurinistas, diretores de TV, editores, sonoplastas etc.). Além disso a Globo exhibe a novela em sua rede de televisão, comercializa a novela para outros países, a trilha sonora através de gravadora própria (CDs e K-7) e divulga "o pacote" através de sua rede de TV, seus jornais, revistas, emissoras de rádio etc. (cf. Ortiz, R. et alii, 1989).

(3) propriedade cruzada

Trata-se da propriedade, pelo mesmo grupo, de diferentes mídias do setor de comunicações. Por exemplo: TV aberta, TV por assinatura (a Cabo, MMDS ou via satélite-DTH), rádio, revistas, jornais e, mais recentemente, telefonia (fixa, celular e móvel, via satélite), provedores de Internet, transmissão de dados, *paging* etc.

Alguns dos principais conglomerados de *comunicações* no Brasil se consolidaram, como é sabido, através da propriedade cruzada na área dos *mass media* (jornais, revistas, rádio e televisão). O quadro a seguir exemplifica a recente expansão - quase sempre envolvendo mega-empresas mundiais - de cinco desses grupos, a saber, o grupo d'O Estado de São Paulo, o grupo Folha, As Organizações Globo, o grupo Jornal do Brasil e a Rede Brasil Sul.

EXPANSÃO DE 5 GRUPOS DE MASS MEDIA NO BRASIL

1. O grupo OESP

<i>Empresa</i>	<i>Áreas de atuação</i>	<i>Sócios</i>
BCP e BSE	Banda B de telefonia celular	Bell South, Banco Safra, RBS, Splice e Bell South Latin America

2. O grupo Folha

Universo On Line	Conteúdo e acesso à Internet	Grupo Abril
Avantel	Banda B de telefonia celular	Odebrecht, Camargo Correa, Unibanco e Air Touch

3. As Organizações Globo

Sistema Net	TV por assinatura	Multicanal e RBS
Multicanal	TV a cabo	Antônio Dias Leite e Garantia Participação e Investimento
SKY	TV por assinatura via satélite	News Corp. (do empresário Rupert Murdoch), MCI e Televisa
Victori Comunicações	Comunicação de dados	Bradesco, Stet, Victori Internacional
Teletrim	Paging	Bradesco, Stet, Victori Internacional
TT2	Banda B da telefonia celular	Bradesco AT&T
Class	Lançamento e exploração de serviço de satélite	Victori, Matra
NEC	equipamentos de telecomunicações	NEC do Japão
Vicunha (Maxitel)	Banda B de telefonia celular	Vicunha, Bradesco e Stet

4. O Jornal do Brasil

Cabo Brasil	TV por assinatura	SBT e Bandeirantes
Globalstar do Brasil	Telefonia móvel via satélite	Loral e Dasa

5. A RBS

Sistema Net	TV por assinatura	Globo e Multicanal
Sky	TV por assinatura	Globo, News Corp., Televisa
BCP e BSE	Banda B de telefonia celular	Bell South, Safra, Oesp, Splice, Bell South, Latin America
CRT	Operadora de telecomunicações	Telefónica de Espanha
NutecNet	provedora de acesso à Internet	100% RBS

Fonte: Adaptado de Ferreira, W.; 9/1997.

Registre-se que dos cinco consórcios formados para a disputa da Banda B pelos grupos que aparecem no quadro acima, três obtiveram concessões: o BCP foi o ganhador para a área 1 (Grande São Paulo), o BSE para a área 10 (PI, CE, RN, PB, PE e AL) e o Vicunha foi o vencedor das áreas 4 (MG) e 9 (BA e SE) (cf. FSP, 4/4/1998 e Nepomuceno, C., 8/4/1998).

