



CÂMARA DOS DEPUTADOS

AROLDE DE OLIVEIRA

DEPUTADO FEDERAL-PDS-RJ

ATIVIDADES PARLAMENTARES



*"DIRIGE OS MEUS PASSOS NOS
TEUS CAMINHOS, PARA QUE AS MINHAS
PEGADAS NÃO VACILEM"*

SAL, 17:5

BRASÍLIA - 1983



CÂMARA DOS DEPUTADOS
Centro de Documentação e Informação

ATIVIDADES PARLAMENTARES

Pronunciamentos do Deputado
Arolde de Oliveira - PDS/RJ

Coordenação de Publicações
BRASÍLIA – 1983

CÂMARA DOS DEPUTADOS

SEPARATAS DE DISCURSOS, PARECERES E PROJETOS

47ª Legislatura — 1ª Sessão Legislativa nº 229

SUMÁRIO

APRESENTAÇÃO	5
IMPACTO DO PACOTE DAS ESTATAIS.....	7
RECURSOS PARA PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS.....	15
CONSIDERAÇÕES SOBRE RECEPÇÃO DE TV VIA SATÉLITE.....	18
APROVEITAMENTO DOS FUNCIONÁRIOS DA DELFIN PELA CAIXA ECONÔMICA.....	13
MEIOS ELETRÔNICOS DE COMUNICAÇÃO DE MASSA.....	15
Introdução	15
Evolução do Processo comunicativo	16
A Integração dos Meios de Comunicação	18
Mensagem versus Público	20
Impacto sobre o Comportamento Social	22
Conclusões	25
POLÍTICA GOVERNAMENTAL DE INFORMÁTICA	28
Simpósio de Informática no Senado Federal	28

APRESENTAÇÃO

Este documento reúne ideias e posicionamentos sobre alguns temas que abordei no decurso da sessão Legislativa de 1983. Não tem outra pretensão a não ser o fortalecimento dos elos de ligação mantidos com os eleitores e amigos que acreditam e apóiam o meu trabalho. São pessoas, como costume dizer, co-responsáveis na minha atividade política, as quais precisam de um permanente relacionamento de dupla via, para que possam participar do processo decisório em matérias de interesse maior.

O político em mandato legislativo deve ser, antes de tudo, um intérprete fiai e defensor veemente dos anseios, aspirações e opiniões do público que representa. Em nosso país, onde a sociedade civil não está plenamente organizada e, por conseguinte, os partidos políticos carecem de autenticidade, este contato direto assume importância vital para a prática da democracia.

Neste primeiro ano de mandato procurei centrar a minha ação no aprendizado dos mecanismos e processos legislativos, além de atuar em nível das comissões permanentes da Câmara dos Deputados de acordo com a minha formação profissional nas áreas de telecomunicações e de informática. Procurei, também, abrir novos canais de diálogo entre o setor de Comunicações e o Poder Legislativo, tanto encaminhando diretamente os assuntos de interesse como apoiando iniciativas de outros colegas.

Quanto à minha comunidade evangélica, à qual credito a maior parte deste mandato de Deputado Federal, prossegui na tarefa, junto com os pastores e líderes, de buscar o reconhecimento de seu importante papel no seio da sociedade brasileira. Graças a Deus e à sensibilidade do Presidente JOÃO BAPTISTA FIGUEIREDO, encerramos o ano de 1983 com mais um ato concreto reafirmando aquele reconhecimento, qual seja o da concessão do canal 13 de televisão no Rio de Janeiro para um dos maiores evangelistas do Brasil, o Pastor Dr. NILSON DO AMARAL FANINI.

Finalmente, desejo reafirmar a minha convicção de que a via política, norteada em princípios éticos e trilhada conforme os valores morais, constitui o caminho mais seguro para superarmos, com menores sacrifícios, a difícil quadra que atravessamos.

