

CONCENTRAÇÃO, INTERNACIONALIZAÇÃO E CONVERGÊNCIA TECNOLÓGICA: OBSTÁCULOS À INTEGRAÇÃO CULTURAL NO MERCOSUL

*Maria Susana Arrosa Soares**
Rebeca Hennemann Vergara de Souza
Uilson Garcia Brito

Introdução

Na história das telecomunicações dos países hoje integrantes do Mercosul, foi marcante a contribuição de personalidades de grande visão e capacidade de elaborar projetos arrojados para o tempo em que viveram. Domingo F. Sarmiento, na Argentina, Andrés Lamas, no Uruguai e, no Brasil, o empresário Irineu Evangelista de Souza – Visconde de Mauá – e o Imperador D. Pedro II foram os artífices da conexão entre a Argentina, o Brasil, o Uruguai e a Inglaterra. A iniciativa coube ao presidente argentino Domingo F. Sarmiento, que, em junho de 1872, decidiu estabelecer ligação mediante um cabo submarino entre Buenos Aires e Rio de Janeiro, via Montevideú. Por sua vez, D. Pedro II inaugurou a conexão com a Europa em junho de 1874, e Sarmiento, desde Buenos Aires, em agosto desse mesmo ano. Nessa ocasião, esse presidente enviou uma “saudação cordial a todos os povos que, por intermédio do cabo, tornam-se uma família e um bairro” (Reggini, 2005).

Esse breve registro de natureza histórica pretende destacar a importância que era atribuída, já no século XIX, à comunicação por representantes governamentais e empresários de países do Cone Sul. A convicção de que, por meio das telecomunicações, as sociedades entrariam na modernidade deu a esses personagens o ânimo para que enfrentassem as dificuldades intrínsecas a projetos como esses, de grande porte para a época.

Decorridos mais de cento e trinta anos, a infra-estrutura de telecomunicações no Mercosul atingiu patamares de desenvolvimento impensáveis por esses pioneiros; contudo, não se têm voltado satisfatoriamente às necessidades de informação das sociedades nacionais. Mais do que ampliar o acesso das pessoas às novas tecnologias comunicacionais, o que predomina, nos países dessa região, é uma estrutura de mercado concentrada em grandes conglomerados, nacionais e estrangeiros, bem como a desregulamentação das telecomunicações e da radiodifusão.

No âmbito do Mercosul, foram tímidos os avanços na criação das bases tecnológicas e jurídicas necessárias à integração cultural de seus países-membros.

* Susana Soares é coordenadora do Mestrado em Relações Internacionais, Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). Rebeca Hennemann Vergara de Souza e Uilson Garcia Brito são graduandos em Ciências Sociais (UFRGS) e bolsistas de iniciação científica (Pibic, CNPq).

Desde a assinatura do Protocolo de Integração Cultural, em 3 de fevereiro de 1996, na cidade de Canela (RS), Brasil, poucas foram as iniciativas implementadas para a realização dos seus objetivos. No documento, estavam previstos “a elaboração de programas e projetos regionais no âmbito da cultura, estimulando a co-produção e o intercâmbio; ações conjuntas na área do patrimônio cultural; intercâmbio e capacitação de recursos humanos; circulação de pessoas e bens culturais; promoção de eventos regionais; formação de bancos de dados e articulação dos sistemas de suporte informático aos organismos culturais; pesquisas sobre temas históricos e culturais comuns e harmonização das legislações” (Bolaño, 2002).

Diversas circunstâncias levaram à permanência da situação de reduzida integração cultural entre os países desse bloco regional. Contudo, o presente trabalho focalizará exclusivamente três fatores, considerados de grande importância para a reflexão sobre o papel das telecomunicações como ponte cultural. São eles: o predomínio da atual estrutura de mercado nas telecomunicações; a desregulamentação/erregulamentação e a internacionalização desses meios nos dois principais países do Mercosul: a Argentina e o Brasil.

I. O modelo comercial na comunicação

Na década de 90, os Estados argentino e brasileiro, tal como vários outros da América Latina, foram gradualmente abandonando os campos da cultura e da comunicação e abrindo-os à iniciativa privada, inclusive internacional. O afastamento do Estado como agente participante e instância regulamentadora das telecomunicações, levou ao desaparecimento gradual do modelo de meios de comunicação de serviço público, que, durante três décadas, havia predominado na região (Esteinou Madrid, 2005).

As indústrias culturais têm uma função fundamental na criação dos imaginários individuais e das identidades coletivas e constituem um dos vetores principais de expressão e diálogo entre as culturas. Entretanto, hoje em dia, estas empresas culturais da Europa e América Latina vêm ameaçadas sua independência e a capacidade de reforçar sua posição, devido ao processo de concentração e à imposição de um modelo veiculado pela mundialização de intercâmbios. Estas regiões correm o risco de ver a cultura subordinada às leis do mercado, e seus produtos convertidos em simples mercadorias. Tanto aqui como lá, intelectuais, artistas, cineastas, escritores, músicos e editores, entre outros, se negam a considerar esta realidade como uma fatalidade (Getino, 2004).

2. Desregulamentação e regulamentação dos meios

A desregulamentação dos meios de comunicação, ao contrário do que se costuma afirmar, não significou a retirada do Estado do campo das comunicações e a vigência da livre- concorrência entre os grupos econômicos que disputavam uma fatia desse mercado. Ela consistiu, isso sim, numa *rerregulamentação*; ou seja, ela deu origem a uma nova estrutura de propriedade, cada vez mais dominada pelo capital concentrado.

A partir do auge do neoconservadorismo nos anos 80, consolidou-se, tanto na América Latina como na Europa, um processo denominado desregulamentação, que implicou o

desmantelamento e/ou abandono das teses assumidas na América Latina durante os anos 70 e que na Europa desfrutaram do consenso por mais de sessenta anos, com relação à forte presença estatal na definição das políticas de comunicação (Matrani e Mestman, 1996).

Na Argentina, a sanção das leis de Reforma do Estado (Nº 23.696) e de Emergência Econômica (Nº 23.697), que foram aprovadas no final de 1989, no início do governo do presidente Menem, representou o desencadeamento do processo de privatizações, e a conformação dos grupos multimídia. O processo de internacionalização das comunicações teve início na Argentina nos anos noventa. A privatização da ENTEL-Argentina, que foi vendida ao consórcio Telefónica da Argentina (liderado pela Telefónica da Espanha) e Telecom Argentina (controlado pela Telecom Itália e France Telecom) foi a primeira das etapas da concentração econômica. Ela permitiu a entrada de grandes conglomerados estrangeiros, associados a grupos econômicos locais, para explorar, de forma exclusiva, o serviço de telefonia básica de curta e longa distâncias durante dez anos (Aruguete, 2003).

