

Entrevista

O mundo das comunicações. entrevista com Murilo César Ramos*

Luiz Signates**

Vivemos uma época de perplexidades. Na chamada sociedade da comunicação, muito se fala e pouco se entende. Temas às vezes considerados prioritários por alguns teóricos, como a globalização, afiguram-se meras ideologias, para outros. Além disso, os cenários se alteram vertiginosamente, sem que haja clareza suficiente sobre o que representa o novo e o que apenas se repete, em outra roupagem. No âmbito institucional das comunicações, megafusões e privatizações confrontam-se com o avanço aparente da interatividade e o surgimento de esferas públicas redimensionadas, recompondo as fronteiras tradicionais entre o público e o privado, e instaurando novas e desconhecidas sociabilidades e formas de dominação. A tarefa do conhecimento, então, torna-se árdua, pois os conceitos e as apropriações teóricas não raro aparentam fichas de um jogo de apostas. Os referenciais quase se perdem.

* Entrevista feita pela Internet, entre os dias 29 de janeiro e 13 de fevereiro de 1998.

** Jornalista, mestre em Políticas Públicas pela Universidade de Brasília, doutorando pela Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo e professor da Universidade Federal de Goiás.

É de dentro desse contexto que fala o professor Murilo Ramos, um dos principais especialistas nas políticas públicas de comunicação do Brasil. E, ao contrário de uma parte significativa dos estudiosos da área, ele não conversa como quem vive o espaço da por vezes isolado da academia, mas como quem acompanha o dia-a-dia nervoso das negociações e das surpresas das alterações vertiginosas nas comunicações no país. Nesta entrevista, procuramos junto dele não a exposição ou o aprofundamento de um tema específico, e sim efetuar um passeio sobre vários aspectos dessa complexa temática. Seguro e bem informado, Murilo Ramos expressa opiniões que, no mínimo, constituem motes interessantes para excelentes debates.

Apresentação do entrevistado

Murilo César Ramos é, desde 1982, professor da Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília, na área de Comunicações, Novas Tecnologias e Políticas Públicas. Jornalista, formado em 1972 pela Universidade Federal do Paraná, obteve os títulos de Mestre e Ph.D. em Comunicação na University of Missouri – Columbia, EUA, em 1979 e 1982, respectivamente. Em 1994, concluiu o pós-doutoramento na Faculdade de Engenharia Elétrica da Universidade Estadual de Campinas – Unicamp, cumprindo um programa de pesquisa multidisciplinar, na área de Comunicações, Novas Tecnologias e Políticas Públicas. Atualmente, é um dos principais entendidos nessa área no Brasil, tendo publicado inúmeros artigos em periódicos nacionais e estrangeiros. Sócio-diretor da ECCO/OCS - Consultores Associados, empresa especializada em comunicações, regulamentação e políticas públicas, tem prestado consultoria para organizações como Grupo Algar, Net Brasil, Ceterp/Ribeirão Preto, Diários Associados, entre outras. Suas publicações mais recentes, em forma de livro, são *Intrigas da Corte – O jornalismo político das colunas sociais* (1994) e *Às margens da estrada do futuro – comunicações, política e tecnologia* (no prelo). E-mail: eccoec@zaz.com.br.

C&I: *Qual o valor do conceito de globalização? Trata-se de um conceito ou uma ideologia (no sentido negativo) do neoliberalismo?*

Murilo Ramos: Globalização é um conceito que descreve um processo histórico multifacetado e não uma invenção ideológi-

ca do neoliberalismo. O problema é que o termo foi massificado pela mídia e indevidamente apropriado pelos liberais – ou neoliberais – para ilustrar um suposto triunfo do capitalismo sobre o socialismo, limitando o conceito a características meramente econômico-financeiras. E, como reação direta, os intelectuais de esquerda, principalmente os de origem marxista-leninista, passaram a, pejorativamente, utilizar o termo como sinônimo de neoliberalismo, estimulando o equívoco.

