Revista

INSTITUTO TELECOM

Ano 2 Nº 3 setembro / outubro / novembro 2011

UNIVERSALIZAÇÃO: PGMU III CONTRARIA AS EXPECTATIVAS DA SOCIEDADE

Nova lei
muda a TV por assinatura

Caio Bonilha
fala do papel da Telebrás

Índice

Editorial	Pag. 3
Entrevista Caio Bonilha	Pag. 4 e 5
Especial PGMU III	Pag. 6 e 7
Opinião ProTeste	Pag. 8
Opinião Idec	Pag. 9
Artigo Renato Meirelles	Pag. 10 e 11
PLC 116: Walter Pinheiro	Pag. 12
PLC 116: Tereza Trautman	Pag. 13 e 14
Mercado de trabalho: tecnólogos	Pag. 15

Revista do Instituto Telecom

Expediente

Edição
Rosa Leal
Reportagens
Luana Laux
Programação Visual
Reimidia Publicidade
http://www.reimidia.com.br
Tel.: 21 2768 1334
Designer: Pablo de Lima
Supervisão: Robson Mendes

Diretoria
Rosa Leal – Presidente
Virginia Berriel – Vice-presidente
Lúcia Rodrigues – Secretária
José Adolar dos Santos - Tesoureiro
Vânia Miguez – Vice-tesoureira

Conselho Fiscal
Edna Sacramento, Marcello Miranda,Valdeci Silva (efetivos), Edson Barreto, Delma Rodrigues, Sergio Gomes (suplentes)

Conselho Consultivo
Almir Munoz
Antonio Cruz
Gilberto Palmares
Jorge Bittar
Luis Antônio Silva
Marcos Dantas
Márcio Patusco

Editorial

Bons ventos

Agosto, mês que os brasileiros costumam rimar com “desgosto”, ao fim e ao cabo não foi tão ruim para os que defendem a democratização da comunicação e da cultura. A principal boa nova foi a aprovação sem alterações, pelo Senado Federal, do texto do PLC 116. O projeto, que nasceu na Câmara Federal e ficou inicialmente conhecido como PL 29, enfrentou todo tipo de tempestades. Mas, principalmente, apesar de todos os percalços foi exaustivamente debatido pela sociedade, daí a importância de sua aprovação na íntegra.

No dia 12 de setembro a presidente Dilma Rousseff sancionou o projeto com dois vetos: um à transferência da definição dos critérios de classificação indicativa do Ministério da Justiça para os programadores; e o outro à possibilidade de cobrança para os serviços de atendimento telefônico ao consumidor ofertado pelas distribuidoras. Vetos que não comprometem a essência do projeto. A criação de um Marco Regulatório para a TV por Assinatura abre caminho para um debate ainda mais urgente: o novo Marco Regulatório das Comunicações, capaz de ampliar a discussão e tratar questões relativas à democratização dos meios, à convergência digital e às telecomunicações no Brasil.

Nesse sentido, a Resolução do 4º Congresso do PT, o partido da presidente, de compromisso com um Marco Regulatório das Comunicações, é fundamental. Em especial porque a lista de princípios aprovada pelo partido abrange desde a “pluralidade de fontes de informação, o fortalecimento da cultura brasileira, da indústria nacional criativa e da produção audiovisual independente, até o apoio às redes públicas e comunitárias de comunicações, a participação social na elaboração de políticas de comunicação, o desenvolvimento econômico regional e a desconcentração de oportunidades de negócio.”

Para repercutir a vitória do PLC 116 a Revista do Instituto Telecom ouviu o relator do projeto, senador Walter Pinheiro, e a cineasta Tereza Trautman. Também discutimos o PGMU III que, ao contrário do PLC 116, representou um retrocesso ao retirar as metas de backhaul, essenciais para a efetiva universalização da banda larga, e ao reduzir as possibilidades de acesso da população à telefonia pública.

Os temas estão postos ao debate. Vamos a eles.

Rosa Leal, jornalista, presidente do Instituto Telecom

Entrevista Instituto Telecom - Caio Bonilha

Luana Laux

Caio Bonilha

''A competição é que vai massificar a banda larga''

Desde a criação do Plano Nacional de Banda Larga (PNBL), no primeiro semestre de 2010, o Governo Lula decidiu também por reativar a Telebrás, a antiga estatal das telecomunicações privatizada pelo Governo FHC, em 1998, num dos maiores leilões da história do país.
A empresa, constituída agora como uma Sociedade Anônima (S/A) de economia mista (pública e privada) foi reativada com a missão de implementar a rede privativa de comunicação da administração pública federal; apoiar e suportar políticas públicas em banda larga; prover infraestrutura e redes de suporte a serviços de telecomunicações prestados por empresas privadas, estados, Distrito Federal, municípios e entidades sem fins lucrativos.
Cerca de um ano após a sua recriação, a Telebrás já sofreu uma série de reformulações. Dentre elas a substituição, na presidência, de Rogério Santanna por Caio Bonilha, ex-diretor comercial da empresa. Para entender melhor quais são os rumos e o foco de atuação da Telebrás, o Instituto Telecom entrevistou o novo presidente, Caio Bonilha, em duas ocasiões. A primeira, por e-mail, e a segunda durante o Seminário O Futuro das Telecomunicações, promovido no Rio de Janeiro pelo Clube de Engenharia e a revista Carta Capital, com apoio de várias entidades, inclusive o Instituto Telecom.

Confira a entrevista:

Instituto Telecom – Como o senhor avalia a qualidade do serviço de banda larga prestado hoje em nosso país?

Caio Bonilha - Eu acho que, dependendo de onde no Brasil, há áreas em que a qualidade da banda larga é boa, principalmente onde há maior poder aquisitivo. Já na área de menor poder aquisitivo o serviço geralmente não tem uma qualidade boa por uma questão de investimentos.
Alguns dados de como está a banda larga no Brasil mostram que alguns fatores não estão bons como, por exemplo: 20% dos nossos domicílios ainda utilizam sistema de acesso discado; 54% das medições estão abaixo de 1 mega real; cinco empresas detém entre 89% e 91% do mercado enquanto 1.576 provedores detém o restante disso. Ou seja, nós temos uma grande concentração no mercado de banda larga e isso tem consequência, evidentemente, para o consumidor.

Instituto Telecom - Qual o papel da Telebrás na universalização da banda larga e no PNBL? Por que a empresa foi reativada?