Em termos gerais, pode-se afirmar que as políticas de meios [de comunicação] na Argentina até a década de 90 caracterizaram-se pela incapacidade dos governos para fixar estratégias com relação aos proprietários dos meios, ao caráter comercial do sistema, ao forte desenvolvimento do setor privado, ao controle político sobre os conteúdos, à centralização da produção em Buenos Aires, à escassa incidência do Serviço Oficial de Radiodifusão e seu manejo propagandístico, ao controle governamental dos meios com perspectivas de privatização, à concessão de meios a pessoas vinculadas ao poder, e à escassa participação da sociedade civil com relação às políticas de radiodifusão (Hernandez, 2002).

No Brasil, o primeiro passo para o processo de privatização e aumento da participação do capital internacional nas comunicações foi a promulgação da Lei Geral de Telecomunicações (LGT), em julho de 1997, que preparou o terreno para a privatização do Sistema Telebrás, ocorrida em 29 de julho de 1998. No leilão da Telebrás, as grandes vencedoras foram a Telefónica de Espanha e Telecom Itália. Esses dois grupos adquiriram as companhias brasileiras mais valorizadas: a Telefônica adquiriu a Telesp, enquanto a Telecom, em associação com a Globo, adquiriu a Tele Nordeste Celular e a Tele Celular Sul (Bolaño, 2003).

A Emenda Constitucional Nº 36, de 28 de maio de 2002, que alterou o Artigo 222 da Constituição Brasileira, muito mais do que abrir as empresas de comunicação ao capital estrangeiro (até o limite de 30%), permitiu que as empresas estrangeiras participassem ou fossem controladas por pessoas jurídicas, desde que estas estivessem sob o controle (70%) de brasileiros natos ou naturalizados há dez anos. Tal mudança na legislação permitiu a entrada, no Brasil, de grandes grupos estrangeiros, como o Grupo Cisneros e a Telmex.

Os volumosos montantes de capitais internacionais ingressaram, na Argentina e no Brasil, no decorrer dos governos Menén e Collor. Não somente empresas estatais foram privatizadas ou tiveram parte de seus ativos vendidos a grandes corporações estrangeiras (como o caso da Embratel, no Brasil), mas também empresas privadas nacionais estabeleceram parcerias (acionárias e tecnológicas) com corporações internacionais. Foram feitas alianças entre grupos argentinos e brasileiros com grupos

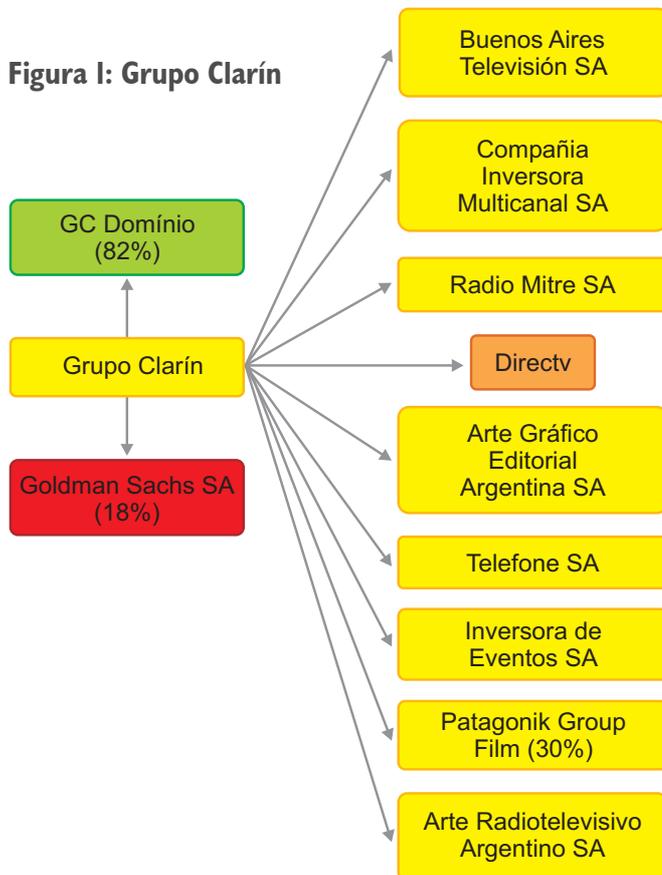
internacionais, especialmente norte-americanos, na atividade de produção e de distribuição de bens culturais. As relações dos grupos argentinos e brasileiros com os conglomerados transnacionais, que passaram a controlar a produção e a circulação de produtos culturais nos respectivos mercados nacionais e no mercado latino-americano, aumentou seu poder político e econômico.

3. Concentração e internacionalização dos meios

Ao final dos anos 80, a nova lógica de funcionamento do setor de comunicações desencadeou, na Argentina e no Brasil, a concentração do setor, com a formação de grandes oligopólios: o Grupo Clarín, na Argentina, e o Grupo Globo, no Brasil. A partir dos anos 90, eles se transformaram em grupos multimidiáticos graças às regulamentações então aprovadas, que resultaram dos fortes e agressivos lobbies dos grupos nacionais e internacionais, os quais estavam interessados em investir no setor mais rentável e promissor desses dois países, tanto quanto internacionalmente.

Ambos os grupos, iniciaram suas atividades no meio gráfico; foram expandindo suas atividades em sentido horizontal a tal ponto que têm atualmente inserção em mercados de diversas plataformas: rádio FM, TV aberta, diferentes tecnologias de TV paga, serviços relacionados à Internet, mídia impressa e indústria fonográfica.

O grupo argentino Clarín¹ teve início em 1945, com a fundação do jornal *Clarín* (Figura 1) por Roberto Noble, e se manteve como órgão de imprensa independente durante o período peronista, não colaborando nem se opondo a esse governo.



Elaboração a partir de Alborno (2000)

A posição de meio de comunicação de abrangência nacional foi alcançada na década de 60 graças aos sucessivos benefícios advindos das políticas desenvolvimentistas dos governos da época.

Durante as ditaduras militares na Argentina, o grupo Clarín, já consolidado, começou a realizar investimentos em outras áreas da produção cultural; no entanto, a maior expansão veio a ocorrer somente na década de 80, mediante a aquisição da Radio Mitre. O processo ocorrido no governo Menén de privatizações dos canais de televisão aberta de Buenos Aires, os quais, até aquele momento, eram de propriedade estatal e dependentes da outorga de licenças, facultou ao grupo Clarín a aquisição do canal 13. Com essa aquisição, o Clarín “se constitui como grupo multimídia e começa a experimentar um crescimento constante ampliando seu raio de ação desde o mundo gráfico ao audiovisual” (Albornoz, 2000).