É evidente a importância contemporânea de questões econômicas como a desterritorialização da produção, o desemprego estrutural, as novas características do consumo, a pressão liberalizante sobre os mercados e a agilidade do capital financeiro. Mas, na verdade, o processo de globalização é de uma amplitude muito maior, atingindo outras dimensões fundamentais como a política – vide a reestruturação do Estado Nacional e a intensificação dos blocos regionais –, a cultura, o meio ambiente.

O fortalecimento da consciência ecológica, por exemplo, incorpora de maneira muito clara a noção de globalização, pois tem gerado a percepção de que, independentemente das fronteiras geográficas, as atitudes individuais podem ter conseqüências globais. O monóxido de carbono liberado por uma queimada na Amazônia assim como o expelido pelos automóveis de Los Angeles contribui da mesma forma para a concentração de gases pesados na atmosfera da Terra, impedindo a saída dos raios solares e causando o superaquecimento do planeta. Então a perspectiva do local, do regional, do nacional, passa a ser ampliada para proporções globais.

Outra dimensão fundamental da globalização, agora enfocando o nosso objeto específico de estudo e trabalho, são as comunicações que, com seus avanços tecnológicos – destaque aqui a importância da digitalização da informação, que possibilitou a convergência entre as telecomunicações, informática e os meios de comunicação de massa, bem como o surgimento da Internet como a grande nova mídia deste final de milênio –, agilizaram de forma sem precedentes o fluxo mundial da informação, diminuindo as distâncias e acelerando o tempo. Passaram a influir decisivamente no cotidiano de indivíduos, empresas e governos.

Portanto, a compreensão do conceito de globalização, não como ideologia e sim como processo, é absolutamente central para percebermos a complexidade e o dinamismo da realidade em que vivemos.

C&I: *Você criou a diferença conceitual entre comunicação, comunicações e comunicação social. O que significam tais termos, para os estudos de comunicação no Brasil? Teria havido uma alteração ou uma pluralização do nosso objeto de pesquisa, graças aos avanços tecnológicos?*

MR: Sentindo a necessidade de identificar as recentes transformações tecnológicas e de distinguir as novas possibilidades delas decorrentes, passei a empregar – e desconheço se alguém já o utilizava – o termo comunicações, no plural, para caracterizar a convergência entre as telecomunicações, no sentido de infra-estrutura, a informática, tanto os *hardware* quanto os *software*, e os meios de comunicação de massa, aí mais especificamente a TV. A partir de então, tento, conceitualmente, diferenciar os termos comunicação, mais amplo, referente à possibilidade do contato verbal ou escrito entre os seres humanos; comunicação social, referente especificamente às mídias, sejam impressas ou eletrônicas; e telecomunicações, usualmente identificadas com a telefonia e a transmissão de dados.

Sem dúvida, os avanços tecnológicos e suas aplicações ampliaram as perspectivas dos estudos da comunicação, já que, além de possibilitar o surgimento de novos meios e serviços, potencializaram o alcance e a velocidade dos já existentes. As TVs por assinatura, em suas várias modalidades – seja TV a cabo, microondas (MMDS) ou satélite (DBS, analógico, ou DTH, digital) –, e sobretudo a Internet, mostram a necessidade de uma diversificação de nosso objeto de estudo, pois têm efeitos imediatos nos hábitos tanto do público quanto do produtor da informação, causando impactos não só no conteúdo, mas na forma, a partir de novos conceitos estéticos.

C&I: *A TV por assinatura no Brasil é um fenômeno relativamente tardio, se comparado aos Estados Unidos. Aqui, o surgimento desse tipo de televisão se dá num ambiente de consolidada hegemonia das TVs abertas. A TV por assinatura ameaça, de algum modo, as TVs abertas?*

MR: A TV por assinatura surgiu de forma tardia no Brasil, por uma série de problemas políticos, legais e de mercado, que se estenderam à sua implementação. E, uma das consequências

desses problemas foi a limitação, durante quase sete anos – da outorga das primeiras concessões, em 1991, até a abertura dos editais para novas licenças, no fim do ano passado – do mercado para a entrada de novos competidores. Assim, o mercado brasileiro conta hoje com cerca de apenas 80 operações, em pouco mais de 60 cidades, estando extremamente concentrado entre o Sistema Net (Organizações Globo), que hoje detém 70% dos assinantes e a TVA, do Grupo Abril, com 25%, mais 5% de independentes.