Caio Bonilha - O nosso papel é fundamental. Só pelo anúncio da reativação da Telebrás as operadoras saíram da sua zona de conforto no que diz respeito ao atendimento da ampliação da cobertura da sua rede. Com isso houve a diminuição de preços, além do aumento da oferta, que se acelerou desde então.
O PNBL foi criado com diversos objetivos, de promover a inclusão digital a reduzir as desigualdades sociais e digitais.
É preciso promover a geração de empregos, e aí quando eu falo em promover a geração de empregos é a qualidade de emprego na área tecnológica. Ampliar o serviço de governo eletrônico, que é outro ponto extremamente importante porque significa aumentar a condição de cidadania na medida em que você reduz a barreira do cidadão chegar ao seu governo, seja municipal, estadual ou federal. Promover a capacitação da população para o uso de tecnologias da informação, que é uma grande barreira para a inclusão digital. E por último aumentar a autonomia tecnológica competitiva do Brasil.
Quanto ao papel da Telebrás, eu até fiquei aliviado porque já deram o direito da Telebrás existir. Antes, nem sequer ela existia. Mais do que isso, também me causava certa estranheza o desconhecimento do papel da empresa. A Telebrás não é uma operadora qualquer. É uma operadora especial, pertence ao governo federal cujos objetivos é complementar a rede privativa do governo, prestar todo o suporte ao segmento educacional e científico, prover estrutura de rede para as operadoras - talvez esta seja uma das grandes questões, ou problema, digamos assim, que afeta e assusta o segmento privado. O fato da Telebrás promover uma rede neutra com igual capacidade e iguais condições de preço para todas as operadoras, tanto grandes quanto pequenas, e para todas as regiões do país.
Significa que o nosso papel é diminuir a desigualdade. E isso passa pela diminuição da desigualdade de preço no fornecimento do serviço desses mais de 1.500 provedores que hoje estão batalhando no interior do Brasil, em competição às vezes desigual porque eles

Entrevista Instituto Telecom - Caio Bonilha

compram o segmento de IP para atender a última milha do seu próprio concorrente. Então este é um papel completamente diferente de qualquer outra operadora.

Instituto Telecom - Com a entrada da Telebrás na oferta de banda larga é possível que a estatal fique responsável por atender as cidades mais carentes, de difícil acesso, e as teles atendam os grandes centros, com maior mercado?

Caio Bonilha - Não necessariamente. A princípio eu até concordaria com isso, mas temos visto que na periferia das grandes cidades já há atendimento por parte das operadoras.

Os pequenos provedores, que são os grandes parceiros da Telebrás, já têm hoje um nome estabelecido e uma clientela boa. Respondem hoje por mais de 10% do mercado de banda larga no país e a tendência que eu vejo é cada vez mais eles se fortalecerem em todos os mercados.

Instituto Telecom - Qual a estratégia da Telebrás para atender às demandas do PNBL?

Caio Bonilha - A estratégia da empresa é de ser uma rede isonômica. Nós vamos prestar atendimento a todas as cidades do Brasil com preço igual e qualidade igual. Uma rede neutra que vai atender a todas as empresas que vão prestar serviço ao usuário final, em iguais condições de competição.

A previsão é de que esta rede chegue a 77% dos municípios e a 85% da população. Como eu falei é uma rede neutra que está sendo implementada com infraestrutura das empresas de energia e de outras empresas públicas e privadas porque nós também estamos trabalhando no sentido de aumentar a capilaridade da rede e diminuir os custos de implementação para o Tesouro Nacional. Esse é um trabalho que vimos desenvolvendo desde que assumimos a gestão da Telebrás e está nos permitindo ganhar muito tempo de implantação. Nós esperamos que, senão até o final deste ano, até o começo do ano que vem a empresa esteja operando do Amapá ao Rio Grande do Sul.

Para isto a rede foi concebida em cima de alguns pilares. Um deles é a ampliação da cobertura e o outro é a inovação tecnológica, já que nós optamos por uma política de tecnologia nacional. E aqui cabe uma observação: nós não estamos pagando mais por estarmos comprando produtos de tecnologia nacional. Os preços que estamos negociando nos nossos contratos são extremamente competitivos e, em alguns casos, até menores que os praticados no segmento privado. Isso pra mim é uma valorização. Fala-se tanto que o Custo Brasil é quem tira a competitividade do nosso produto e eu acho que falta mesmo, em certos segmentos, é oportunidade para as empresas competirem, em especial as de tecnologia nacional. Reparem uma outra questão: nós não somos xenófobos com o capital, nós somos xenófobos na tecnologia. A Telebrás compra preferencialmente produtos de tecnologia nacional.

Instituto Telecom - Como está sendo formatada a parceria entre a Telebrás e as outras empresas?

Caio Bonilha - Ainda estamos discutindo do ponto de vista legal. Não há formato definido. O importante é trabalhar com as duas opções, parcerias públicas e privadas, pois existe um orçamento limitado e é preciso atrair tanto capital e infraestrutura pública quanto privada.

Instituto Telecom - Qual é o efeito da Telebrás no custo da banda larga e em setores importantes como Pesquisa e Desenvolvimento (P&D)?

Caio Bonilha – Nós estamos superando todas as dificuldades iniciais e o efeito Telebrás começou desde a sua recriação, no ano passado. A partir daí o custo da banda larga caiu pela metade. Só isso já mostrou o que eu chamo de "efeito Telebrás" que fez com que as empresas competidoras preventivamente baixassem os seus preços. Isso é extremamente saudável porque quem ganha é a população brasileira.

A Telebrás já está incentivando a área de Pesquisa e Desenvolvimento no país. Essa nossa postura, que começou desde a implantação da nossa rede, está fazendo uma reversão em termos de desenvolvimento tecnológico. Algumas empresas multinacionais que tinham saído do Brasil e hoje só têm equipe no mercado de engenharia de vendas, estão voltando a desenvolver tecnologia no país e isso é muito importante para a nossa engenharia.

Instituto Telecom - Na sua opinião, existe alguma relação entre a aprovação do PLC 116 no Senado Federal e a ampliação da penetração do serviço de banda larga?

Caio Bonilha - Eu acho que vai auxiliar, desde que esse serviço também seja massificado.

Instituto Telecom – O senhor considera que o serviço de banda larga deve ser prestado em regime público ou privado?

Caio Bonilha - Com relação a isso eu vou ter que concordar com o meu antecessor (*Rogério Santanna*) e dizer que o que vai levar a banda larga a todos não é o serviço público ou privado. O serviço de telefonia fixa, por exemplo, é prestado em regime público e nem por isso fez a voz ser universalizada. A competição, sim, pode ajudar na massificação da banda larga e é por isso que a recriação da Telebrás é importante para incentivar a competição no mercado.