Em 1992, esse grupo ingressou no mercado de TV paga, com a aquisição de um pequeno sistema já existente em Buenos Aires; isso dará origem ao Multicanal, o maior provedor de televisão a cabo na Argentina e na América Latina, com mais de um milhão de assinantes (Idem:190). Dois anos depois, o Grupo ingressou no setor de telefonia fixa, mediante a compra da Compañia de Teléfonos del Interior (CTI).

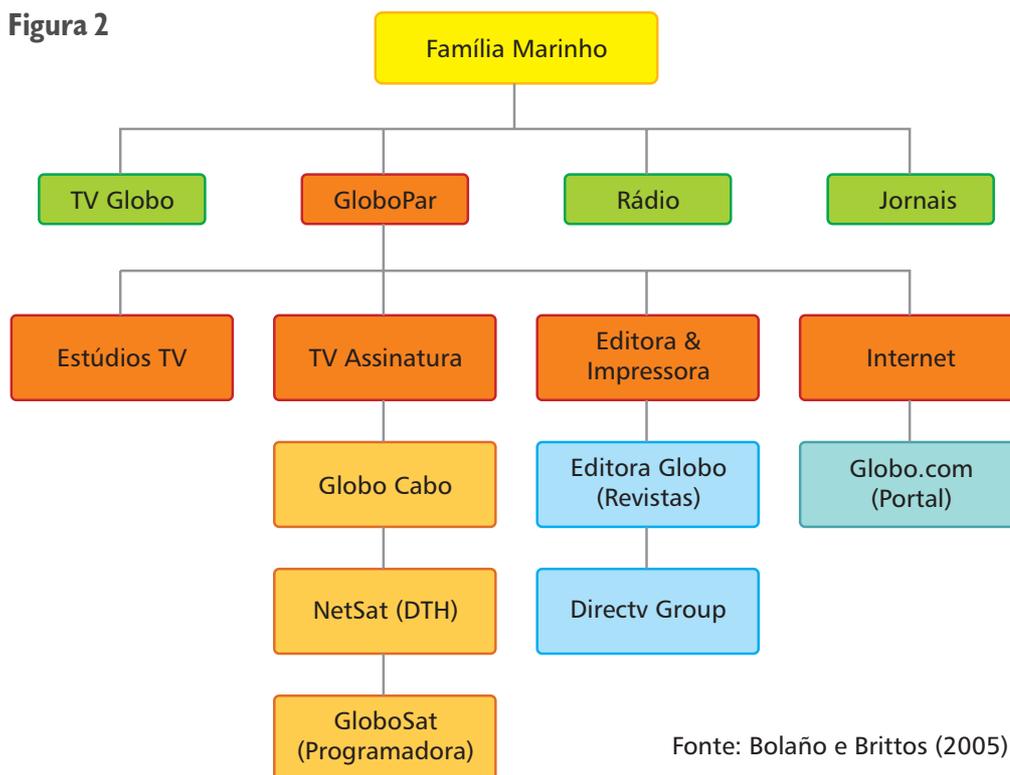
Por outro lado, o Clarín vem atuando no mercado de TV por satélite desde 1998. Nesse ano, o governo argentino assinou um convênio com os Estados Unidos para a transmissão por satélite, o que beneficiou o Grupo Clarín como o único operador local.

Em uma primeira configuração, o Clarín detinha 51% da *Directv* argentina; as demais ações eram de propriedade da Organização Cisneros e da Hughes, uma subsidiária da General Motors. Dados mais recentes apontam para outra configuração, ainda que os acionistas tenham-se mantido os mesmos: 74% para a Hughes; 20% para o Grupo Cisneros; e 4% para o Grupo Clarín, por intermédio da Raven Media Investment (ver Figura 4).²

Atualmente, o Clarín³ é o único grupo multimídia nacional – não absorvido pela CEI-TISA⁴, apesar de manter parcerias acionárias com este conglomerado – com atuação predominante na área de radiodifusão e, em processo de expansão, nas telecomunicações de dados e voz. Suas atividades abrangem uma ampla gama de meios de produção e de difusão cultural: jornais e revistas, impressão e distribuição de impressos, agências de notícias, canais de televisão aberta e operadora de televisão paga, canais de televisão paga, produtoras de audiovisuais, rádios FM e AM, provedor de Internet, portal de Internet, além da participação em telefonia e em empresas organizadoras de eventos.

No Brasil, o Grupo Globo, (Figura 2) pertencente à família Marinho, também tem suas origens ligadas à atividade gráfica, com a edição do jornal *O Globo*. Esse Grupo começou suas transmissões por televisão em meados da década de 60, sob o governo militar. Atualmente, é o maior produtor de conteúdos brasileiros para a televisão (4.400 horas/ano) e para exportação (Mastrini e Becerra, 2001). O sistema Globo de televisão aberta, a partir do qual o grupo foi construído, possui 118 emissoras, que cobrem 97,95% do território nacional.⁵ Para atingir todo o território, a Globo mantém parcerias com redes regionais, como a RBS (sul) e a EPTV (São Paulo), muitas delas controladas por políticos de grande destaque no cenário nacional, como José Sarney (afiliada do Maranhão) e Antônio Carlos Magalhães (afiliada da Bahia).

Figura 2



Fonte: Bolaño e Brittos (2005)

Desde o início dos anos 90, o Grupo Globo investiu, em parceria com grupos minoritários, na composição da maior empresa de TV paga do Brasil: a NET. Também investiu na montagem do “empacotamento” de canais com a grife NET para a criação de uma rede de franqueados. Sob a marca NET, encontram-se tanto canais norte-americanos (como o atual Universal Channel), quanto parcerias entre a Globo e as *majors* dos Estados Unidos (Telecine). Para obter a TV por satélite, a Globo tornou-se sócia majoritária da franquia brasileira da maior operadora do planeta, a Sky (de propriedade de Rupert Murdoch, que, no Brasil era o sócio minoritário).

Todavia, a Globo jamais se desviou de seu foco: a produção de conteúdos. A Globosat tornou-se a maior produtora, em língua portuguesa, de canais para TV. Com dinheiro fácil e barato e estimulada pela necessidade de haver uma convergência tecnológica, a Globo, ao mesmo tempo, tentou a sorte no mundo da telefonia e da transmissão de dados. Em parceria com a Itália Telecom, sua sócia no portal Globo.com, esse Grupo participou do leilão da privatização do Sistema Telebrás, numa tentativa, fracassada, de adquirir a Embratel com vistas à rede de satélites dessa operadora de longa distância.

Ainda com a Itália Telecom (e o Grupo Bradesco), a Globo formou a Maxitel, uma empresa operadora de telefonia celular, com atuação nos estados de Minas Gerais, Bahia e Sergipe. Com a Victori International, (sua sócia na operadora de pager Teletrim), Globo criou, ainda, a Vicom, uma empresa de transmissão de dados especializada na prestação de serviços para grandes grupos econômicos (Gindre, 2005).