Contem comigo como eu conto com vocês
AROLDE DE OLIVEIRA

IMPACTO DO “PACOTE” DAS ESTATAIS

O SR. AROLDE DE OLIVEIRA (PDS — RJ. Pronuncia o seguinte discurso.) — Sr. Presidente, Srs. Deputados, as empresas estatais têm sido apresentadas à Nação como vilões da dívida interna. Todos sabemos que variam do bom ao mau os níveis de desempenho dessas organizações, e que algumas delas estão em dificuldades devido a projetos que se tornaram inviáveis. Se umas distribuem lucros fictícios, obtidos através de artifícios contábeis, outras existem com elevadas produtividades e são lucrativas; se umas garantem privilégios abusivos a diretores e empregados, outras pagam 13 salários, e os benefícios de seus quadros são legítimas conquistas sociais; se umas são aparentemente desnecessárias, outras são vitais à economia nacional; enfim, como o Governo não precisa de bodes espiatórios, que seja dado conhecimento à Nação sobre a realidade das estatais. A generalização nivela por baixo e o controle pode tornar-se injusto, penalizando, exatamente, as empresas bem organizadas.

A hora é de sacrifícios, ninguém pode contestar. Mas é necessário que a carga de compressão das despesas seja distribuída, primeiro, de acordo com o grau de saneamento recomendável, depois conforme a repercussão na sociedade. A estatização avançou muito em todos os setores das atividades nacionais, por isso a imbricação das estatais com a vida das comunidades é de tal ordem, que um erro de medida põe em risco a própria paz social e o equilíbrio do setor produtivo, seja pelas revoltas que pode gerar, seja pelas vulnerabilidades que pode criar.

O Setor de Telecomunicações, por exemplo, apresenta um bom desempenho na área da administração indireta. Além das tarifas dos serviços serem reajustados com índices inferiores à inflação, e de subsidiar outros setores da administração pública (repassa 70% do Fundo Nacional de Telecomunicações), consegue, ainda, realizar lucros reais e manter os serviços em níveis razoáveis de qualidade e de quantidade. Paga 13^o salários, não concede participação nos lucros, e os benefícios de seus empregados situam-se no rol das conquistas sociais. Trata-se do setor “porta de acesso” à sociedade pós-industrial, onde a informação será o principal recurso estratégico, e a codificação do conhecimento o eixo axial, portanto, deve ter um tratamento prioritário.

O modelo de mercado monopsonico que o caracteriza gerou uma indústria fornecedora de bens e serviços totalmente cativa, e que hoje reúne centenas de fábricas de peças e equipamentos. Cerca de 70% delas apresentam faturamento anual inferior a 160 mil valores de referência (MVR). Justamente essa faixa industrial, que possui os maiores índices de nacionalização do capital, e dos produtos que fabrica, é a que mais sofre com os cortes de investimentos das estatais. Elas possuem pouco fôlego financeiro, alguns meses sem contratos pode ser fatal à sua sobrevivência, por outro lado, são os que geram mais emprego por unidade monetária aplicada, além de formarem e preservarem as reservas gerenciais nacionais de que tanto carecemos. Muitas mantêm dispendiosos laboratórios de desenvolvimento de novos produtos, manipulando tecnologias de ponta, sendo bastante dinâmicas e competitivas tanto no mercado interno quanto no internacional.

Infelizmente, o corte de investimentos das estatais do setor de telecomunicações não estabelece um mecanismo de preservação desse importante segmento produtivo, que já está apresentando fortes sinais de exaustão, com inúmeras empresas encerrando as atividades e outras tantas em sérias dificuldades por falta de contratos. Seus proprietários liquidam os respectivos patrimônios, e voltam-se, com toda a comprovada competência empresarial, para o mercado financeiro especulativo.

Precisamos salvar, enquanto é tempo, essa força produtiva e fixadora de tecnologia avançada, que é 100% nacional. Com base em dados de 1982, verifica-se que a destinação de menos de 12% do orçamento das estatais do setor para investimentos nessas indústrias seriam suficientes à sobrevivência e à manutenção dos níveis de emprego já gerados.

O Governo é sensível à importância desse segmento produtivo, tanto que instituiu a Resolução nº 695, que criou condições financeiras subsidiadas para essas empresas. Porém, sem encomendas, perde o sentido haver dinheiro barato para capital de giro.

Concretamente, sugerimos às autoridades da SEPLAN, particularmente à SEST, a criação de um mecanismo capaz de garantir um percentual mínimo do orçamento de investimento autorizado às estatais, para aplicação em contratos com pequenas e médias indústrias.