Os PGMUs e a Universalização que não veio

Uma das medidas mais aguardadas e relevantes para o desenvolvimento do setor de telecomunicações e da banda larga no país o Plano Geral de Metas para a Universalização do Serviço de Telefônico Fixo Comutado (PGMU III), deveria ter sido concluído no final de 2010. Mas, além do atraso no fim das negociações, o acordo firmado entre o governo e as concessionárias sem a participação da sociedade civil, deixou diversos setores decepcionados com a falta de metas e obrigações relativas à universalização da banda larga no país.

Uma história conturbada

A Lei Geral de Telecomunicações, no seu artigo 2º inciso I, define como o dever do Poder Público "garantir, a toda a população, o acesso às telecomunicações, a tarifas e preços razoáveis, em condições adequadas". A universalização, portanto, é uma obrigação do Estado.

O Governo FHC escolheu a telefonia fixa para ser universalizada e definiu o STFC (Serviço Telefônico Fixo Comutado) como o serviço a ser prestado em regime público.

Daí decorreram os Planos Gerais de Metas de Universalização (PGMUs) nos quais estão colocadas as "obrigações de cada concessionária de telefonia fixa oferecer, em sua área de operação, acesso a qualquer pessoa aos seus serviços, com qualidade, quantidade e diversidade adequadas a preços justos, independente de sua localização geográfica ou condição econômica, na zona rural ou em pequenas localidades e áreas de urbanização precária."

Só que, ao contrário do que os representantes do mercado defendem, a telefonia fixa não está universalizada. Várias foram as barreiras que impediram a efetiva universalização: proibição de subsídio entre modalidades de serviços e segmentos de usuários (ao contrário do modelo estatal que, com o subsídio cruzado, conseguiu levar as telecomunicações até as áreas mais pobres do país); a não utilização dos recursos do Fundo de Universalização (Fust); uma alta tributação, que em alguns estados chega até a 50%.

O modelo tarifário adotado foi extremamente lesivo à sociedade. Até 2005, as tarifas foram corrigidas pelo IGP-DI. As tarifas de telefonia fixa local formavam uma cesta composta por itens como habilitação, assinatura e pulso que, individualmente poderiam sofrer reajustes até 9% superiores à variação total da cesta. As empresas escolheram dar maior peso no reajuste da assinatura básica. O resultado são os valores absurdos da assinatura básica atual e, com certeza, o principal empecilho para a ampliação do acesso individual do STFC.

No final de 2010, a teledensidade no Brasil (número de aparelhos por 100 habitantes) era de apenas 21,55. Por região, a situação é ainda mais dramática. No Norte e Nordeste, por exemplo, é respectivamente de 8 e 10,32. Números que conseguem ser mais baixos que o da média nacional em 1998, ano da privatização, que era de 12,4.

Mesmo os baixos índices atuais não foram alcançados como resultado da competição entre as operadoras, mas pela imposição regulatória dos Planos Gerais de Metas de Universalização. Se não fossem os PGMUs, o quadro seria muito pior.

PGMU I: linhas ociosas

O primeiro PGMU (1998 a 2005) tinha como metas implantar o Serviço Telefônico Fixo Comutado com acessos individuais: a) até 31 de dezembro de 2001, em todas as localidades com mais de mil habitantes; b) até 31 de dezembro de 2003, em todas as localidades com mais de 600 habitantes; c) até 31 de dezembro de 2005, em todas as localidades com mais de 300 habitantes.

Outra meta se referia ao acesso coletivo. A partir de 31 de dezembro de 2003 a densidade de Telefones de Uso Público deveria ser igual ou superior a 7,5 TUP por 1000 habitantes; e a partir de 31 de dezembro de 2005, igual ou superior a 8 TUP/1000 habitantes. A ativação dos Telefones de Uso Público deveria ocorrer de forma que, em toda localidade, inclusive nas áreas de urbanização precária, existissem, distribuídos territorialmente de maneira uniforme, pelo menos três Telefones de Uso Público por grupo de mil habitantes.

Mas o que ocorreu de fato? A Telemar, Brasil Telecom e Telefônica, concessionárias de telefonia fixa, foram incentivadas a antecipar as metas de universalização e em dezembro de 2001 já havia 45 milhões de telefones fixos instalados. No final de 2002 o número chegou a 49 milhões de linhas instaladas, mas a verdade é que 38 milhões estavam realmente em serviço. O padrão internacional considera como razoável para responder a atendimento imediato de solicitações de novas linhas ou para demandas emergenciais, uma margem de 10% de linhas ociosas. No Brasil, esse índice chegava a mais de 20% de linhas ociosas.

No final de 2004 todos os 5.563 municípios brasileiros estavam cobertos pelos serviços básicos de telefonia fixa. Mas a teledensidade havia caído para 27,9. A maioria absoluta, 4.585 municípios, tinha uma

Os PGMUs e a Universalização que não veio

teledensidade inferior a 20%, que era a média nacional de 2000. Apenas 40 municípios tinham teledensidade superior a 50%. Onde estava o erro? As famílias mais carentes tinham facilidade para ter um telefone instalado. Só que, pressionadas pelas altas tarifas, não utilizavam ou simplesmente cancelavam a linha.

PGMU II: menos "orelhões"

O PGMU II (2006 a 2010) estabelecia que as concessionárias teriam a obrigação de, a partir de 1º de janeiro de 2006, implantar acessos individuais em todas as localidades com mais de 300 habitantes. Os contratos de concessão passaram por uma mudança importante com a troca do indicador utilizado para reajustar as tarifas telefônicas. Foi criado o Índice de Serviços de Telecomunicações (IST), ao qual se aplica ainda um redutor que representa os ganhos de produtividade do setor, com um coeficiente de compartilhamento de 50% entre as operadoras e os usuários.

O novo Plano trazia algumas novidades, dentre elas a oferta do Aice (Acesso Individual Classe Especial), para atender aqueles cidadãos que não tivessem acesso individualizado ao STFC.

Apesar de ter ido à consulta pública em 2003, o regulamento do Aice demorou quase três anos para ser publicado. Imediatamente combatido pelas operadoras, que conseguiram inviabilizar todos os objetivos de alcançar os setores mais pobres da população, o Aice não conseguiu contribuir para a universalização. No final de 2010 o serviço tinha cerca de 180 mil clientes.