Em 2002, esse império, não conseguindo saldar suas dívidas, teve que interromper muitos de seus projetos. A Globopar entrou em *default* e o Grupo desistiu das redes de transmissão de dados, voltando o seu foco para o conteúdo (Idem).

O Grupo Globo, especialmente por intermédio da *holding*⁶ Globopar, possui ramificações na televisão paga (NET e Sky⁷), na produção de conteúdos, nas indústrias fonográfica (Som Livre) e editorial (Editora Globo), além de ter um portal na Internet, o “globo.com”. Esse Grupo, ainda, produz e veicula programas de tele-educação através do “Canal Futura” e da série “Telecurso”.

Outra área na qual esse grupo vem atuando é a cinematográfica, em parceria com os grandes estúdios hollywoodianos, por intermédio da Globo Filmes. Alguns dos filmes produzidos nessa subsidiária alcançam grande êxito de bilheteria tanto nacional quanto internacionalmente, como foi o caso do filme “Central do Brasil”. Em sua atuação, a Globo Filmes adota duas estratégias: associa-se a grandes produtores nacionais (como no caso de “Carandiru”) ou transforma em filmes sucessos da produção televisiva (“Os normais”, “Casseta e Planeta”). Para divulgar tais produções, a Globo utiliza seus outros braços na indústria cultural e investe fortemente na publicidade dos longas-metragens. Um exemplo disso, é o filme “Carandiru”, cujo trailer foi exibido, antes da estréia, nos intervalos do Jornal Nacional, em inserções que custam R\$ 400.000,00; outro exemplo é o filme “Deus é Brasileiro”, que foi tema de reportagem no “Fantástico”, programa dominical da Rede Globo, além de ser assuntos de diálogos entre personagens de novelas.⁸

O Grupo Cisneros⁹, da Venezuela, apesar do país não fazer parte do Mercosul no momento da análise, tem uma forte inserção no bloco. Esse grupo atua no ramo de refrigerantes – engarrafamento de Coca Cola – e na siderurgia; no entanto, é na indústria cultural, em particular no setor audiovisual, que ele obtém maior receita. Em seus planos de expansão, esse grupo tem desenvolvido estratégias que visam a controlar estações de televisão na América Latina mediante a participação em estações nacionais, tal como ocorre com a Caracol, na Colômbia, e a Chilevisión, no Chile.

À frente deste processo, encontra-se o fundo de investimentos em meios de comunicação denominado IAMP (Ibero American Media Partners), que é formado em associação com HMTF (EUA). O Grupo Cisneros possui ações da *Directv* latino-americana e da *AOL Latin America* (AOLA), esta última com atuação no México, Argentina e Brasil; recentemente o grupo adquiriu o controle acionário do site *El sitio*. No Brasil, a AOL começou a atuar em 1999 e, hoje, conta, entre os seus acionistas minoritários, com o Banco Itaú. Para atingir o mercado de língua espanhola, o Grupo Cisneros associou-se à cadeia norte-americana Univisión e ao satélite Galavisión.

Na Argentina e no Brasil, os grandes grupos de mídia, originariamente familiares, começaram, a partir do final dos anos oitenta, a estabelecer parcerias com outros grupos de mídia, bem como com bancos internacionais de investimentos e fundos de pensão. O objetivo de tal estratégia foi, além de modernizar os equipamentos e, parcialmente, as técnicas gerenciais, o de expandir os negócios em novas áreas como a Internet, a telefonia celular e a TV por assinatura, em um claro processo de convergência tecnológica.

Entre os grupos comunicacionais latino-americanos e os grandes conglomerados internacionais há semelhanças estruturais:

En América Latina los grupos como Televisa, Cisneros, Globo y Clarín dominan el mercado regional y su comportamiento tiene una lógica semejante a la que observan los principales actores corporativos a escala global: son grupos multimedia con ramificaciones a otras

actividades comunicacionales(centralmente: telecomunicaciones; informática; indústria gráfica) pero también a otras ramas de la industria y el comercio (Mastrini e Becerra, 2001:192).

As estratégias de parceria com vistas à entrada de capitais e à renovação tecnológica referem-se, especialmente, a formas diferenciadas de integração tanto vertical, quanto horizontal e de convergência tecnológica. A última diz respeito à diversificação de operações em uma área do setor pela oferta de diferentes tipos de serviços e produtos; a primeira constitui-se na integração das diferentes etapas da cadeia de produção e de distribuição de um bem ou serviço, por exemplo, quando um grupo detém o controle sobre as várias etapas da produção de programas de televisão até a sua respectiva veiculação, comercialização e distribuição. Por sua vez, a convergência tecnológica refere-se, basicamente, à fusão de meios de transmissão e comunicação.¹⁰

Como tendência de integração vertical, observa-se a inserção de um mesmo grupo nas diferentes etapas de produção de bens culturais. Em alguns setores, como é o caso da edição de filmes, tal inserção se torna mais difícil, em função do alto custo da aparelhagem necessária; mas, em outros setores, já é uma realidade. Exemplo disso, é o Grupo Globo, que é não apenas o produtor dos conteúdos televisivos, como também o responsável pela distribuição deles em outros países e pela circulação em território nacional.

A tendência de integração horizontal é mais visível à medida que esses grupos ampliam suas atividades para outras ramificações da indústria cultural. Tanto quanto a integração vertical, esta pode se dar não somente pela diversificação das atividades do grupo a partir da incorporação de novas funções, como também por meio de parcerias com outras *holdings* ou grupos multimídia.

Essas relações podem ser identificadas por intermédio de alguns exemplos. O Grupo Silvio Santos, que é o proprietário do Sistema Brasileiro de Televisão (SBT), recentemente, ingressou no mercado de venda de computadores. A publicidade é veiculada pela televisão aberta e, também, pelo site; os computadores são financiados pelo Banco Pan-Americano, propriedade do Grupo. O *pacote* adquirido com a compra do computador contém CDs com demonstrações de jogos e aplicativos, tal como o “Show do Milhão”, programa televisivo do SBT.

As estratégias desses dois grupos expressam um processo de convergência tecnológica. Elas revelam “a capacidade do uso de uma mesma plataforma de rede de telecomunicações para transporte de diferentes serviços: telefonia, vídeo, música e Internet” (Quintella e Cunha, 2004). Ao se integrarem vertical e horizontalmente, os grupos potencializam não somente o desenvolvimento, como também o consumo de produtos e de serviços cruzados entre empresas de diferentes setores da indústria da comunicação e do entretenimento.

Ao mesmo tempo essa convergência demanda fusões de capitais e participações cruzadas. Duas das áreas mais notáveis de aplicação da convergência tecnológica são as telecomunicações e a Internet. Os aparelhos de telefonia móvel oferecem os serviços tradicionais e recebem mensagens enviadas por correio eletrônico e notícias. Por outro lado, existem diversas empresas oferecendo serviços de comunicação de voz e vídeo pela Internet.