RECURSOS PARA PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS

O SR. AROLDE DE OLIVEIRA (PDS — RJ. Pronuncia o seguinte discurso.) — Sr. Presidente, Srs. Deputados, no dia 29-6-83 manifestávamos, a partir desta tribuna, as nossas preocupações com as injustiças cometidas ao serem generalizados os desempenhos das empresas estatais através de um nivelamento por baixo.

Exemplificávamos, na ocasião, com as empresas do setor de telecomunicações, cujos resultados têm sido permanentemente positivos e têm apresentado bons níveis de produtividade. Esse fato tem sido tão contundente que, ano após ano, maior parcela do Fundo Nacional de Telecomunicações — FNT é repassada para o Fundo Nacional de Desenvolvimento — FND. Para que se dê uma idéia dos montantes envolvidos, basta lembrar que em 1984 está prevista uma arrecadação próxima de 525 bilhões de cruzeiros para o FNT, dos quais apenas 50 bilhões permanecerão para investimento no setor.

Concluíamos alertando para a situação de debilidade econômico-financeira em que mergulhavam as pequenas e médias indústrias fornecedoras de equipamentos, afirmando que com pouco mais de 15% do orçamento de investimento autorizado para as estatais, únicas comparadoras, a tendência, se não fosse revertida, poderia ser equilibrada, mantendo estável o nível de empregos, evitando-se o desmantelamento de um segmento empresarial e gerencial do maior valor estratégico. Esse segmento é de vital importância na manutenção das pretensões nacionais de independência na hora em que for retomado o desenvolvimento.

Apelávamos, então, através de ofício aos titulares das respectivas Pastas, para que a Secretaria de Planejamento — SEPLAN e o Ministério das Comunicações apreciassem nossos argumentos e analisassem a matéria desse ponto de vista.

Hoje retomamos a tribuna da Câmara dos Deputados para congratular-nos com as autoridades da SEPLAN e do Ministério das Comunicações que, ao expandirem o teto do orçamento de investimentos do setor, não deixaram de contemplar, prioritariamente, as pequenas e médias indústrias, as quais, desde que criteriosamente aquinhoadas

com encomendas, poderão experimentar algum alívio no restante deste exercício.

Como o mercado é monopsonico, a TELEBRÁS possui todos os dados para um perfeito diagnóstico da área industrial, a fim de distribuir com isenção e justiça os contratos conseqüentes. Deve atentar para o fato de que na conjuntura adversa que atravessa o País, as fixações de metas físicas precisam ser ainda mais comprometidas com a realidade social. Em outras palavras, existem casos em que a geração de emprego ou a manutenção de indústrias em funcionamento são mais importantes do que a instalação de terminais telefônicos, quando esta não implica diretamente naquelas.

Finalizamos reiterando que a destinação de verbas orçamentárias específicas do bolo total destinado ao setor de telecomunicações para as pequenas e médias indústrias é condição essencial para que esse espaço de grande relevância estratégica continue ocupado por nacionais. Se não tratarmos do assunto com extremo cuidado, poderemos ter todo o esforço dispendido nos últimos 20 anos completamente perdido em muito pouco tempo. Nos exercícios seguintes esses mecanismos de preservação desse segmento industrial devem ser mantidos e aprimorados.

CONSIDERAÇÕES SOBRE RECEPÇÃO DE TV VIA SATÉLITE

O Sr. AROLDE DE OLIVEIRA (PDS — RJ. Pronuncia o seguinte discurso.) — Sr. Presidente, Srs. Deputados, quando as grandes empresas de televisão passaram a usar os serviços da INTELSAT para ampliar a cobertura das respectivas redes através da recepção de sinais de TV em antenas especiais (TVRO), o Ministério das Comunicações regulou o novo serviço enquadrando-o na velha legislação vigente. O resultado pode estar inibindo um enfoque moderno e adequado a uma matéria de capital importância.