Além desse virtual duopólio e do número muito pequeno de operações, a TV por assinatura surge, naturalmente, elitizada, já que o preço de instalação da infra-estrutura e de operação dos serviços são elevados e as empresas buscam um rápido retorno em seus investimentos, tornando alto o valor da assinatura, limitando às classes A e B seu acesso.

Por esta limitação, a TV por assinatura parece não ter conseguido ainda ameaçar as TVs abertas, apesar de já ter gerado efeitos claros na programação das grandes redes. A recente discussão sobre a queda da qualidade dos programas e sobre a popularização do conteúdo, parece-me, deve passar pelo surgimento das TVs pagas, pois os consumidores mais exigentes agora têm acesso também a uma programação diferenciada, criando novos hábitos de audiência e abandonando, de forma crescente, as redes tradicionais. A TV aberta, por isso, precisa ampliar sua fidelização junto ao grande público e tem apelado para uma programação cada vez mais recheada de erotismo e violência.

Entretanto, já existe a perspectiva hoje, com a abertura dos editais de TV por assinatura – tanto de TV a cabo quanto de MMDS, para mais de 200 localidades –, da entrada de outros competidores, o que deve baixar o preço das assinaturas e ampliar o alcance do serviço às classes C e D. Dentro desse novo cenário, as TVs abertas, a médio e longo prazo, deverão, sim, perder boa parte de sua hegemonia e, para resistir economicamente, passar a dedicar-se a novos serviços, como, por exemplo, comunicação de dados, além de ofertar múltiplos canais com programações diferenciadas e/ou alternadas. Isto, porém, somente virá com a sua digitalização.

C&I: *Relativamente ao problema da violência e do erotismo nas programações das TVs abertas (que você menciona*

como reação apelativa às TVs por assinatura), de que forma você encara os processos de controle, os quais, inclusive, estão em discussão no Congresso?

MR: violência e erotismo sempre fizeram parte das programações de televisão, como antes ocorria no cinema, e seu controle constitui-se em uma das questões mais difíceis de se equacionar, no que toca às regulamentações, seja no âmbito do Poder Executivo, do Poder Legislativo e mesmo do Judiciário.

Vivemos hoje, no Brasil, um período de agudização dessas questões, diante de disputas frenéticas por índices de audiência que têm travado as duas principais redes: Globo e SBT. Tais disputas, principalmente, mas não exclusivamente, nas tardes de domingo, levaram aquelas redes a momentos indiscutíveis de mau gosto e apelação estética, explorando o sexo, a violência, o escatológico, expondo pessoas e até artistas ao ridículo. Isto fez com que parlamentares de diversas matizes político-ideológicas elaborassem e apresentassem projetos de lei, buscando coibir o que lhe parece abusos cometidos pelas redes de televisão. Assim, temos propostas, por exemplo, de controle individual de acesso à programação, por meio de um dispositivo eletrônico, chamado V-chip, ora em adoção nos Estados Unidos, como também propostas como a que dispõe sobre a proibição de cenas de sexo e violência na TV, o que, convenhamos, traz limites muito difíceis de se estabelecer, podendo levar à censura pura e simples.

De qualquer modo, apenas o fato de estarem essas questões sendo debatidas, inclusive na própria mídia, é um sinal positivo. O que é fundamental acontecer agora é o estabelecimento de um debate amplo e racional sobre tais questões, no contexto da discussão mais ampla da nova lei geral da comunicação eletrônica de massa que o Executivo quer enviar ao Congresso Nacional até o próximo mês de maio. E, para esse debate, é fundamental que a sociedade seja capaz de se apresentar organizada, por meio de suas diversas instituições e entidades, entre as quais destaco o Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação, o FNDC.

C&I: *Quais as principais mudanças, no seu entender, ocorreram com a mudança da legislação das comunicações nos Estados Unidos?*

MR: A reestruturação legal do setor de comunicações nos Estados Unidos causou, antes de tudo, um forte impacto político, já que modificou uma legislação vigente há 62 anos (1934 a 1996), o que exige, por si só, um grande esforço de assimilação por parte do mercado, tanto doméstico quanto internacional, e dos consumidores.