Registre-se também três outras “expansões” de grupos de *mass media* para a área de informática:

(a) os Diários Associados, através do Correio Braziliense e do Estado de Minas, recentemente se uniram a RBS e a Nutec Net, uma das principais provedoras em operação no Brasil, para oferecer serviços de acesso à Internet, consultoria técnica e cursos (cf. Correio Braziliense, 3/11/1996);

(b) em outubro de 1997 os jornais brasileiros veicularam anúncio dando conta da chegada do “SBT On Line - SOL, o provedor mais rápido da América Latina”, novo serviço oferecido pelo SBT, rede de TV aberta (Cf. Correio Braziliense, 5/10/1997); e

(c) a operadora de TV por assinatura TV Filme, associada ao Grupo Abril, está oferecendo desde dezembro de 1997 o serviço Link Express, anunciado como “o mais veloz e revolucionário sistema de acesso à Internet” (cf. Jornal de Brasília, 27/11/1997).

(4) monopólio em cruz

Trata-se da reprodução, em nível local e regional, dos oligopólios da “propriedade cruzada”, constituindo o que se chamou “monopólio em cruz ou tentacular ou metastático”. Verificou-se que em 19 (dezenove) estados da federação os *sistemas regionais de comunicações* são constituídos por duas “redes” principais: “(a) um canal de televisão, largamente majoritário, quase sempre integrante da Rede Globo; e (b) dois jornais diários, um dos quais - o de maior circulação - está sempre ligado a um canal de TV, e - quase sempre - ao canal de televisão afiliado a Rede Globo; e sempre, paralelamente, ligado a uma rede de emissoras de rádio, com canais AM e FM. Cada um desses jornais, em quase todas as capitais, reproduz as principais seções de O Globo e seu noticiário é alimentado, predominantemente, pelos serviços da Agência de Notícias Globo” (cf. Amaral, R. e Guimaraes, C., 1994; pp. 30 e 32).

O PADRÃO HISTÓRICO BRASILEIRO: FAMÍLIAS E POLÍTICOS

Ao lado da concentração da propriedade, duas outras características que tem historicamente identificado o *sistema brasileiro de comunicações*, não oferecem qualquer indicação de que poderão ser significativamente alteradas com as mudanças em curso no setor de *comunicações*. Trata-se da presença dominante de grupos familiares e a vinculação com as elites políticas locais e ou regionais.

1. Os Grupos Familiares

Há mais de 50 anos as Constituições brasileiras têm restringido a propriedade de empresas jornalísticas e de radiodifusão por parte de pessoas jurídicas, sociedades anônimas por ações e estrangeiros. Em graus diferentes essa restrição aparece nas Constituições de 1946 (artigo 160), de 1967 (Artigo 166), de 1969 (Artigo 174) e de 1988 (Artigo 222). O objetivo dos legisladores, a exemplo do que se faz em outros países, seria permitir a identificação plena dos proprietários e impedir o controle do setor pelo capital estrangeiro. Todavia, uma das consequências indesejáveis da norma - ao impedir a propriedade de pessoas jurídicas - tem sido o controle histórico do setor por pessoas físicas, vale dizer, por “empresas” familiares.

Como inexistente dispositivo legal que obrigue o detentor de concessões a manter o mesmo nome em suas empresas, é quase impossível a tarefa de identificar os verdadeiros grupos concessionários de emissoras de rádio e televisão. Por outro lado, os limites de propriedade estabelecidos pelo Código Brasileiro de Telecomunicações (de 1962, ainda em vigor no que se refere a radiodifusão) raramente são cumpridos. A lei reza que a mesma pessoa física não pode ter participação em mais de 10 emissoras de TV em todo o país, sendo 5 no máximo em VHF. A realidade, todavia, é bastante diferente. Vejamos:

Os principais grupos familiares do setor de *comunicações* no Brasil são: a *família Marinho (Globo)*, que participa como acionista em 17 emissoras de TV, das quais 15 são VHF, e 20 de rádio; a *família Sirotsky (RBS)*, que participa de 14, possui 13 concessões de VHF e é acionista de mais 1, além de 21 de rádio; a *família Saad (Bandeirantes)*, que tem 9 concessões em VHF e 21 de rádio; a *família Abravanel (SBT)*, que também tem 9 concessões de televisão; a *família Bloch (Manchete)*, que tem 5 concessões de TV e 6 de rádio. A *família Daou (TV Amazonas)*, que tem 5 concessões de TV e 4 de rádio; e a *família Câmara (TV Anhanguera)*, que tem 7 concessões de TV e 13 de rádio (Lobato, E., 1995).