A radiodifusão de sons e imagens (televisão) deixou de ser um serviço essencialmente local na medida em que usou as telecomunicações para constituir redes nacionais. Neste estágio, os centros de produção, normalmente pertencentes a concessionários de televisão, entregam suas mensagens aos telespectadores através das estações geradoras e retransmissoras. As fronteiras entre a radiodifusão e a telecomunicação ainda são claramente percebidas.

Em breve os satélites de radiodifusão direta possibilitarão a recepção de inúmeras opções de programas, através de antenas domésticas instaladas nas residências dos telespectadores. Nesse estágio, que alguns países já estão experimentando, o Brasil poderá ingressar ainda na presente década. Os centros de produção entregarão seus programas diretamente ao consumidor, sem intermediários; os satélites substituirão os concessionários de geradoras e retransmissoras de serviços de televisão; e as fronteiras entre radiodifusão e telecomunicação, como de resto entre todos os serviços de comunicação, vão desaparecer em nível de transporte de mensagem.

Enquanto essa integração, ditada pelo determinismo tecnológico, segue seu ritmo normal de transição, as etapas intermediárias se sucedem. As atuais antenas de recepção (TVRO), associadas ao segmento espacial da INTELSAT, embora apenas substituam os enlaces terrestres de telecomunicações, acarretam uma série de implicações políticas, sociais e econômicas, entre as quais: — comunidades normalmente isoladas ou integradas a padrões de comportamento regionais passam a receber, diretamente, programas de TV produzidos e

codificados nos dois centros urbanos mais desenvolvidos do País; — os programas, sendo recebidos dos dois focos de irradiação, não contêm noticiários e eventos estaduais, o que pode afetar os mecanismos de agregação política regionais;

— a viabilidade econômica das estações geradoras da Capital e do interior de cada Estado pode ser prejudicada, não apenas pela redução do campo de abrangência publicitária, como também pela eliminação do retorno dos investimentos realizados nas redes terrestres de repetição e retransmissão, as quais são gradualmente abandonadas pelo uso do novo meio:

— a institucionalização desse novo serviço, simplesmente enquadrando-o na legislação que regula o clássico serviço de radiodifusão, poderá acarretar exagerada concentração do poder de influência do comportamento individual e social nas mãos de poucas pessoas ou pequenos grupos, cujos interesses, eventualmente, poderão não coincidir com os interesses nacionais.

A recepção de televisão via satélite (TVRO) prolifera-se de maneira acentuada no País, muitas vezes sem autorização do Poder Concedente e sem qualquer reflexão para as implicações alinhadas acima. Faz-se necessário que os fabricantes dos equipamentos e as comunidades locais colaborem com o Departamento Nacional de Telecomunicações — DENTEL — para que seja evitada a deterioração da qualidade técnica dos serviços de televisão, bem como atenuados os efeitos perversos sobre os segmentos sociais servidos.

O Congresso Nacional, como legítima e superior caixa de ressonância dos anseios e aspirações nacionais, não pode ficar alheio a esse assunto, sob pena de vir a legislar sobre fatos consumados e a reboque dos acontecimentos, ou, simplesmente, curvar-se aos interesses de grupos que nem sempre, como dissemos, podem estar afinados com os reais interesses da Nação Brasileira.

APROVEITAMENTO DOS FUNCIONÁRIOS DA DELFIN PELA CAIXA ECONÔMICA

Senhor Presidente, Senhores Deputados:

Problema já abordado nesta tribuna nas infelizmente ainda irresolvido, não será ocioso retomá-lo aqui e agora, ao contrário será até imperativo, porquanto diz respeito à sorte de milhares de famílias brasileiras. Quero referir-me ao caso dos funcionários do Sistema Delfin, grupo que, como se sabe, está sob intervenção desde janeiro, daí advindo que seus empregados vivem, há um ano, o drama da incerteza de seu futuro profissional.

Em sã consciência, ninguém poderá comentar a questão sem assinalar, antes de tudo, os esforços do Ministro Mário Andreazza: ele, com sua lúcida compreensão das dificuldades acarretadas pela presente conjuntura nacional e naturalmente sensibilizado pela situação daqueles trabalhadores, ele, repetimos, vem desenvolvendo os maiores esforços para preservar seus empregos.