Um dos casos mais evidentes de convergência tecnológica, no Brasil, é a parceria entre a Globo e a Microsoft – acionista minoritário (11,5%) da Globo Cabo – para o

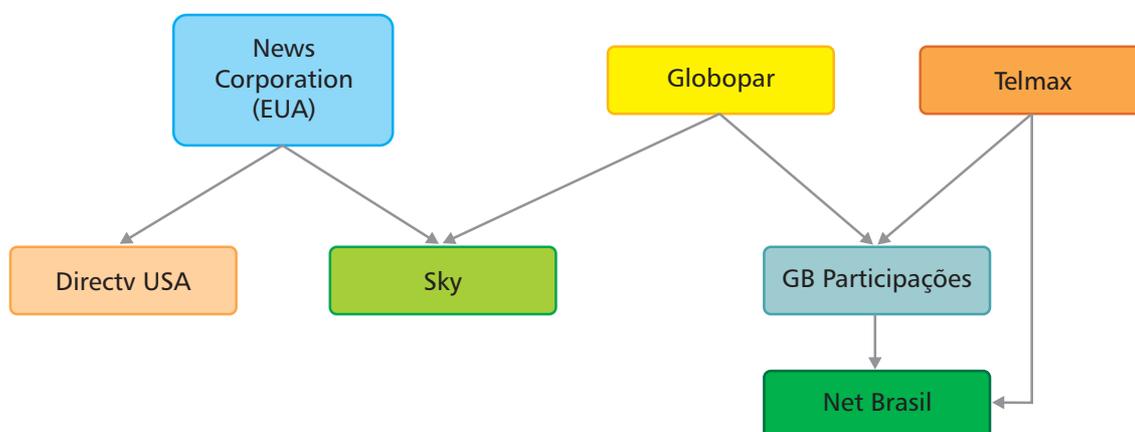
oferecimento de serviços de Internet de banda larga por empresas de televisão por assinatura. Uma destas, a Net, atualmente está disponibilizando o serviço Virtua, de Internet banda larga, para seus assinantes. O mesmo acontece com empresas de telefonia, como a GVT, que disponibiliza telefonia fixa e acesso à Internet (discada ou banda larga). Empresas como a GVT e a Brasil Telecom, ainda, estabelecem parcerias com lojas virtuais – notadamente a “americanas.com” – por meio das quais o usuário pode adquirir o *modem* para o acesso à Internet.

Outro exemplo de convergência são as associações, cada vez mais freqüentes, entre provedores de acesso à Internet (Terra, Aol, Globo) e as empresas de comunicação de massa, tais como editoras de revistas e jornais e televisão. A editora do Grupo Abril (revistas, jornais, etc.), ao disponibilizar seus conteúdos para os assinantes do provedor de Internet UOL, criou uma nova forma de acesso aos conteúdos por ela produzidos. A forma tradicional deste acesso foi alterada; antes era baseada no deslocamento do consumidor e na materialidade do produto. No novo sistema, basta assinar o serviço da UOL e acessar a Internet para receber os conteúdos da editora do Grupo Abril.

A convergência tecnológica não foi unicamente uma estratégia para fazer frente aos riscos decorrentes da instabilidade econômica vivida pela Argentina e pelo Brasil. Ela também foi o caminho encontrado pelas empresas para a respectiva modernização tecnológica. Mediante essa convergência, além de serem construídas alianças entre empresas produtoras de conteúdos e as de suporte tecnológico, também se acelerou o processo de diversificação do controle acionário das indústrias culturais dos países.

O Grupo Globo, desde 2002, vêm abrindo suas empresas ao capital estrangeiro como forma de reorganizar sua dívida, estimada em mais de 1,5 bilhão de dólares e contraída nos anos noventa durante o processo de abertura da economia brasileira. A figura¹¹ permite visualizar o resultado do recente processo de reestruturação da Globopar (Figura 3), *holding* para TV por assinatura do Grupo Globo. Ele se constituiu em um exemplo da forma como vem ocorrendo o processo de integração entre grupos nacionais e transnacionais na indústria cultural latino-americana. Com o processo de reestruturação, a Globopar passou a ter como sócios a Telmex, do empresário mexicano Carlos Slim, e a News Corporation, do magnata australiano Rupert Murdoch.

Figura 3: Esquema da Reestruturação da Globopar



Com a fusão das duas maiores empresas operadoras de transmissão DTH (*direct to home*) no Brasil, Sky e *Directv*, nasceu uma única *holding* que controlará mais de 90% deste segmento de televisão. Para o Grupo Globo, esse processo de fusão serviu para reduzir parte da dívida de sua *holding* Globopar, pois a News Corp, ao adquirir 49,7% das ações da Sky Brasil, acabou absorvendo parte dessa dívida (Pay TV, 22/03/05). No caso da TV por satélite, a legislação brasileira não impõe nenhum limite ao capital internacional.

No caso da *holding* GB Participações, que nasceu da aquisição de parte do capital da Net Serviços pela Telmex, 51% das ações ficaram com o Grupo Globo e o restante com a empresa de Carlos Slim. A Telmex, além da sociedade na GB Participações, possui participação direta na Net Serviços. Isto lhe garante, indiretamente, o controle de 60% do total de ações desta empresa, burlando a Lei do Cabo no Brasil, que estabelece o máximo de 49% de participação de capital estrangeiro (*Folha de S. Paulo*, 7 de julho de 2005, p. E4).

O endividamento do Grupo Globo, antes mencionado¹², insere-se no contexto do processo de liberalização econômica e reestruturação produtiva que ocorreu no Brasil e em outros países da América Latina nos anos noventa. Neste período, as empresas de televisão aberta, de rádio, de jornais e de revistas (os meios mais tradicionais de mídia), para manterem sua hegemonia no território nacional e conquistarem sua inserção competitiva em outros mercados, viram-se na contingência de incorporar novas tecnologias e, conseqüentemente, realizar maiores investimentos. A formação de alianças com grupos nacionais e estrangeiros foi a estratégia adotada.

Para ingressar no mercado de Internet e nos sistemas de TV por assinatura (MMDS, Cabo e DTH)¹³, o Grupo Globo teve que investir em novas tecnologias. Além de um portal de Internet, o grupo investiu, por meio da sua *holding* Globopar, nos sistemas de TV a Cabo; por meio da NET, no sistema MMDS; e, por meio da SKY, em parceria com a News Corporation de Rupert Murdoch, em DTH.