Girando em torno do conceito de concorrência, esta nova legislação reconhece a força das novas tecnologias sobre o setor e a possibilidade de convergência entre a infra-estrutura, característica das telecomunicações, e o conteúdo, produzido pelos meios de comunicação.

Assim, liberalizou de forma radical o mercado, permitindo que as várias empresas, sejam de telefonia local e regional, de serviços de longa distância ou de TV a cabo, passassem a concorrer umas com as outras em seus respectivos nichos de mercado, criando a perspectiva imediata de uma série de fusões entre companhias de diferentes tipos, e possibilitando uma transferência de *know-how* que as tornassem cada vez aptas à prestação de novos serviços e, por isso, mais competitivas neste cenário de ampla concorrência.

Curiosamente, o que se viu, no primeiro momento, foi a união de grupos que prestavam o mesmo tipo de serviço, como as fusões entre a Pacific Telesis e a South Western Bell e a entre a Nynex e a Bell Atlantic, todas companhias de telefonia regional.

Entretanto, há cerca de um semestre, com o interesse da Microsoft por companhias de TV a cabo como a Comcast (quarta companhia de TV a cabo norte-americana), na qual investirá cerca de US\$ 1 bilhão nos próximos anos, e a TCI (primeira do ranking), na busca de padrões de utilização de suas redes para serviços interativos, o mercado parece ter se rendido, de fato, à convergência tecnológica.

Estas transformações estão tendo um grande impacto político e econômico, influenciando uma reestruturação em cadeia nos sistemas de comunicações de quase todo o mundo, tanto regulatórios quanto mercadológicos, já que os Estados Unidos ainda continuam ditando padrões técnicos e econômicos para este setor, cada vez mais importante dentro de um cenário de globalização.

C&I: *Como analisa você as políticas governamentais de comunicações, no Brasil de FHC e Sérgio Motta? Há quem fale de avanços, há quem se refira a atrasos, e há quem acuse o*

governo de estagnação, de estar simplesmente administrando o processo de mundialização da economia...

MR: A grande marca das políticas governamentais do setor desde o início da gestão de Fernando Henrique é a personificação e centralização de todas as decisões em torno do ministro Sérgio Motta. Sem ele nada é resolvido, nada é discutido, nada é divulgado. E isso vale tanto para questões macro como a quebra do monopólio das telecomunicações ou o modelo de privatização do Sistema Telebrás, quanto para assuntos aparentemente corriqueiros como a publicação de normas técnicas para algum serviço secundário.

Isto, aliado ao temperamento explosivo e às vezes inconsequente do ministro, gera, sem dúvida, uma série de problemas, pois boa parte de seu tempo é dedicada à política partidária e eleitoral. Atrasos nos prazos por ele mesmo estipulados – vide Banda B da telefonia celular – e flutuações bruscas no valor das ações do Sistema Telebrás são, por exemplo, ocorrências que têm minado a credibilidade das políticas do governo diante do mercado interno e internacional.

Alguns avanços, porém, devem ser registrados. O principal deles é a instituição, embora ainda precária, da Agência Nacional de Telecomunicações – Anatel –, como órgão regulador para o setor. Um órgão nos moldes em que esta Agência foi criada, com autonomia política, ainda a ser verificada, e independência, sobretudo financeira, é de extrema importância para o mercado, mas, também, para a sociedade. Dentro de sua estrutura, prevê a criação de um Conselho Consultivo, com representantes de entidades da sociedade civil que, mesmo não tendo poder de decisão, ajudarão na formulação de suas diretrizes e políticas gerais. Deverá ser constituída também uma Ouvidoria, com a função de intermediar a relação consumidor–empresas e uma Biblioteca, onde serão disponibilizados ao público os documentos e atas das reuniões do Conselho Diretor, seu órgão decisor.