2. As Elites Políticas

Embora a lei proíba o exercício da “função de diretor ou gerente de empresa concessionária de rádio ou televisão a quem esteja no gozo de imunidade parlamentar ou de foro especial” (Código Brasileiro de Telecomunicações, Parágrafo Único do Art. 38), várias estratégias têm sido utilizadas para burlar a norma legal. Além disso, na tradição política brasileira, a concessão de emissoras de rádio e televisão foi sempre usada como “moeda política” em troca de apoio para o grupo transitoriamente ocupante do Poder Executivo (cf. Motter, P. 1994). Expressões como “coronelismo eletrônico” ou “cartórios eletrônicos” têm sido frequentemente utilizadas para caracterizar a tentativa de políticos de exercer, através dos mídia, o controle contemporâneo sobre parte do eleitorado.

Levantamento divulgado em novembro de 1995, indicava que das 302 emissoras comerciais de TV existentes no país, 94 pertencem a políticos ou ex-políticos; das 2.908 emissoras de rádio, 1.169 pertencem a políticos ou ex-políticos; dos 594 parlamentares, 130 têm uma concessão de rádio ou TV ou uma combinação das duas; e dos 27 governadores, doze têm concessões de rádio ou TV (cf. Gois, 1/11/1995, p. 43). Mais recentemente, pesquisa minuciosa realizada por Costa e Brener (1997) revelou que das 1.848 estações repetidoras de televisão (RTVs) autorizadas durante o governo Fernando Henrique Cardoso, 268 foram entregues a empresas ou entidades controladas por políticos profissionais, beneficiando diretamente a 19 deputados federais e 11 estaduais, 6 senadores, 2 governadores, 7 prefeitos, 3 ex-governadores, 9 ex-deputados federais, 8 ex-prefeitos e 22 outros políticos sem mandato.

A CONSOLIDAÇÃO DO GRUPO HEGEMÔNICO

Os dados reunidos até aqui nos permitem concluir que, no Brasil, convivem lado a lado o padrão universal de concentração da propriedade e da emergência de novos *global players* com a velha estrutura da propriedade familiar e o renovado vínculo com as elites políticas locais e/ou regionais. Por outro lado, revela-se claramente o fortalecimento interno e externo e a consolidação hegemônica de um único grupo nacional no *sistema brasileiro de comunicações*: as Organizações Globo.

O grupo, que já era hegemônico antes mesmo do início das atuais transformações e operava nas áreas de televisão aberta (inclusive produção de programas), rádio, jornais, revistas, livros e discos, consolidou alianças internacionais para produção de equipamentos de telecomunicações (NEC Corporation), para exploração dos serviços de

telefonia celular (AT&T e Stet), TV a Cabo e TV por assinatura, via satélite (News Corporation e Time-Warner), satélites (Victori International) e para o lançamento do *Futura: Canal do Conhecimento*, um canal educativo de TV, via satélite, inteiramente financiado por grupos privados nacionais e transnacionais. As atividades das Organizações Globo, que detem o virtual monopólio do mercado de TV aberta (73% da verba publicitária) e de TV paga (70% dos assinantes), foram responsáveis por um faturamento de 6,8 bilhões de reais em 1997 - valor equivalente ao da FIAT Automóveis - e empregaram 24 mil funcionários e mais de 1.100 jornalistas (cf. Netz, C., 25/6/1996; Agência Estado, 11/3/1997; Amaral, G., 5/06/97 e Carvalho, M.C. e Lobato, E., 5/4/1998).