A adoção de uma determinada inovação por uma empresa de TV não se dá em geral com o objetivo de reduzir custos, como em outras indústrias. Dá-se fundamentalmente para servir a uma estratégia de diferenciação de produtos, que é vital para que ela sustente ou amplie sua participação no que se refere à audiência e o mercado anunciante, o que faz que a influência dessa adoção sobre os preços não seja imediata e tampouco vá no sentido da sua redução, mas ao contrário (Bolaño, 2004:77).

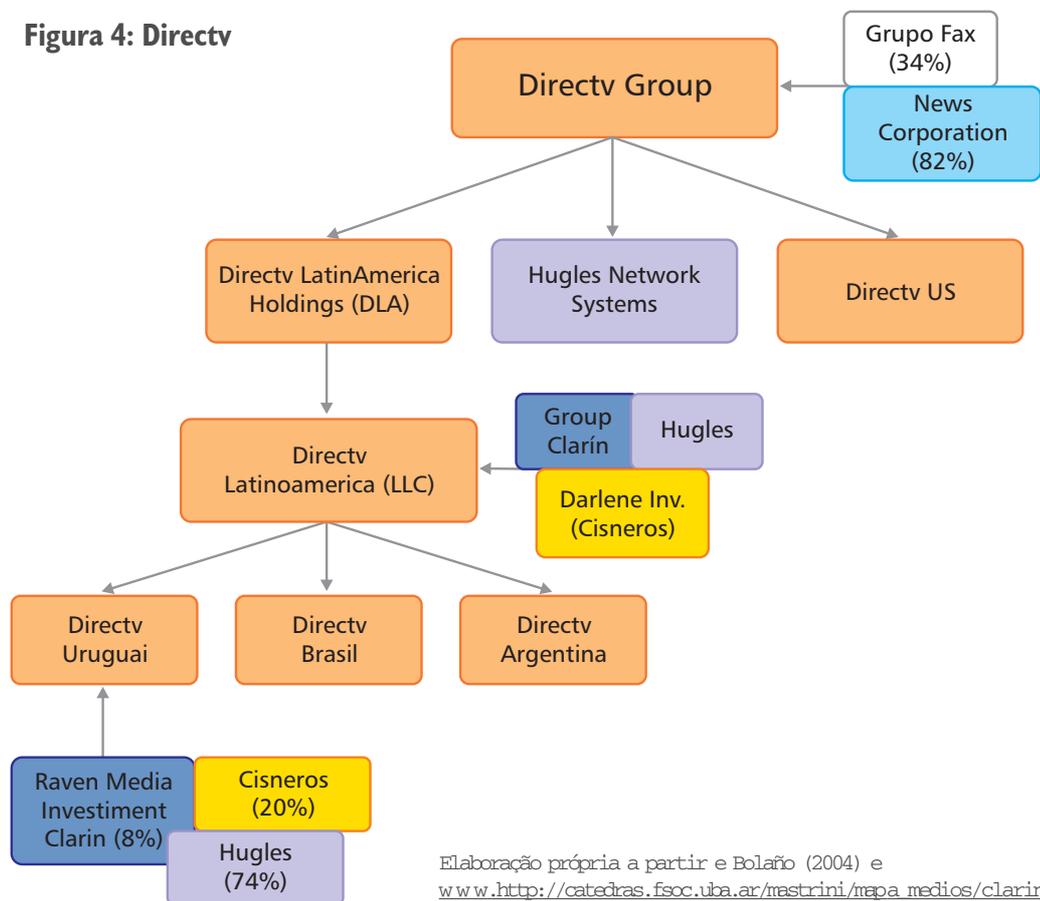
Além da necessidade de contar com novos investimentos, outro fator externo no processo de endividamento do Grupo Globo foi a desvalorização cambial do real ocorrida no final dos anos 90. Em anos anteriores, as empresas atuantes no mercado brasileiro haviam realizado vultosos empréstimos para investir em novas tecnologias. Nessa época, com a taxa de câmbio do real com o dólar favorável, elas assumiram empréstimos que, com a posterior desvalorização cambial, tornaram-se impagáveis.¹⁴

Na Argentina, a abertura aos capitais estrangeiros foi anterior e maior do que a ocorrida no Brasil. Esse processo de integração financeira foi baseado em aportes financeiros mais vulneráveis a crises e turbulências econômicas¹⁵, como na crescente participação de grandes fundos de pensão norte-americanos HTM&F e Citicorp. Seus capitais impulsionaram o projeto de expansão e modernização tecnológica do Clarín.

Como conseqüência desse movimento de capitais e investimentos, uma vertiginosa dinâmica transforma o cenário local das comunicações, dando lugar ao aparecimento de um virtual duopólio privado protagonizado pelo Grupo Clarín e o *tandem* CEI-TISA, que controlam quatro dos cinco canais abertos da Cidade de Buenos Aires, 95% dos assinantes do sistema de televisão distribuída por cabo, o jornal de maior circulação no país, as principais emissoras de radio AM e FM; têm uma presença dominante na prestação de serviço básico telefônico e em telefonia celular, no acesso à Internet e na elaboração de conteúdos em espanhol. Ambas disputam o controle da formação da opinião pública a partir de grande parte da produção de conteúdos mediáticos (Albornoz, 2000).

Além de grupos e de capitais europeus e norte-americanos, grupos latino-americanos têm tido importante atuação no campo das indústrias culturais da Argentina e do Brasil. O conglomerado dirigido pelo empresário mexicano Carlos Slim, grande investidor em telefonia, com projetos de ingressar nos negócios da TV por assinatura¹⁶, tem revelado uma forte atuação no Mercosul.

Figura 4: Directv



A Figura 4 descreve os processos de inserção de capitais de origem latino-americana, em parceria com capitais transnacionais, no Mercosul. O Grupo Cisneros, mediante sua participação na *holding* Directv Latinoamerica (LLC), atua em quase toda a América Latina. A LLC é uma das empresas do Grupo Directv, com sede nos Estados Unidos, que tem entre seus acionistas a Fox e a News Corporation. Entre os

acionistas da LLC estão o Grupo Clarín, o Grupo Cisneros (através do Darlene Investments) e a Hughes, subsidiária da General Motors. A *Directv* latino-americana investe diretamente em três países do continente por meio da *Directv* Brasil, *Directv* Argentina e *Directv* Uruguai, responsáveis pela transmissão e programação nesses países. Em todos os casos, os acionistas são os mesmos da LLC, possuindo apenas percentuais diferenciados. Dessa forma, Hughes, Organizações Cisneros e Clarín investem diretamente nas *Directvs* nacionais e também na *holding* latino-americana, ampliando e, ao mesmo tempo, fortalecendo a organização em rede da indústria cultural no continente.

A formação de redes entre grupos argentinos e brasileiro de comunicações, como se pode ver, articulou, por mecanismos de convergência tecnológica, integração vertical e/ou horizontal ou parcerias acionárias, os grupos nacionais entre si e estes com os grandes conglomerados transnacionais. Os grupos nacionais, todavia, somente estabeleceram alianças e parcerias entre si pela mediação de grupos de fora da região e, até, do continente.