No período coberto pelo PGMU II, a teledensidade da telefonia fixa continuou a cair, chegando a 21,55 telefones por 100 habitantes. Em 2009 havia uma ociosidade de cerca de 30% das linhas instaladas no Brasil. A explicação é novamente o alto preço da assinatura básica cobrado pelas concessionárias. E, como se não bastasse, o PGMU II ainda havia reduzido as metas de implantação dos telefones públicos, que eram de 8 orelhões por 1000 habitantes e caíram para 6 telefones públicos para 1000 habitantes.

Havia ainda metas de instalação de Postos de Serviços de Telecomunicações (PSTs). Depois de um debate acirrado entre as concessionárias, a Anatel e o governo federal, a instalação dos Postos foi trocadas por metas de backhaul. O Decreto 6.424/2008 consolidou a troca e estabeleceu a obrigatoriedade das concessionárias levarem infraestrutura de banda larga a todos os municípios brasileiros e prover acesso à internet em banda larga para todas as escolas públicas urbanas do país.

PGMU III: exclusão da banda larga

Sancionado em 30 de junho de 2011, pelo Decreto nº 7.512 da Presidenta da República, o novo Plano, que vai vigorar de 2011 a 2015, foi marcado pela polêmica em função da criação do Plano Nacional de Banda Larga (PNBL) e a ampliação das metas de backhaul. A ideia era adaptar o PGMU ao PNBL, mas na queda de braço entre a sociedade e o mercado, venceram as concessionárias.

Estas conseguiram reduzir a teledensidade dos telefones públicos de 6 para 4 orelhões por 1000 habitantes, com apoio da Anatel alegando que a receita proveniente da redução poderia ser aplicada no financiamento de outras metas. Tese totalmente equivocada, pois se hoje as concessionárias já dificultam a instalação dos TUPs, a redução indica claramente que o serviço é secundário. Ou seja, a rede de telefonia pública poderá ser completamente sucateada.

Além disso, a telefonia rural permaneceu sem definição objetiva de metas de universalização, postergando-se para uma regulamentação futura que estabelecerá os prazos e metas de cobertura, abrangência e demais condições.

O Aice foi definido como um serviço a ser ofertado exclusivamente a assinantes de baixa renda inscritos no Bolsa Família. Também ficou para uma regulamentação futura "que deverá assegurar a viabilidade técnica e econômica da oferta".

O capítulo IV que tratava da implementação e ampliação do backhaul (banda larga) foi totalmente esvaziado em nome de uma negociação com as concessionárias que redundaria nos chamados termos de compromissos, instrumentos frágeis para viabilizar a universalização da banda larga. O governo perdeu assim a oportunidade de, através do PGMU III, garantir avanços no caminho da real universalização.

Entidades em defesa dos consumidores

Flávia Lefèvre:

O Governo preferiu o "puxadinho"

Se o setor de Telecom tivesse seguido o caminho desenhado pela LGT, a partir das privatizações ocorridas no setor, poderíamos dizer que, depois de 13 anos de contratos de concessão da telefonia fixa, o PGMU deveria ter pouca importância.

Isto porque, considerando que 100% das localidades do país já contam com a infraestrutura necessária para a prestação do STFC, neste momento Anatel e Governo deveriam estar preocupados com a modicidade tarifária deste serviço, cuja penetração é vergonhosa em nosso país – 21,5 telefones por 100 habitantes na média do Brasil e com a universalização da banda larga, nos termos no § 1º, do art. 65 da LGT.

Todavia, levando em conta as irregularidades que ocorreram desde o início das privatizações, com a assinatura das autorizações de Serviços de Rede de Transporte de Telecomunicações – SRTT, assinadas dois dias antes do leilão das subsidiárias da Telebrás, abriu-se a oportunidade para que as concessionárias, contra o art. 86 da LGT, prestassem não só o STFC, mas também o serviço de comunicação de dados, a despeito de o valor dos leilões não ter contemplado a importância econômica daqueles contratos.

Essa ilegalidade trouxe, além de prejuízo econômico vultoso para a União, que até hoje está privada da operação das redes de tronco, violações em cadeia, especialmente o desrespeito ao impedimento de subsídio cruzado entre modalidades de serviços (art. 103, § 2º da LGT), criando uma enorme barreira para que outras empresas passassem a operar no setor fazendo frente ao poder econômico das concessionárias. Qual outra empresa tem a gordura garantida da assinatura básica todo mês, para subsidiar investimentos em infraestrutura para o serviço de comunicação de dados?

O PGMU nesta altura do campeonato significa um artifício para justificar a resistência da Anatel, que opera há anos em favor das concessionárias, de proceder à revisão tarifária do Plano Básico do STFC, fazendo com que os mais de 13 milhões de acessos instalados, mas não contratados, pudessem sair das prateleiras das teles e chegassem aos cidadãos de baixa renda, que ficam sujeitos a pagar R$ 1,50 pelo minuto no pré-pago do Serviço Móvel Pessoal.

E, nesse contexto de baixa penetração do STFC, surgem aberrações demagógicas como o Acesso Individual de Classe Especial – Aice, que, além de ilegal por ser discriminatório, tem critério de elegibilidade sem eficácia para a tarefa de promover a democratização do único serviço prestado em regime público, ou como a contraditória e escandalosa redução do número de telefones públicos.

Vale lembrar que o primeiro PGMU, de 1998, previa uma meta de 7,5 para chegar a 8 TUPs por mil habitantes e o PGMU III reduziu essa meta para 4 telefones por mil habitantes. As teles só estão obrigadas a instalar TUPs em escolas rurais e outras localidades remotas se forem demandadas e de acordo com a disponibilidade de infraestrutura que dizem ser inexistente e cuja implantação vai depender de regramentos e licitações futuras a serem estabelecidos pela agência.

De acordo com o inc. III, do art. 3º, do Decreto 2.592 / 98, o conceito de localidade já incluía aglomerados rurais e aldeias, que já deveriam ter sido atendidas, pois as tarifas foram fixadas para garantir que as concessionárias cumprissem estas metas até 2005.

A despeito disso tudo, o Governo preferiu continuar no caminho do puxadinho, usando o PGMU III para justificar a manutenção da assinatura básica, garantindo receita para as teles subsidiarem investimentos em redes que serão implantadas fora do regime público e, portanto, redes privadas e fora da abrangência do regime de reversibilidade, para que sejam prestados serviços de banda larga de baixa qualidade e, pior, permitindo venda casada violando o código do consumidor e inviabilizando a concorrência.