Declarações recentes de Roberto Irineu Marinho, vice-presidente das Organizações Globo, anunciam a reorientação empresarial do grupo em sintonia com os novos tempos. Diz ele: *“Estamos saindo de tudo que não é mídia, entretenimento e comunicações. Vendemos o Banco Roma e estamos concentrando nossos investimentos nessas três áreas. Ha alguns anos a filosofia era de que uma empresa de comunicações nunca deveria por todos os ovos na mesma cesta. Todos investiam um pouco em imobiliária, mercado financeiro e em fazendas para diluir o risco. A globalização mudou completamente nossa filosofia”* (Lobato, E.; 5/4/1998) (...) *“Estamos 100% interessados nas empresas do setor de telecomunicações. E este interesse não se restringe à EMBRATEL. Ao contrário, é muito mais amplo. Estamos estudando todos os negócios do setor”* (Franco, D.; 8/5/1998).

Outro indicador da nova orientação do investimento das Organizações Globo é o lançamento de um novo jornal no Rio de Janeiro - Extra - para concorrer com O Dia, e de uma nova revista semanal - Época - para concorrer com a Veja, da Editora Abril. Somente estes dois projetos implicam em investimentos de cerca de 200 milhões de dólares (Carvalho, M.C. e Lobato, E.; 5/4/1998).

NOVAS E VELHAS QUESTÕES

Como não é possível aprofundar aqui a discussão da presença, ativa e direta, dos *global players* e dos organismos internacionais na formulação da nova política de comunicações, verifica-se que o padrão universal do setor manifesta-se no Brasil sem, contudo, alterar significativamente a hegemonia de um único grupo nacional, a sobrevivente estrutura familiar e a histórica vinculação às elites políticas de nosso *sistema brasileiro de comunicações*. Desta forma, a avaliação crítica das tendências aqui apontadas deverá levar em conta as peculiaridades de nosso sistema nesses tempos de globalização, ser feita de diferentes perspectivas e com a utilização de critérios múltiplos.

Levanto a seguir alguns itens que, creio, deveriam constar da agenda de tal avaliação.

Do ponto de vista do usuário, no que se refere aos serviços ainda identificados como de *telecomunicações*, interessam sobretudo, a universalização e a qualidade dos serviços prestados e o valor das tarifas. Até que se complete o processo de privatização desses serviços (telefonia celular e fixa, em particular) não se poderá fazer uma avaliação definitiva.

As indicações disponíveis não são, todavia, animadoras. Recentemente, o Conselho Consultivo da ANATEL - Agência Nacional de Telecomunicações, aprovou a redução nas metas que constavam da primeira versão do Plano Geral de Metas de Universalização para instalação de telefones públicos para 2003 (de 10 para 8,1/por mil habitantes) e 2005 (de 10,5 para 9,6/por mil habitantes). Atende-se, assim, à pressão dos grupos interessados na compra da Telebrás e, mais uma vez, adia-se o atendimento da população (cf. Correio Braziliense, 29/4/1998; p. 1-16). É sabido que cerca de 17 milhões de pessoas ainda aguardam a oportunidade de ter um telefone fixo e, pelo menos, 4 milhões

aguardam um telefone celular. O Brasil tem um índice de apenas 11,1 linhas de telefone fixo para cada grupo de 100 habitantes, uma das médias mais baixas da América Latina (cf. Leopoldo, R.; 17/5/1998).