Conclusões

A integração regional dos mercados de telecomunicações de massa tem-se acentuado por meio de associações e fusões empresariais com especial participação de capitais extra-Mercosul. Uma situação relativamente nova nesse campo, que não é acompanhada por políticas de regulação nacionais ou regionais focadas na diminuição da vulnerabilidade dos capitais aportados com a aberta financeira nos países do Mercosul (Getino, 2005). O abandono, pelos Estados nacionais, das indústrias culturais, às forças do mercado, e a desregulamentação/ rerregulamentação das comunicações levaram à criação, na região, do “Estado Zero” nesse terreno e à supremacia da racionalidade mercantil.

Nesse último aspecto, a concentração dos meios de comunicação em poucas mãos – o Clarín, na Argentina, e a Globo, no Brasil – e o processo de “estrangeirização” pelo qual passaram tiveram como conseqüência a marginalização das pequenas empresas, dos grupos de produtores independentes e da própria sociedade civil, à qual restou, apenas, a condição de espectadora/consumidora. O acesso a informações de origens culturais e ideológicas diversas foi entregue à “Mão Invisível do Mercado”.

A concorrência entre os conglomerados midiáticos na produção e, principalmente, na distribuição de conteúdos, assim como ocorre em outros campos, acrescentou uma nova feição ao atraso dos países. Também no campo cultural, argentinos e brasileiros são mais importadores do que exportadores de produtos culturais, na medida em que “às assimetrias materiais se incorporam as assimetrias simbólicas” (Hopenhayn, 2004).

Se a desregulamentação tem sido a estratégia adotada pelos governos nacionais no campo da radiodifusão e das telecomunicações, no Mercosul tem predominado o descaso por elas. Poucas e tímidas têm sido as iniciativas conjuntas dos governos, grupos empresariais e outros agentes culturais para o estabelecimento de políticas e normas jurídicas que possibilitem planejar a integração cultural. O avanço das telecomunicações, por si só, não é condição suficiente para que haja um mútuo reconhecimento entre os povos da região. É, necessário, antes de tudo, conhecer as

particularidades culturais e socioeconômicas de cada país e da região por meio de estudos e pesquisas e investir assertivamente na reforma e melhoria da educação de base nos países integrantes, sendo a coordenação política por uma legislação supranacional uma boa possibilidade de harmonizar e estimular o processo de integração cultural.

Certamente, a convergência tecnológica da indústria cultural, a convergência de suportes e de tipos de meios, a convergência de mega-fusões mediáticas, tornadas realidade graças à convergência no mundo financeiro, e as semi-convergências em sensibilidades e produtos podem ser veículos tanto de homogeneização cultural como aproximação das culturas nacionais. O primeiro processo tem como resultado o nascimento, sob a forma de mercadoria, de uma cultura internacional-popular, lançada e consumida, simultaneamente, em diferentes mercados nacionais e internacionais. O conhecimento das diversas culturais nacionais, também, é possibilitado pela revolução ocorrida nas telecomunicações que, ao eliminarem as distâncias físicas e reduzirem os custos de transmissão, aproximaram os “outros” do “nós”.

A integração cultural no Mercosul não depende, pois, apenas das telecomunicações. É necessário que ela se ponha a serviço da construção de símbolos comuns que valorizem as raízes culturais comuns dos povos de cada uma das nações, fundamentais para o nascimento de uma comunidade regional.

Notas

- 1 A maior parte das informações aqui apresentadas, bem como maiores detalhes, são encontrados em Albornoz (2000).
- 2 As informações mais recentes sobre o Clarín foram retiradas do Mapa dos Meios de Comunicação na Argentina, http://catedras.fsoc.uba.ar/mastrini/mapa_medios/mapamedios.htm.
- 3 Albornoz (2000:190) apresenta como grande diferencial do Grupo Clarín o fato de que suas parcerias não o submeteram a outros sócios; e, dessa forma, pode oferecer como garantia de financiamentos internacionais 82% de seus ativos (GC Domínio, de propriedade de Ernestina Herrera de Noble, Héctor Magneto, Lucio Pagliaro e José Aranda); os outros 18% pertencem a Goldman Sachs AS.
- 4 O CEI (Citicorp Equity Investments) e a TISA (Telefónica Internacional) formaram um conglomerado a partir de várias associações formalizadas entre 1990 e 1999 (Albornoz, 2000: 194).
- 5 Fonte: http://comercial.redeglobo.com.br/atlas2004/mapas/php/con_brasil.php.
- 6 *Holding*: Forma de organização de empresas surgida após os trustes terem sido postos na ilegalidade. Consiste no agrupamento de grandes sociedades anônimas. Sociedade anônima é uma designação dada às empresas que abrem seu capital e emitem ações que são negociadas em bolsa de valores. Neste caso, a maioria das ações de cada uma delas é controlada por uma única empresa, a *holding*. A ação das *holdings* no mercado é semelhante a dos trustes. Uma *holding* geralmente é formada para facilitar o controle das atividades em um setor. Se ela tiver empresas que atuem nos diversos setores de um mercado como o da produção de eletrodomésticos, por exemplo, abocanha gordas fatias desse mercado e adquire condições de dominar seu funcionamento (<http://www.economiabr.net>).
- 7 Além de ações na Net Sky, a Globo participa do processo recente de fusão Sky-*Directv*.
- 8 Ver: <http://www2.uol.com.br/revistadecinema/edicao41/globofilmes/index.shtml>, acesso em 15 de abril 2005.
- 9 A maior parte das informações aqui citadas foram extraídas da obra de Mastrini e Becerra (2001: 198–199).