Estou certo de que também ao Presidente Figueiredo o problema comove, não tivesse S. Exa. o senso humanista que seus próprios adversários reconhecem.

Mas, concretamente, há necessidade de que outros setores do governo também se façam receptivos à necessidade de uma solução urgente para o caso.

Essa solução, a meu ver, mais justa, consiste na absorção do agrupamento pela Caixa Econômica Federal, já que a mesma está necessitando de mão de obra qualificada, sendo-lhe portanto bastante útil criar um quadro suplementar ao seu próprio quadro de pessoal.

Não se diga que tal solução seria uma extravagância, vez ter a Caixa absorvido, desde o princípio da intervenção, as contas de poupança da DELFIN, o que foi uma providência correta pois a clientela, quase toda de gente do povo, não poderia ser prejudicada. Da mesma forma que também não poderão ser prejudicados os inocentes pelos desmandos e, por isso, além das contas de poupança a Caixa Econômica Federal deve incorporar igualmente o funcionalismo da DELFIN.

Por tudo, faço agora veemente apelo ao Presidente Figueiredo e,

sobretudo, aos setores do governo que tratam da questão e que podem contribuir para uma justa solução que favoreça àqueles trabalhadores. Assim fazendo, ajo em conformidade com o programa do nosso partido, cujo conteúdo social é, será válido proclamar, um dos mais avançados do mundo ocidental.

MEIOS ELETRÔNICOS DE COMUNICAÇÃO DE MASSA

- Introdução
- Evolução do Processo Comunicativo
- A Integração dos meios de Comunicação
- Mensagem Versus Público
- Impacto sobre o Comportamento Social
- Conclusões

“À MEDIDA QUE OS CENTROS DE PODER SE DESLOCAM PARA A POSSE DA INFORMAÇÃO, OS SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO CONSTITUEM-SE FATORES DECISIVOS PARA QUE A MANIPULAÇÃO DO CONHECIMENTO NÃO SE TORNE MAIS UM INSTRUMENTO DE OPRESSÃO E DE CERCEAMENTO DAS LIBERDADES INDIVIDUAIS E COLETIVAS.”

MEIOS ELETRÔNICOS DE COMUNICAÇÃO DE MASSA (MÍDIA ELETRÔNICA)

(Do psicossocial ao político)

Deputado Federal AROLDE DE OLIVEIRA

Representante do PDS no Seminário sobre Políticas de Radiodifusão promovido pelo Departamento de Jornalismo e Editoração da Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo.

O Ano Internacional das Comunicações por certo foi instituído para chamar a atenção dos povos do mundo sobre a importância desse setor em todos os campos das atividades humanas. O Partido Democrático Social, maior agremiação política do país, ao louvar a iniciativa do Departamento de Jornalismo e Editoração da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação e da revista Crítica da Informação, pela promoção deste conclave, manifesta também, o seu desejo de debater sobre a estrutura mais profunda da comunicação.

Um tema de tal importância não pode ser focado em apenas um dos seus aspectos sem que antes se tenha uma visão global com a identificação de seu conteúdo essencial. São as abordagens fragmentárias e superficiais que, frequentemente, nos têm conduzido a conclusões distorcidas, e por vezes totalmente equivocadas, sobre matérias de relevante interesse nacional.

Foi justamente a partir de uma visão da totalidade da comunicação que o Congresso Nacional, sob a égide da mais liberal Constituição da República, a de 1946, aprovou a Lei 4.117 em 1962. Essa Lei, em termos de processo legislativo, e portanto de vontade nacional, talvez seja uma das mais puras já promulgadas, de vez que retornou da sanção presidencial com 54 vetos e todos eles foram rejeitados pelo Congresso. A partir dela o setor foi adequadamente institucionalizado e os resultados, todos conhecemos.

Permitimo-nos, portanto, a guiza de ampliar o campo dos debates para evitar conclusões equivocadas, tentar dar um enfoque global ao assunto.