No que se refere às tarifas telefônicas as perspectivas também não são animadoras. O Presidente da ANATEL anunciou em depoimento na Comissão de Comunicação, Ciência e Tecnologia da Câmara dos Deputados, reduções diferentes das anteriormente divulgadas e que somente favorecem aos usuários de ligações internacionais (60% de redução até o ano de 2005). As ligações interurbanas e locais terão redução de 25% e 5%, e não de 23,3% e 13,2%. (cf. Pinto, P.S., 14/5/1998). Como se vê, as ligações locais, as mais utilizadas pelo conjunto da população, terão menor redução, favorecendo aos grandes usuários (empresas) e ao pequeno segmento que faz chamadas internacionais.

Já com relação aos usuários diretos dos serviços de *informática*, muito ainda teremos que caminhar para universalizar o acesso ao computador e a Internet. Há uma grande diversidade de dados disponíveis sobre essa área, mas em todos eles o percentual da população que se beneficia das novas tecnologias é, não só extremamente reduzido (menos de 2%) como ainda é composto por uma camada localizada no topo da pirâmide social. Alguns exemplos:

(a) Em dezembro de 1996, pesquisa conduzida pela página de busca Cadê e pelo IBOPE, concluiu que *“a tribo nacional que navega pela Internet está bem de vida - mais da metade ganha acima de 20 salários mínimos, 36% frequentaram uma universidade, a maior parte de seus membros, 62% fala inglês e apenas 12% dos navegantes são mulheres”* (Brito, M. F., 11/12/1996);

(b) Dois meses depois, em fevereiro de 1997, foram divulgados dados que indicavam simultaneamente a existência de 800 mil usuários (Embratel), 750 mil (Comitê Gestor da Internet do MCT) e 450 mil (Associação de Provedores de Acesso) (Brito, M. F., 26/2/1997);

(c) Mais recentemente a Folha de São Paulo divulgou os resultados de pesquisa conduzida pela DataFolha em junho de 1998. Apesar de o Brasil situar-se entre os 10 países do mundo com maior número de usuários, cerca de 2,122 milhões, eles ainda representam apenas 2% da população total maior de 16 anos. Além disso, os usuários estão concentrados na parcela da população com maior renda e escolaridade (cf. Toledo, J. R. e Ercilia, M.; 3/8/98).

Como se pode ver, a sociedade da informação (e até mesmo a informatizada) ainda é uma realidade muito distante para a grande maioria dos brasileiros.

Com relação aos assinantes dos canais de TV por assinatura, por exemplo, cabe questionar: o preço é razoável? a programação oferecida é diversificada, plural e de qualidade? quais os efeitos, na programação, da oligopolização do setor?

As respostas a essas e outras questões dependem de estudos e pesquisas que ainda não foram feitas. Como implicam na alocação de recursos significativos e, nem o Estado, nem as empresas privadas, revelam intenção de fazê-lo, não há perspectiva, a curto prazo, de que essas respostas serão dadas, com a seriedade necessária para que possam subsidiar as tarefas de regulação e de formulação de políticas públicas no setor.

Há ainda a necessidade fundamental de se distinguir, entre o interesse do usuário individual - representado por algumas das questões colocadas acima - e o interesse público coletivo.

O processo de privatização acelerado na área de *comunicações* suscita inúmeras questões, envolvendo os cenários futuros possíveis que se desenham para o país e, inclusive, riscos à soberania nacional, que deveriam ser amplamente debatidos. Para ficar apenas em exemplo recente, a total abertura ao capital estrangeiro da telefonia brasileira, posição que difere daquela dos principais países do mundo - EUA, por exemplo - provocou

estranheza até mesmo entre empresários, como o ex-presidente da Comissão de Valores Imobiliários, Roberto Teixeira da Costa (cf. Ferrari, L., 18/5/1998).

Ademais, ainda não estão definidas questões básicas como a criação dos fundos para o Desenvolvimento Tecnológico das Telecomunicações-FDTT (PL n. 3.939/1997) e de Universalização dos Serviços de Telecomunicações-FUST (PL n. 3.938/1997), cujos projetos tramitam no Congresso Nacional.