** Consultora da ProTeste (Associação Brasileira de Defesa do Consumidores) e coordenadora da Frente dos Consumidores de Telecomunicações*

Entidades em defesa dos consumidores

Veridiana Alimonti:

Longe da efetiva universalização

Não foi sem polêmicas que se publicou em 30/06 o Plano Geral de Metas de Universalisação III, anexo aos contratos de concessão da telefonia fixa. Seu texto final retrocedeu em pontos fundamentais e deixou para depois tarefas importantes. Como plano destinado à universalização de um serviço essencial, o PGMU III é, no mínimo, incoerente com seus propósitos.

Em 13 anos da privatização das telecomunicações no Brasil, de cada 100 brasileiros, 78 não têm acesso efetivo à telefonia fixa. A grande barreira ao acesso é econômica e tem nome: assinatura básica, que custa hoje cerca de R$ 40,00. Ao invés de utilizar a discussão dos contratos de concessão para rever a estrutura tarifária da telefonia, algo plenamente possível, preferiu-se criar uma "classe especial" no serviço, que buscará atingir as famílias com renda mensal de até meio salário mínimo *per capita*. As outras que mesmo tendo renda maior, não conseguem dispor de R$ 40,00 mensais, continuarão reféns do pré-pago.

Já o orelhão, uma possível alternativa, teve suas metas de instalação diminuídas. A obrigação de ativação caiu de 6 para 4 orelhões por mil habitantes. Como se vê, a aprovação periódica de Planos de Universalização ao contrário de avançar nas metas, retrocede. Ressalte-se que a baixa média de recarga de créditos na telefonia móvel e a pouca penetração do fixo reforçam a relevância dos TUPs, algo desconsiderado no PGMU III.

Há também a barreira de infraestrutura que atinge as zonas rurais. Colocada como tarefa prioritária do novo Plano, a superação da ausência do serviço nestas áreas ficou em suspenso, condicionda à licitação da faixa dos 450 Mhz em 2012. Se algo atrasar ou inviabilizar este processo, as áreas rurais continuarão desatendidas e as empresas isentas de responsabilidade.

Igualmente insuficientes são as metas de Internet. Optou-se por manter o backhaul no Plano da telefonia fixa, ignorando a essencialidade da banda larga e a necessidade de um Plano próprio, mas não se avançou uma linha com relação ao PGMU anterior. Mesmo assim, o benefício de as operadoras descontarem o ônus que pagam pela concessão para o cumprimento das novas metas foi mantido nas letras pequenas dos contratos de concessão.

Se até hoje a telefonia fixa peca no acesso, é de se questionar o quanto esse Plano efetivamente exige das empresas aquilo que anuncia em seu nome. Universalizar um serviço é dispor da rede necessária para prestá-lo, o que ainda não ocorre nas zonas rurais, mas implica muito mais – tarifas baixas à população em geral e número suficiente de acessos coletivos fazem parte disso. O PGMU III não traz solução à altura nem para um, nem para o outro.

** Advogada do Instituto Brasileiro de Defesa da Consumidor (IDEC)*

Classe C de conectados

Ao contrário do que ainda pensam alguns empresários, esse consumidor é muito exigente e preza qualidade acima de tudo. Sua noção de custo-benefício vai além da noção da elite. Eles pesquisam preços incessantemente e sabem o quanto o barato sai caro e pode lhe prejudicar. O quilo de feijão adquirido pela dona de casa da nova classe média brasileira, geralmente, é de ótima qualidade, pois como uma consumidora inteligente e de orçamento restrito, ela sabe que não pode se dar o luxo de errar, pois comprando o feijão mais barato e sem qualidade, ela e toda sua família serão obrigadas a engolir um alimento ruim até acabar o pacote, ao contrário da elite, que erra, joga fora e compra outro. Esse consumidor pode não entender o que equivale tantos gigabytes e chips de memória, mas entende das marcas que trazem a qualidade em seu selo de garantia. E quando compram o primeiro PC ou laptop, pedem indicação da família e amigos, e não se importam em pagar um pouco mais se tiverem certeza de estar adquirindo um produto com durabilidade e que não trará dores de cabeça no futuro.

Consumir, para esse consumidor, não é apenas um divertimento, como todo ato de compra assim o é. Comprar para ele é, na maioria das vezes, sinônimo de investimento. O computador servirá para ajudar o filho nos trabalhos da faculdade que acabou de ingressar; também será uma porta para o mundo e para facilitar sua vida, pois pode ser usado como ferramenta de pesquisa de preços da nova geladeira da família, por exemplo. Portanto, esse consumidor não quer saber quantos gigabytes tem aquele computador, até porque, muitas vezes, ele nem sabe o que é isso. Ele quer saber o que este produto vai mudar em sua vida, o que trará de benefícios, o quanto será útil. Ele precisa enxergar o retorno em potencial.

A eterna busca pelo custo benefício fez esse consumidor enxergar na banda larga um negócio de grande valia. Juntas, as classes C, D e E já representam 55% deste mercado. Em um estudo do Data Popular, feito com internautas das classes emergentes, descobrimos que estes têm muito mais interesse