- 10 Essas estratégias podem muitas vezes estar fundidas ou aproximadas. Aqui, não detalharemos as especificações, respeitando as limitações dos dados com os quais trabalhamos.
- 11 Elaboração própria a partir de *Folha de S.Paulo*, 7 de junho de 2005.
- 12 Para um balanço sobre as atividades da Rede Globo desde sua fundação até o período atual, ver Bolaño e Brittos (2005).
- 13 MMDS: Sistema de TV por microondas, no qual o sinal, emitido por um satélite geo-estacionário, é recebido por uma estação retransmissora e reenviado para pequenas antenas instaladas na residência do assinante. TV a Cabo: Sistema no qual o sinal é captado por uma antena instalada em uma estação retransmissora e, partir desta, enviado, por cabo coaxial ou fibra ótica, para a residência do assinante. DHT ou DBS: Sistema no qual o sinal é diretamente captado, do satélite pelo assinante na sua residência, em pequenas antenas parabólicas, dispensando retransmissora (Ex. Sky e *Directv*).
- 14 Segundo notícia publicada no site Pay Tv (disponível em: <http://www.paytv.com.br>), especializado em TV por assinatura: “A Globo anunciou, no final de outubro [2002], aquela que talvez seja a decisão mais difícil vivida pelo grupo do ponto de vista empresarial: não tem mais condições de suportar seus compromissos financeiros na conjuntura econômica atual, e vai reestruturar suas dívidas. O anúncio foi feito, na verdade, pela Globopar, justamente a *holding* do grupo que participa de todas as empresas de TV paga (Sky, Net Serviços e Globosat). E, para deixar a situação ainda mais séria, além de anunciar a reestruturação, a Globopar afirmou que não teria condições de honrar os vencimentos antes da renegociação. O ato se tornou, segundo a própria Globopar, inevitável devido ao cenário macroeconômico, ao nível de endividamento e às perspectivas de retorno dos investimentos em TV paga. Fonte: Pay-TV, 11/2002.
- 15 Sobre as características, modelos e problemas da especulação financeira em âmbito global, ver: Chesnais (1996a e b).
- 16 A telefonia é somente uma parte do conglomerado de Carlos Slim. Ele também é dono de uma construtora, de uma corretora de valores, de hotéis, de 400 lojas de varejo no México, de mineradora, de indústria química, de companhias ferroviárias. Ele também fabrica material elétrico e autopeças. Recentemente, entrou para o *mundo de Marlboro* ao comprar ações da Philip Morris. E, ainda, divide, com Bill Gates, a criação do portal T1MSN, voltado para a comunidade hispânica.

Referências bibliográficas

- ALBORNOZ, Luis A. (coord.) (2000), *Al fin solos... la Nueva Televisión del Mercosur*. Buenos Aires, Cicus-La Crujía.
- ARUGUETE, Natália (2003), “Concentración en el Escenario Comunicacional”. *Revista Realidad Económica*. Buenos Aires, nº 7.199, 1º de outubro-15 de novembro, <http://www.iade.org.ar/Re/Articulos/Na/art/articulo%20199.html>, acesso em 14/6/2005.
- BOLAÑO, César (2004a), *Mercado Brasileiro de Televisão*. 2. ed. São Paulo/Aracaju, EDUC/UFS.
- _____. (2004b), “O Mercado das Comunicações no Brasil e na Argentina e a Política Externa Brasileira em Matéria de Comunicação”. *XXV Congresso Anual em Ciência da Computação*. Salvador (BA), 4 de setembro.
- _____. (2003), *Política de Comunicação e Economia Política das Telecomunicações no Brasil*. 2 ed. Aracaju, UFS
- ____ e BRITTOS, Valério Cruz (orgs.) (2005), *Rede Globo: 40 Anos de Poder e Hegemonia*. São Paulo, Paulus.
- CASTRO, Daniel (2005), Band Acusa Globo de Barrar seus Canais. *Folha de São Paulo, Folha Ilustrada*, 7 de junho, p. E4.
- CHESNAIS, François (org). (1996), *A Mundialização Financeira*. São Paulo, Xamã.
- _____. (1996), *A Mundialização do Capital*. São Paulo, Xamã.

- ESTEINOU MADRID, Javier. *Siglo XXI, Leyes del Mercado y Nuevo Proyecto de Comunicación en America Latina*, <http://www.geocities.com/CapitolHill/Congress/3768>.
- FERNÁNDEZ, Fernando Quirós e CABALLERO, Francisco Sierra (2001), *Comunicación, Globalización y Democracia: Crítica de la Economía Política de la Comunicación y la Cultura*. Sevilla, Comunicação Social.
- GASTAL, Rita. (1995), *Tv a Cabo: Origem, Tecnologia e Evolução no País*. Pelotas, Educat.
- GETINO, Octavio (2005), "Las Industrias del Audiovisual en el Mercosur", *Miradas: Revista del Audiovisua*, <http://www.miradas.eictv.co.cu/>, acesso em 3/7/2005.
- _____. *A Cultura como Capital*, <http://www.econ.uba.ar/www/institutos/oc2004/Ponencias/Ponencia%20Octavio%20Getino.doc>, acesso em 3/7/2005.
- HERNANDEZ, Pablo et alii. *Hacia una Convergencia Intersectorial? Análisis de la Nueva Normativa en Materia de Radiodifusión y Telecomunicaciones en Argentina*. (2002), <http://www.eptic.com.br/EPTIC%20IV-1.pdf>, acesso em 3/7/2005.
- HOPENHAYN, Martín. (2004), *Ser visibles o No Ser Nada: Industrias Culturales en el Ojo del Huracán*, <http://www.revistapolis.cl/9/serono.doc>, acesso em 3/7/2005.
- MASTRINI, G. e METMAN, M. ¿Desregulación o Rerregulación? De la Derrota de las Políticas a las Políticas de la Derrota, <http://catedras.fsoc.uba.ar/mastrini/textos/desregulacion.doc>, acesso em 8/07/2005.
- MASTRINI, Guillermo e BECERRA, Martín (2001), "Cincuenta Años de Concentración de Médios en América Latina: Del Patriarcado Artesanal a la Valorización en Escala", in Fernández, Fernando Quirós e Caballero, Francisco Sierra. *Comunicación, Globalización y Democracia: Crítica de la Economía Política de la Comunicación y la Cultura*. Sevilla, Comunicação Social, pp.179-208.
- MORAES, Denis de (2001), *O Concreto e o Virtual: Mídia, Cultura e Tecnologia*. Rio de Janeiro, DP&A.
- QUINTELLA, Heitor e CUNHA, Américo Brígido. *A Convergência Tecnológica e a Percepção de Valor nos Serviços de Telecomunicações*, <http://www.comciencia.br/reportagens/2004/08/14.shtml>, acesso em 25/6/2005.
- REGGINI, Horacio. El Mercosur y las Telecomunicaciones, <http://www.recyt.org.ar/Reggini.htm#Resumen>, acesso em 3/7/2005.

Resumo

Neste trabalho, questiona-se o papel das telecomunicações como ponte cultural no Mercosul. A análise do modelo comercial predominante nos meios de comunicação, da desregulamentação destes e da internacionalização ocorrida na Argentina e no Brasil mostra como ocorreu sua concentração e a marginalização das pequenas empresas e dos grupos de produtores independentes. Em tais processos, a preocupação com a integração das culturas nacionais esteve totalmente ausente e à sociedade civil de ambos países restou a condição de espectadoras/ consumidoras.

Abstract

This paper examines the role of telecommunications as a cultural bridge in Mercosur. An analysis of the prevailing commercial model in the media in Argentina and Brazil and of their deregulation and internationalization demonstrates increased concentration of ownership and the marginalization of small companies and independent producers. A concern with the integration of national cultures was not a factor in these processes and the only role available to the societies of the two countries was that of spectator and consumer.