Além disso, questões como o compromisso com o desenvolvimento tecnológico autônomo por parte das novas concessionárias de telefonia, as garantias para a existência de um mercado competitivo e o papel regulador do Estado deveriam ser colocadas, debatidas e respondidas levando em conta o interesse público.

Quais as implicações que a propriedade e o controle oligopolísticos do setor de *comunicações* - na sua dupla lógica econômica e simbólica - e a hegemonia de um único grupo empresarial acarretam para a consolidação democrática no Brasil ?

De um lado, é sabido a crescente relação existente entre informação e conhecimento, e o papel chave que este último desempenha como fator de poder nas sociedades contemporâneas. Tanto isso é verdade que o controle da informação - sua *storage*, sua disponibilidade e seu acesso - constituem hoje questões estratégicas tanto para empresas quanto para nações.

Por outro lado, é também sabido o poder de longo prazo que os mídia têm na *construção da realidade* através da representação que fazem dos diferentes aspectos da vida humana. A maioria das sociedades contemporâneas podem ser consideradas como centradas nos mídia (*media centered*), vale dizer, sociedades que dependem dos mídia - mais do que da família, da escola, das igrejas, dos sindicatos, dos partidos etc. - para a construção do conhecimento público que possibilita, a cada um de seus membros, a tomada cotidiana de decisões. É por isso que não se pode reduzir a importância das *comunicações* apenas à transmissão de informações, como muitas vezes se faz. Elas não são canais neutros. Ao contrário, são construtoras de significação⁸. E é também por isso que a concentração da propriedade e do controle das *comunicações* é uma questão que ultrapassa, em muito, a dimensão econômica.

Solicitado, em entrevista concedida à Revista Imprensa (n.128, p.36), a deixar registrado algo que julgasse importante, o jornalista Paulo Henrique Amorim, atual âncora do Jornal da Bandeirantes afirmou: “*estou muito preocupado com a concentração da indústria de telecomunicações; (...) existe uma combinação da empresa de televisão com a empresa de rádio, a empresa de cinema, a empresa de telefone e a empresa de jornal, todas formando um único grupo; (...) hoje não há uma lei que impeça uma mesma empresa de deter, na mesma praça, televisão paga, televisão aberta, telefonia aberta e celular, em suma, a concentração de toda a comunicação e da informação. (...) Aqui a legislação está cada vez mais permissiva. Você pensa que existem 800 órgãos de imprensa e, na verdade, são um ou dois empregadores. Essa é uma ameaça mundial, e se não tivermos uma sociedade bem organizada, capaz de adotar sanções políticas, corremos o risco de permitir uma concentração que se torne uma ameaça à liberdade de expressão.*”

Em resumo feliz, Herman e McChesney (1997, p.31) afirmaram recentemente que “*the paradox of the current era is that formal democracy extends to more of the globe’s inhabitants than ever before, yet there is a pervasive sense of political powerlessness across most of these democratic nations. The decline in the power and leverage enjoyed by labor and nation states to act against the interests of TNCs and the global market goes a long way explaining this paradox.*”

⁸ Tratei dessas questões em Lima (1998) e Lima (1998a).

São profundas as transformações de nosso tempo, em particular no setor de *comunicações*. Assistimos à introdução do novo e à mudança e sobrevivência do velho. As questões são muitas, são complexas e são fundamentais. Uma maneira de contribuir para eliminar o “paradoxo contemporâneo” da experiência democrática acompanhada do sentimento de impotência, certamente seria incluir essas questões na agenda pública do país neste final de século.

Brasília, agosto de 1998.