Classe C de conectados

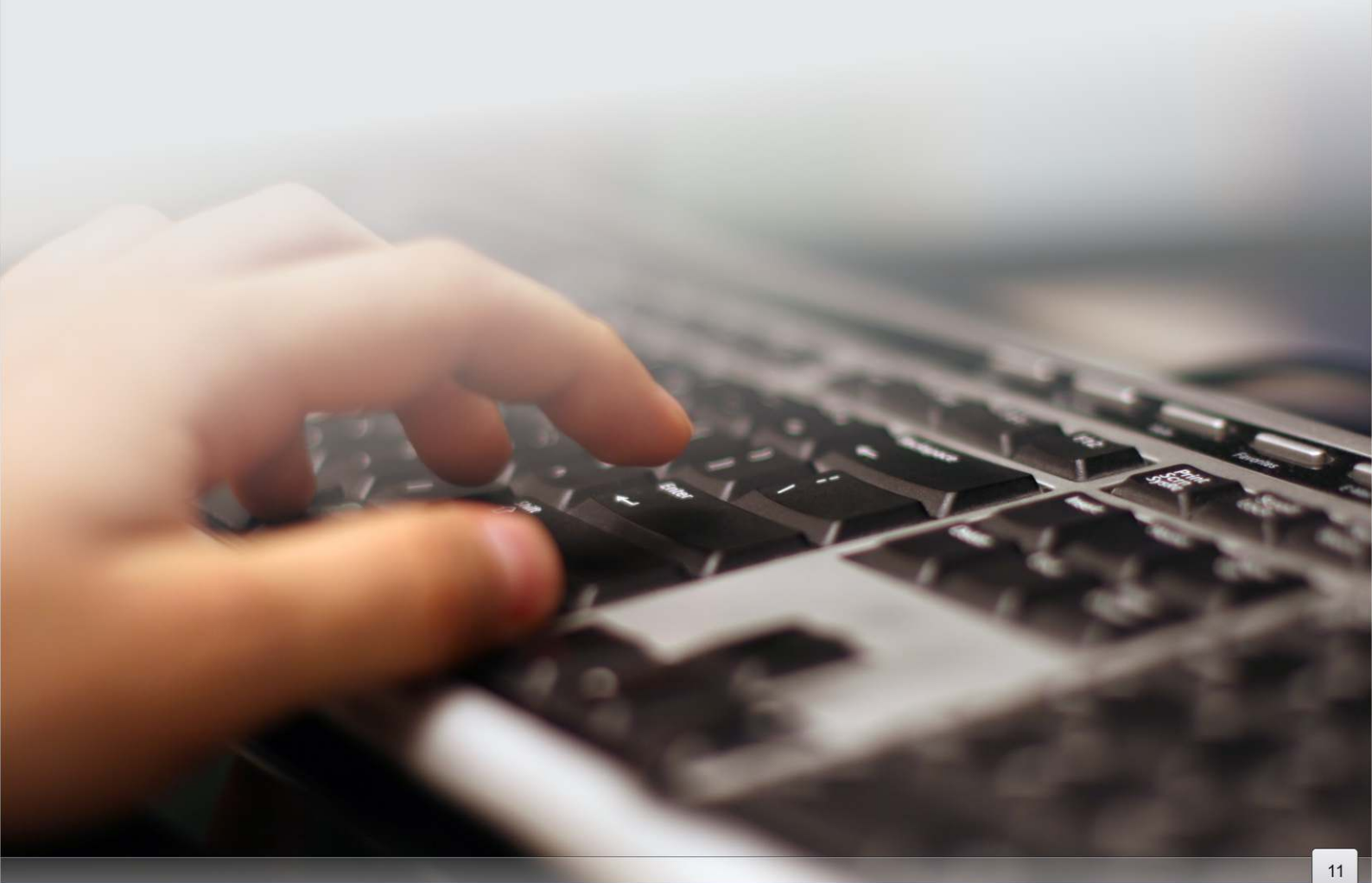
em novas culturas e manifestações artísticas que estimulam a criatividade. Esta nova sensibilidade que aflora também é percebida por esse novo internauta emergente, que hoje tem novas ambições, como concluir o ensino superior e alcançar melhores empregos.

E além de se conectarem ao mundo virtual, que atualmente representa o próprio mundo, pois quem não se conecta não existe e torna-se excluído, esse cidadão C enxerga em suas mãos uma gama de oportunidades. O acesso à internet, propiciado pelo incremento do seu poder de compra, que consequentemente veio impulsionado por seu acesso nos empregos formais e ao crédito, fez com que ele compreendesse que ele pode!

TV de plasma, que é tida como artigo de luxo, já faz parte da lista dos eletrônicos obrigatórios na vida desse cidadão emergente. E como sua lógica utilitária fala mais alto, o consumo de um aparelho como esse também tem um motivo: irá proporcionar o lazer da família, ajudar a manter o filho dentro de casa, e ainda por cima gerar uma economia, pois com uma TV inferior ele se via obrigado a levar o filho mais vezes ao cinema e outro tipo de programação, que demandava tempo e dinheiro, inclusive o da pipoca, que fora de casa é bem mais custosa.

Com este pensamento, esse consumidor debandou-se também para a TV por assinatura, onde representam 43% dos brasileiros adeptos dos canais fechados. Inclusive, metade deles cita a TV como sua principal fonte de lazer. E aos poucos, esse consumidor vai invadindo todas as áreas do consumo, inclusive àquelas que eram tidas como inacessíveis há anos atrás. Portanto, para ser líder de mercado, é preciso estar atento à Nova Classe Média Brasileira, principalmente aos seus internautas. É preciso se conectar à Classe C se quiser se fazer presente na atualidade. O Brasil agora é C. C de conectados.

** Renato Meirelles é sócio-diretor do Data Popular e especialista em mercados emergentes*



PL 116: tevê a cabo para todos

Walter Pinheiro

Após três anos de tramitação na Câmara dos Deputados, o Senado aprovou rapidamente o projeto de lei nº 116, que ao estabelecer novas regras para a TV a cabo insere as empresas de telefonia na oferta do produto e capitaliza o setor ao extinguir o limite da participação do capital estrangeiro nas operadoras.

As operadoras prevêem uma queda de 30% no valor dos serviços para o consumidor, mas esse preço poderá cair ainda mais, se considerarmos que na Argentina o consumidor paga apenas 1 real por canal enquanto aqui no Brasil pagamos 7 reais. Se cair sete vezes como na Argentina será ótimo, mas sabemos que no início essa queda não vai ser tão grande.

Só essa redução dos preços dos serviços ao consumidor justificaria a nova lei, mas ela vai muito além disso.

A TV a cabo em nosso país ainda é um privilégio de poucos. Calcula-se que somente 15% dos lares brasileiros têm acesso ao serviço. Seu sinal alcança apenas 240 dos quase seis mil municípios brasileiros. Com o ingresso das teles na oferta dos serviços, essa participação poderá crescer vertiginosamente, pois o sinal da TV por assinatura passará a chegar à casa do consumidor pela mesma linha telefônica de que ele já dispõe.

Essa popularização da TV a cabo levará em seu bojo a universalização da banda larga, possibilitando a milhões de brasileiros de baixo poder aquisitivo o acesso à internet de alta velocidade. Portanto, a nova lei tem também um elevado sentido social ao possibilitar àquele cidadão que já possui apenas uma linha telefônica o acesso a serviços de TV a cabo e internet, até hoje ao alcance apenas das camadas mais ricas da população.

Foi a própria Associação Brasileira Telecomunicações (Telebrasil) - que reúne operadoras e fornecedoras de infraestrutura – quem reconheceu que as novas regras ampliam a oferta de serviços, estimula a concorrência e reduz os preços para o consumidor. A Telebrasil estima em R$ 144 bilhões os investimentos necessários para triplicar o número de acessos de banda larga no Brasil até 2020, montante que terá grande impacto no desenvolvimento do país.