Outro avanço, se realmente for concretizado, será a elaboração da, por enquanto denominada, Lei de Comunicação de Massa, que substituirá, para a radiodifusão, o antigo Código Brasileiro de Telecomunicações, de 1962, e dará uma maior organicidade à legislação de TV por assinatura, composta por uma lei – a Lei de TV a Cabo – e uma série de portarias do Ministério das Comunicações que regulamenta o MMDS e o DTH.

Mas, a verdade é que o setor das comunicações nunca foi tão sensível, pois nunca movimentou tanto dinheiro. A dúvida, por isso, é se os avanços alcançados foram por êxito das políticas governamentais ou pela força inercial do próprio setor.

C&I: *O problema dos conglomerados. Até que ponto as situações de monopólio e oligopólio, representadas pelas megafusões de empresas no mundo, representam riscos?*

MR: O que estamos assistindo é um movimento pelo qual as maiores empresas mundiais do setor de comunicações têm se fundido, ou pelo menos, se aliado. Fusões como a da Time-Warner, já o maior grupo de mídia do mundo, com a Turner Broadcasting System, proprietária, entre outras, da emissora de notícias CNN, ou associações como a Global One, entre a Sprint, terceira maior operadora de telefonia de longa distância dos EUA, a France Télécom e a Deutsche Telekom, as duas maiores provedoras de telecomunicações da Europa, têm provocado desconfiância e criado a perspectiva, sombria, do domínio, por poucas empresas, tanto do conteúdo informativo e de entretenimento quanto da infra-estrutura de transmissão dessas informações. Já são vários os autores que especulam sobre um futuro, não muito distante, no qual cinco ou seis grandes empresas dominariam as comunicações mundiais.

Assim, não deixa de ser justificável o alarmismo que cerca esse cenário, ainda que por vezes um tanto apocalíptico demais. Se é verdade que está havendo uma grande concentração de propriedade do setor, é importante tentar identificar os limites desse movimento, admitida como premissa, no capitalismo, a sua inevitabilidade. A dependência das empresas em relação ao capital financeiro corrente no mercado de ações, por exemplo, pode impedir, por uma série de fatores como as flutuações de câmbio, o acesso ilimitado a novos mercados. A recente crise no Sudeste da Ásia, na qual houve uma desvalorização considerável das moedas asiáticas, deixou o dinheiro mais caro, limitando o poder de fogo de várias grandes empresas. A recente retração da AT&T no mercado brasileiro ilustra, acredito, essa tendência.

Outro fator importante é um esforço considerável por parte dos governos em impedir a formação de grandes cartéis, fiscalizando de forma mais rígida seus mercados, a partir da criação e fortalecimento dos chamados órgãos reguladores. Estes ór-

gãos têm como função primordial defender o consumidor do abuso do poder econômico, o que pode, em princípio – e é claro que isto depende do grau de atuação e de autonomia desses órgãos ao implementar políticas antimonopolísticas – amenizar os efeitos nocivos da formação de monopólios e oligopólios.

C&I: *E, por fim, três perguntas prospectivas. Primeira: A Globo continuará, no século 21, a ser a grande figura da comunicação social brasileira?*

MR: A Rede Globo de Televisão, não. As Organizações Globo, muito provavelmente. O que tem ocorrido, de fato, é uma necessidade de reposicionamento das empresas de comunicações diante de um novo cenário mais competitivo e a perspectiva da oferta de novos serviços, que levam em consideração uma moderna infra-estrutura de redes e a conversão dos sinais analógicos em digitais.

As Organizações Globo têm passado, já há algum tempo, por grandes ajustes, graças à idade avançada de Roberto Marinho, que impossibilitado de continuar dirigindo pessoalmente os negócios, passou o comando para seus três filhos. E, apesar de continuarem valendo-se dos esquemas tradicionais de poder político, têm modernizado seu esquema de gestão, aproximando-se de grandes grupos nacionais e internacionais, buscando parcerias que possibilitem avanços internos e incursões no mercado externo. Isto ficou claro quando se associou com a Televisa, maior grupo mexicano de comunicação, com o mega-empresário de mídia Rupert Murdoch, da News Corp., e com a TCI, maior empresa de TV a cabo dos Estados Unidos, para a exploração do DTH (TV direta por satélite digital) em toda América Latina, a partir do consórcio Sky.