1 — Evolução do processo comunicativo

Primeiro os gestos, e a fala, a seguir a escrita, posteriormente a imprensa e, finalmente, as telecomunicações, constituíram os grandes marcos da longa trajetória no desenvolvimento da capacidade de comunicação do homem. Dos gestos aos modernos meios de comunicação o processo de evolução foi cumulativo, não excludente, tendo cada estágio, não somente permanecido com os estágios subsequentes, como a eles se integrado, aumentando as suas potencialidades. Correlacionados a cada etapa evolutiva, predominaram diferentes modos de vida, conforme o nível tecnológico atingido; com a fala uma vida grupal itinerante, uma atividade econômica baseada na caça e na coleta, e uma transferência de conhecimentos de forma oral dos mais velhos membros do grupo para os mais jovens; com a escrita, uma vida sedentária urbana e rural, uma atividade econômica baseada na agricultura e no artesanato, e a possibilidade de registro e transmissão codificada do conhecimento; com a imprensa as sociedades industriais, a possibilidade de reprodução e armazenamento do conhecimento, além da utilização de métodos de educação massivos; com as telecomunicações a sociedade industrial avançada, a era do consumo de massa, a transmissão instantânea do conhecimento a qualquer distância, o ab-

solutismo aparente do homem e a consciência da finitude do seu meio ambiente.

Nesse curso as sociedades se desenvolveram condicionadas a diferentes situações e adquiriram comportamentos diferenciados, estratificando-se em modos de viver que deram a cada uma delas características próprias. Primeiro “folkways”, depois “mores” mais tarde moral e ética, conforme a aceitabilidade e invariância no seio do grupo social, foram as fases por que passaram os hábitos e costumes até se constituírem em valores culturais básicos. A esses valores básicos se somaram a história, tradições, gostos, instituições, idiomas usados, interesses, aspirações, crenças, religiões e inúmeros outros fatores condicionantes dos modos de ser, agir e sentir sociais, constituindo o que foi chamado de cultura ou valores histórico-culturais.

A observação, a vivência e, principalmente, a comunicação, esta feita por intermédio de códigos e símbolos, constituíram, sempre, as bases do processo de integração do indivíduo à cultura do grupo, inculcando-lhe um comportamento semelhante ao dos demais membros. O homem, com sua faculdade operativa lógica, capaz de interpretar fatos e instaurar o significado das coisas, foi o sujeito e o objeto da interação social, transmitindo, recebendo e acumulando informações impregnadas de conhecimentos, numa cadeia contínua, entre indivíduos e de geração à geração. E os meios de comunicação foram se ampliando com o progresso científico e tecnológico, orientados pelas necessidades sociais, abrindo-se campos conforme a origem e a destinação da informação veiculada; comunicação bidirecional entre indivíduos; comunicação unidirecional do indivíduo ao grupo, depois a massa, de indivíduos; comunicação entre o indivíduo e a máquina; comunicação entre máquinas; comunicação impessoal destinada a atingir coletividades, assim por diante, até a época em que vivemos.

A cultura é produto da vivência social de um determinado grupo, adquirida ao longo do tempo através de um processo interativo, possibilitado, principalmente, pela comunicação.

Os valores culturais de uma comunidade podem ser reforçados, modificados, ou mesmo, suprimidos, pela ação das informações veiculadas nos meios de comunicação. Considere-se, ainda, que a psicologia, a sociologia, a antropologia, e a psicanálise, ao instrumentalizarem com técnicas próprias a elaboração da mensagem, que é um pacote de informações, aumentam a potencialidade da comunicação, principalmente aquela que se utiliza dos meios de comunicação de massa.

Nesta área, caracterizada pela impessoalidade da mensagem e pela heterogeneidade da comunidade atingida, encontra-se um dos mais poderosos instrumentos de direcionamento do comportamento coletivo, normalmente denominado “mídia” eletrônica. Esses meios de comunicação de massa adquirem enorme importância na sociedade de nossos dias, não só pela exposição do indivíduo a uma mensagem que pode influir no seu comportamento imediato, como pela influência que pode exercer sobre os seus valores culturais a médio e longo prazos. Como as nações mais desenvolvidas em âmbito internacional, e as regiões mais adiantadas dentro de um mesmo país, dominam em maior grau as técnicas de elaboração das mensagens em sofisticados centros de produção, o fluxo da informação e, por conseguinte, do conhecimento, faz-se dos países e regiões mais adiantadas para os menos desenvolvidos, isto é, do centro para a periferia, transportando as características das áreas geradoras. Sem formular qualquer juízo de valores, forçoso é admitir esse fato e estabelecer um campo de reflexão sobre as suas conseqüências.