Ao obrigar os canais fechados a veicular semanalmente três horas e meia de programação nacional, sendo metade desse tempo preenchido por produtos independentes, a nova lei vai impulsionar a produção cultural do país, criando empregos em toda a cadeia de produção cultural. A indústria cultural brasileira terá um grande impulso e o grande beneficiário será o pequeno produtor audiovisual, responsável por 80% da nossa produção cultural.

É bom destacar que não procedem as preocupações que têm sido veiculadas dando à Ancine competência para cercear a criação ou a distribuição das produções. A agência não vai vasculhar ou censurar a distribuição de conteúdo. O credenciamento prévio previsto na lei servirá apenas para possibilitar àquela agência identificar e acompanhar a atuação das empresas, com vista a se desenhar a estrutura de mercado e facilitar a missão de regulação.

Não se trata, portanto, de regulação cultural, muito menos, como alegam alguns, esse aspecto no que diz respeito a uma ordem de censura. É, sim, na prática, um aspecto da regulação econômica do setor, com o objetivo, inclusive, de ampliar a concorrência, a diversidade da oferta.

A nova lei oferecerá ainda incentivos para as empresas de capital nacional, contribuindo para fomentar a geração de emprego e renda e aprimorar a capacitação técnica do País, indispensável para aumentar a quantidade e o porte de produtoras brasileiras. O incentivo que se está propondo é praticado por qualquer país do mundo ao apoiar uma indústria nascente.

Portanto, não há dúvida quanto à necessidade premente da adoção da nova lei para aumentar o desempenho e a estrutura do mercado de TV por assinatura no Brasil, possibilitando o seu desenvolvimento pleno e a universalização do serviço no País.

(*) Walter Pinheiro é senador pelo PT da Bahia

Quando a raposa já se acha dona do galinheiro

Já no primeiro Governo FHC o Sérgio Motta, ministro das Comunicações à época, propôs a criação de um Marco Regulatório para as Comunicações e foi distribuída e discutida uma minuta. Idem com Pimenta da Veiga, no segundo Governo FHC. Em 2001 foi editada a MP 2228 criando a Ancinav, mas foi publicada a MP 2228-1 que criou a Ancine, após o expurgo de todos os artigos envolvendo televisão. O Governo Lula pouco antes de sua posse promoveu um Seminário do Audiovisual na Biblioteca Nacional – RJ e foi unânime o pedido da atividade para que retomasse o projeto Ancinav. Mas somente o fez em agosto de 2004, quando já estava sob intenso bombardeio. E assim, até agora todas as tentativas que existiram de regular minimamente que fosse o Art. 221 da Constituição Federal, cotas de produção independente nacional e regional, foram infrutíferas. Principalmente porque a maior empresa de mídia do país para fazer frente às garantias exigidas por seus credores internacionais criou diferentes bloqueios ao acesso da produção nacional e de canais nacionais. Enquanto isso as programadoras norte americanas vieram e se apossaram completamente do nosso mercado de TV paga.

Somente agora em agosto, finalmente, foi aprovado no Senado, em regime de urgência e sem alterações, o PLC 116/2010, depois de estar no 5º ano de tramitação no Congresso Nacional. Esse projeto, além de permitir às empresas de telecom a entrada no mercado de TV a Cabo, unifica sob uma mesma Lei todas as tecnologias de distribuição da TV por Assinatura e estabelece cotas quase que irrisórias de produção independente, e mesmo assim tem sido alvo constante de bombardeio por empresas estrangeiras aqui instaladas. São elas, a SKY, uma empresa do Murdoch, aquele que está sendo processado nos EUA e na Inglaterra por promover o uso de métodos criminosos para conseguir o que quer e a ABPTA - Associação das Programadoras Estrangeiras no Brasil, cujas associadas gozam de incentivo fiscal aqui no nosso país, além de terem conseguido isenção do tributo da Condecine ainda são beneficiadas com renúncia fiscal de 70% do imposto de renda devido na remessa dos lucros e *royalties* à matriz, para coproduzirem produção independente nacional. Brasileiro é muito bonzinho!

E por incrível que pareça, há um ano ou desde que a Anatel começou com o Novo Regulamento do Cabo, a maior empresa de mídia do país também passou a trabalhar pela aprovação sem alterações do PLC 116. É que este é o único marco legal a separar infraestrutura de conteúdo, regulando por camadas. Com isto, a Anatel cuidará da infraestrutura que é a distribuição e a Ancine do audiovisual, das produtoras, programadoras e empacotadoras, criando pela primeira vez no país uma autoridade do audiovisual, a Ancine. Na infraestrutura até 100% poderá ser de capital estrangeiro, como já vigia para o DTH e o MMDS na TV por Assinatura, e na área do conteúdo, as produtoras, as programadoras nacionais, as empacotadoras e as radiodifusoras terão que ter obrigatoriamente pelo menos 70% de seu capital nacional e o controle, a gestão das atividades da empresa e a responsabilidade editorial, são privativas de brasileiros natos ou naturalizados há mais de 10 anos, em linha com o que delimita o Art. 222 da Constituição Federal.

Tereza Trautman*

PL 116

Até então, sem este novo ordenamento legal só agora existente com a recém aprovação do PLC 116, as teles poderiam entrar à vontade na área de conteúdo, até comprar todos os eventos relevantes como Copa do Mundo, Campeonato Nacional, Carnaval, etc.. Para se ter uma ideia, só em 2010, o setor telecom faturou no Brasil 190 bilhões de reais, quase dez vezes mais que todo o audiovisual nacional e estrangeiro juntos em todos os mercados do país, do cinema, DVD, à TV paga e aberta, durante o mesmo ano. Ou seja, até então, *o triminhão das teles vem aí!*, como disse o ministro Franklin Martins, por ocasião do Seminário Internacional de Comunicação Eletrônica e Convergência de Mídias realizado ao final do segundo governo Lula ao iniciar o debate, no qual o Brasil está entrando muito tardiamente, da construção do Marco Regulatório das Comunicações.