Vale lembrar que as Organizações Globo são donas do Sistema NetBrasil e de sua programadora, a Globosat, e já projetam a oferta de provimento de acesso à Internet via rede de TV a cabo. Certamente, existe também a intenção de se participar da privatização do Sistema Telebrás, fechando um círculo completo.

Mas é importante levar em consideração que a concorrência interna, apesar desse quadro de aparente domínio das Organizações Globo, deve acirrar-se. Tanto o mercado de telecomunicações, incluindo a TV por assinatura, que já está aberto, com limites, ao capital estrangeiro, quanto os meios de comunica-

ção de massa tradicionais – aqui cabe lembrar que corre pelo Congresso Nacional uma emenda que modifica o art. 222 da Constituição Federal, permitindo que o capital estrangeiro passe a investir em radiodifusão e na imprensa escrita – estarão sujeitos a uma competição, que, se bem fiscalizada, pode ser interessante, equilibrando a hegemonia “global”. E, a possibilidade de associação com o capital externo deve, também, levar a uma reestruturação dos demais grupos nacionais e locais de mídia, na maioria ainda muito provincianos, que buscarão parcerias capazes de modernizá-los e equipá-los para esta nova realidade de mercado.

C&I: *Segunda questão: Comunicação e democracia – quais as saídas?*

MR: Vivemos hoje a hegemonia indiscutível das democracias representativas liberais, em sistemas econômicos capitalistas. São as democracias de mercado, que deslocaram nesta segunda metade do século, talvez para sempre, as tentativas, no socialismo real, de democracias sustentadas por aparelhos estatal-partidários. A grande questão, pois, que se coloca, é como acreditar na hipótese de o mercado, cujo mecanismo mais fundamental de desenvolvimento e sustentação é o egoísmo, gerar democracias efetivas, à altura dos ideais iluministas de igualdade, liberdade e solidariedade. Eu, pessoalmente, não acredito. Portanto, não nos resta outra saída do que a de continuar tentando, acreditando na capacidade infinita do homem de aperfeiçoar-se e de aperfeiçoar as suas instituições. Assim, categorias como esfera pública, cidadania, participação continuam a merecer estudos e reflexões profundas, de modo que sejam cada vez mais incorporadas aos processos políticos e às instituições. E, naturalmente, a comunicação, na forma de suas instituições, constitui-se hoje, em desafio fundamental para a existência de democracias efetivamente públicas, participativas, em que todos possam ser efetivamente sujeitos-cidadãos. Só que, enfatizo, ao contrário do que muitos chegamos a pensar um dia, democratização da comunicação é efeito e não causa da democracia.

C&I: *O que recomendaria ao estudante de comunicação, tendo em vista os novos delineamentos das comunicações e da comunicação social, na atualidade?*

MR: O estudante que hoje está na universidade, buscando uma carreira em comunicação, deve olhar do modo mais crítico possível para o modo como nós ainda os estamos formando – disciplinarmente, por profissões: jornalismo, radialismo, publicidade, relações públicas, e assim por diante. Esse modo pertence a uma tradição, primeiro, corporativa, criticável em si mesma. Em segundo lugar, essa formação disciplinar, segmentada, não se enquadra de forma alguma no cenário convergente, aqui chamado de comunicações. O futuro profissional tem que ser, ele também, “multimídia”. Por exemplo: um jornal na Internet, editado com recursos de áudio e vídeo, é o quê? jornal, rádio ou televisão? Os novos meios eletrônicos, que vão se tornar cada vez mais importantes, estão a exigir de nós um repensar acadêmico e curricular difícil de ser aceito por aqueles formados da maneira convencional. Assim, só a pressão dos alunos poderá nos levar às reformulações que ajustem os cursos de Comunicação aos novos desafios trazidos pela digitalização e pela convergência.

Abstract

PhD by University of Missouri, Columbia (USA), professor Murilo Ramos (UnB) speaks about globalization, changes in communication universe, technological progress, programming offered by the large cable TV networks, ordinary channels, enlargement of democratic progress in contemporary societies, electronic media laws.

Key words: globalization; progress technological; cable TV; channels; democratic communication.