REFERÊNCIAS

- AGÊNCIA ESTADO, R.J. (11/03/1997). "No Rio Ted Turner lança canal privado dirigido à educação", *O Tempo*, p. 1-6.
- AMARAL, G. (5/06/1997) "Marinho mostra as Organizações Globo", *Correio Braziliense*, p. 2-7.
- AMARAL, R. e GUIMARÃES, C. (1994) "Media Monopoly in Brazil", *Journal of Communications*, vol. 44, nº 4, Autumn, pp. 26-40.
- BAGDIKIAN, B. H. (1992). *The Media Monopoly*. Boston: Beacon Press; 4th edition, p. 243.
- BRITO, M. F. (26/2/1997). "Números na Internet: pouca certeza e muita confusão". *Veja*, Ed. 1484, Ano 30, n. 8, Hipertexto, p. 17.
- BRITO, M. F. (11/12/1992). "Brasil Virtual". *Veja*, Ed. 1474, Ano 29, n. 50, p. 102.
- CARVALHO, M. C. e LOBATO, E. (5/4/1998). "Globo Lança Jornal e prepara ataque a *Veja*". *Folha de São Paulo*, p. 2-11.
- CASTRO, D. (1/2/1998). "Emissoras de TV se associam a grupos internacionais". *Folha de São Paulo*, TVFolha; p.9.
- CORREIO BRAZILIENSE (22/5/1998). "Um negócio de US\$ 10,6 Bilhões"; p.1-19.
- CORREIO BRAZILIENSE (29/4/1998). "Anatel muda metas para telefonia", p.1-16.
- CORREIO BRAZILIENSE (5/10/1997). "Agora v. não precisa mais testar a sua paciência para acessar a Internet. Chegou o SBT ON LINE", p. 1-14.
- CORREIO BRAZILIENSE (3/11/1996). "Internautas Ganham Novo Serviço", p.1-28.
- COSTA, S. e BRENER, J. (1997). "Coronelismo eletrônico: o governo Fernando Henrique e o novo capítulo de uma velha história". *Comunicação & política*, vol IV, n. 2, NS, maio-agosto, pp. 29-53.
- FERRARI, L. (18/5/1998). "Abertura à participação externa divide mercado"; *Gazeta Mercantil*, B-4.
- FERREIRA, W. (9/1997). "Os Casamentos dos Magnatas". *Revista Imprensa*, Ano XI, n. 120, pp. 22-27.
- FIGUEIREDO, L. (18/10/1997). "Motta atenua concorrência em TV paga", *Folha de São Paulo*, 2-1.
- FOLHA DE SÃO PAULO (4/8/1998). "Consórcio Maxitel leva a Banda B em Minas"; p. 2-6.
- FRANCO, D. (8/5/1998). "Globo Concentra Investimentos". *Jornal do Brasil*, p.1-12.
- GOIS, A. (1/11/1995). "Rede Política de Televisão", *Veja*, Edição 1416, Ano 28, nº 44, p.43.
- HERMAN, E. S. e McCHESNEY, R. W. (1997). *The Global Media*. London: Cassel.
- JORNAL DO BRASIL (12/5/1998). "As maiores e mais recentes fusões", p. 1-18.
- JORNAL DE BRASÍLIA (27/11/1997). "TV Filme lança super provedor de acesso", p. 1-17.
- LEOPOLDO, R. (17/5/1998). "Sonhos no Fim da Linha". *Correio Braziliense*, p.1-18.