A agravante é que já se sabe que daqui para frente a questão do valor tenderá a migrar da infraestrutura para os conteúdos que nela circulam. O valor criado com a infraestrutura se voltará para o conteúdo. É óbvio e natural esse processo, afinal o valor de uma estrada está no uso que se pode fazer dela. Mas as políticas públicas também precisam ir nesta mesma direção, para o desenvolvimento de conteúdos audiovisuais e de seus aplicativos. E o Brasil cometeu muitos erros nesta área e por isso estamos muito atrasados nessa tomada de consciência. O atual secretário executivo do Minicom prometeu abrir para Consulta Pública nos próximos 90 dias o aguardado anteprojeto do Marco Regulatório das Comunicações, e não é sem tempo.

Agora mesmo o Governo, na queda de braço com as teles em torno do Plano Nacional de Banda Larga, não tratou o PLC 116 com a urgência necessária para a sua aprovação. Como se este projeto de lei fosse um projeto das teles!... Estamos falando das mentes, da criação, da cultura, do imaginário das pessoas do nosso país. Estamos falando da indústria por excelência do século XXI, aquela que mais cresce no mundo e que é completamente limpa. A indústria audiovisual. Aquela que mais emprego cria por real investido. Além da capacidade de alavancar vários outros setores da economia. Não podemos permitir reduzir esse universo aos interesses de quem quer que seja porque estamos tratando das nossas gentes e do próprio futuro do nosso país.

A culpa não é das teles ou da maior empresa de mídia do país se elas têm ou tiveram poder de pressão e competência para impor seus interesses - afinal, são empresas privadas que visam prioritariamente o lucro -, mas sim do próprio governo que sempre teve uma visão míope, inclusive de si mesmo, e muito costumeiramente fez uso político de seu poder legal para regular, o que sequer permitiu que o país desenvolvesse massa crítica para discutir o assunto como deve ser discutido. Agora queremos crer que um novo cenário finalmente se descortina. Mãos à obra!

** Cineasta*

A hora dos Tecnólogos

Discriminados no passado, os formandos em Tecnologia são cada vez mais disputados pelo mercado antes mesmo de concluírem o curso

A profissão de tecnólogo tem origem na década de 40, em especial, nos Estados Unidos, quando esta formação passa a se popularizar nas chamadas community colleges (instituições educacionais comunitárias) para fomentar a produção industrial do país, acelerada com as demandas dos países europeus impossibilitados de produzirem durante a Segunda Guerra Mundial.

No Brasil, a profissão levou quase 60 anos para ser reconhecida, o que foi feito através da Lei de Diretrizes e Bases de Educação Nacional (Lei Federal n° 9394/96) conhecida também pelo nome de seu relator, senador Darcy Ribeiro. A lei não só regulamentou a profissão com o criou as Faculdades de Tecnologia e os Cursos Sequenciais.

Embora seja relativamente nova, a necessidade da profissão já existia há muito tempo, de acordo com o decano do Centro de Engenharia de Software e Banco de Dados do Instituto Infnet, Frederico Novaes. "No Brasil, o mercado precisava desse profissional, que não era necessariamente um engenheiro, desde a década de 60, na cadeia de produção automobilística, por exemplo, onde já havia projetos nacionais. A partir dos anos 80, com o advento da convergência, ocorre a mesma coisa na área de TI (Tecnologia da Informação), quando a sofisticação dessa cadeia produtiva passa a exigir um profissional intermediário", esclarece Novaes.

Comumente confundidos em razão de cursos técnicos de pouco valor no mercado de trabalho, se engana quem ainda acha que não há espaço para os tecnólogos. Segundo dados do Ministério da Educação, o número de cursos superiores de Tecnologia cresceu 96,67% entre 2004 e 2006 e passou de 1.804 para 3.548 em todo o país. Só no Estado de São Paulo, maior região industrial e tecnológica do país, a quantidade de alunos ingressantes nas graduações tecnológicas aumentou 395%, de 1998 a 2004, conforme o Censo Nacional da Educação Superior realizado pelo Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira (Inep).

Na área de telecomunicações e comunicações, o grande diferencial dos cursos técnicos está justamente na rápida capacidade de adaptação às mudanças trazidas pelas novas tecnologias, inovações e necessidade de atualização constante do mercado. A flexibilidade acaba sendo um dos pontos centrais dos cursos superiores de tecnologia e esta característica, em paralelo com a falta de profissionais suficientes para atender às demandas do mercado, faz com que a média atual de mudança de emprego chegue a ser de até quatro vezes no período de um ano, antes mesmo de estarem formados.

Um estudo da Sofitex, ligada ao Ministério de Ciência e Tecnologia, indica que se o Brasil continuar crescendo com a característica de prestação de serviço no campo da tecnologia da informação e comunicação, a previsão é de que em 2018 poderá ocorrer uma carência de 300 mil profissionais nestes setores. Para Novaes, a culpa pelo desequilíbrio é da histórica carência educacional brasileira. "A formação de base no Brasil não é de qualidade. É comum os estudantes entrarem na faculdade sem uma boa verbalização. Sem isso, há uma dificuldade também na abstração de raciocínio exigida nesta área de TI e Tecnologia da Comunicação, responsável por uma grave evasão já nos primeiros anos do curso."

Embora seja crescente a busca por tecnólogos no mercado - recentemente a Petrobrás publicou o primeiro edital aberto também a esses profissionais -, um dos pontos mais críticos no país ainda é o setor de Pesquisa & Desenvolvimento. Apesar do crescimento no número de novos editais voltados para financiamento de pesquisas, e da atuação reconhecida de instituições como o CNPq (Conselho Nacional de Pesquisa e Desenvolvimento Tecnológico) ainda é preciso atuar de forma efetiva na construção de parcerias entre empresas, governo e instituições de ensino, principalmente diante das atuais demandas do Plano Nacional de Banda Larga (PNBL).

Para Novaes, o aumento da procura pela profissão de tecnólogo e o início do PNBL se inserem num plano de desenvolvimento tecnológico vivido pelo país nos últimos 15 anos. "Os quatro últimos governos só fizeram crescer a compreensão de que precisamos de investimentos e educação especializada para ter um desenvolvimento sustentável. E o Plano Nacional de Banda Larga já representa um amadurecimento espetacular, pois demonstra que o país entendeu que só haverá desenvolvimento sustentável se houver possibilidade de conhecimento para todos de forma igual, e a internet está totalmente ligada a isso".

A Telebrás, um dos agentes do governo responsável pela implementação do PNBL, anunciou em agosto deste ano a seleção de 25 entidades nacionais de pesquisa com as quais irá desenvolver projetos conjuntos nas áreas de redes e infraestrutura de telecomunicações, computação em nuvem, cidades digitais e dados abertos.