- LIMA, V. A. de (1998). "Os Mídia e a Política" in Rua, M. das G. e Carvalho, I., orgs., *O Estudo da Política: Tópicos Seleccionados*. Brasília: Paralelo 15; pp. 209-230.
- LIMA, V.A. de (1998a). "Os mídia e a Representação da Política" in Almeida, J. e Cancelli, V., orgs., *Estratégia-A Luta Política Além do Horizonte Visível*. São Paulo: PT/Fundação Perseu Abramo; pp. 105-112.
- LIMA, V.A. de (1997). "Comunicações, Política e Democracia" in M.F. de Castro e A.A. C. Trindade, orgs., *Sociedade Democrática no Final do Século*. Brasília: Paralelo 15, pp. 127-153.
- LOBATO, E. (23/5/1998). "Crise leva TV paga a perder assinantes". *Folha de São Paulo*, p. 2-5.
- LOBATO, E. (5/4/1998). "Globo se concentra em mídia e diversão". *Folha de São Paulo*, p. 2-11.
- LOBATO, E., (21/09/1997). "Globo e Abril pressionam por monopólio", *Folha de São Paulo*, p. 1-14.
- LOBATO, E., (15/09/1996). "Globo refaz parcerias na TV por cabo", *Folha de São Paulo*, Dinheiro, p. 2-15.
- LOBATO, E. (12/09/1996). "Norma freia expansão da TV paga da Globo", *Folha de São Paulo*, Internet <fsp/dinheiro/fi120920.htm>.
- LOBATO, E. (9/04/1995). "Globo monopoliza setor de TV a cabo", *Folha de São Paulo*, pp. 1-1 e 1-16.
- LOBATO, E. (1995). "Raio X das Telecomunicações: oito grupos dominam as TVs no Brasil", *Comunicação e Educação*, Ano I, nº 3, maio/agosto, pp. 36-42.
- McCHESNEY, R. W. (1998). "The Political Economy of Global Communication", in R. W. McChesney et alii, eds., *Capitalism and the Information Age*; N.Y.: Monthly Review Press; p. 1-26.
- MOTTER, P. (1994). "O uso político das concessões das emissoras de rádio e televisão no governo Sarney", *Comunicação&política*, vol. 1, n.º 1, NS, agosto/novembro, pp. 89-115.
- NEPOMUCENO, C. (8/4/1998). "Receita da Banda B supera R\$ 8 bilhões"; *Folha de São Paulo*, p. 2-1 (capa de caderno).
- NETZ, C. (25/09/1996). "A Globo plim-plim por plim-plim", *Exame*, pp. 40-43.
- NUZZI, E. de F. (11/1995). "Controle e Manipulação da Mídia (no Brasil e no Mundo)". *Documentos ABECOM*, Ano 2, n. 4.
- ORTIZ, R. et alii (1989). *Telenovela-História e Produção*; São Paulo: Brasiliense.
- PINTO, P. S. (14/5/1998). "Alô! A tarifa vai baixar". *Correio Braziliense*, p. 1-18.
- REVISTA IMPRENSA (5/1998). "Entrevista: Paulo Henrique Amorim"; Ano XI, n. 128, pp. 31-36.
- THE ECONOMIST (1/8/1998) "Telecoms - So the elephants danced"; vol. 348, n. 8079; pp.20-22.
- TOLEDO, J.R. e ERCILA, M. (3/8/98). "Internet Movimenta R\$ 2 bilhões", *Folha de São Paulo*, p.3-1

Legislação citada

Código Brasileiro de Telecomunicações (Lei 4.117/1962)
Constituição, República Federativa do Brasil (1946, 1967, 1969, 1988)

Decreto 2.591 de 15/5/1998
Emenda Constitucional n.º 8/1996
Lei do Cabo (Lei 8.977/1995)
Lei Geral de Telecomunicações (Lei 9.472/1997)
Lei Mínima (Lei 9.295/1996)
Norma Complementar do Serviço de TV a Cabo (n.º 13/96 de 10/09/1996)
PEC n. 455/1997 (Dep. Aloysio Nunes Ferreira, PSD-SP)
Projeto de Lei n. 3.938/1997 (FUST)
Projeto de Lei n. 3.939/1997 (FDTT)
Telecommunications Act (Lei Pública n. 104-104, 110 Estatuto 56 dos EUA)

Revistas e Jornais

Exame

Veja

Correio Braziliense (DF)

Folha de São Paulo (SP)

Jornal do Brasil (RJ)

Jornal de Brasília (DF)

Gazeta Mercantil (SP)

O Tempo (MG)

Revista Imprensa

The Economist

<sinergia>lasa.14/8/98