2 — A integração dos meios de comunicação

O homem é o sujeito e o objeto do processo comunicativo. A manifestação humana de sentimentos, de intenções e de conhecimento se efetiva como comunicação quando é interpretada pelo seu interlocutor. Símbolos, códigos e tecnologia interagem no mecanismo dando conteúdo e destino a mensagem, bem como, avaliando seus efeitos e corrigindo sua formulação. Três campos principais integram o universo maior da comunicação: a telecomunicação, a comunicação de massa e a informática. A Telecomunicação abrange um conjunto de meios físicos, basicamente assentado em tecnologia eletroeletrônica, que permite, usualmente, o fluxo bidirecional de informações entre indivíduos, entre indivíduos e máquinas ou, simplesmente, entre máquinas. Na realidade, mesmo neste último caso, temos o homem por traz da máquina, agindo em seu próprio benefício. A comunicação de massa se caracteriza pela unidirecionalidade do fluxo de informações e pelo grande número (massa) de indivíduos receptores. Além dos meios e mecanismos de difusão, engloba a produção científica da mensagem, cujos códigos variam conforme o segmento humano alvo da informação. A informática é o campo mais recente da comunicação, pelo menos com o sentido genérico e abrangente de coleta, armazenamento e processa-

mento de dados. Tem seu suporte físico em máquinas e equipamentos eletrônicos (hardware), e seu processo inteligente fundamentado na lógica e na matemática (software). Caracteriza-se pelas possibilidades que dá ao homem de ultrapassar as fronteiras de suas limitações biológicas no acesso ao conhecimento e no controle de processos.

A acumulação do conhecimento científico e o domínio tecnológico, fez com que esses três campos da comunicação de origens diversas, e que, inicialmente, trilharam caminhos paralelos, convergissem para uma base sistêmica integrada, aumentando-lhes exponencialmente as potencialidades de emprego em todos os setores da atividade humana. A comunicação de massa, inicialmente restrita a manifestação direta do indivíduo ao grupo, adquiriu novo sentido com a escrita, quando as ideias puderam ser registradas e transferidas às gerações futuras. O passo decisivo, contudo, ocorreu com a tipografia que, além das fronteiras do tempo vencidas pela escrita, rompeu os limites do espaço, ao possibilitar a reprodução massiva de informação e do conhecimento. As telecomunicações eliminaram de vez as limitações espaço-temporais da comunicação de massa, com a instantaneidade do acesso e distribuição da informação, sem fronteiras espaciais ao nível da disponibilidade dos meios. A informática, por fim, veio reduzir as limitações biológicas do indivíduo na seleção e processamento da informação, bem como aumentar-lhe a capacidade operativa de difusão e de controle.

O comício, o teatro, o papiro, o livro, o jornal, a revista, o cinema, a radiodifusão sonora e a televisão, constituem os principais meios de comunicação de massa desenvolvidos ao longo da história e que, em um processo cumulativo, chegaram aos dias presentes com suas potencialidades operativas reforçadas pelas telecomunicações e pela informática.

Das considerações gerais formuladas nos itens anteriores infere-se, a par da essencialidade da comunicação no processo da interação humana, que a tecnologia eletroeletrônica abriu, e continua abrindo perspectivas sem precedentes na instrumentalização dos meios, integrando-os em todos os níveis e categorias, e aumentando-lhes as potencialidades de forma exponencial. A mídia eletrônica, entendida como a difusão a distância de informações, portanto de conhecimentos, por meios radioelétricos, buscando atingir um público alvo anônimo e heterogêneo, constitui parte importante desse universo. Inclui, como carros chefes, a radiodifusão sonora (rádio) e a radiodifusão de

sons e imagens (televisão), ambas de uso generalizado no Brasil, além de outros serviços, alguns já comercialmente consolidados, como os de cabodifusão, de teletexto, de edição simultânea de jornais, de correio eletrônico e da difusão direta de TV via satélite, entre outros.

3 — Mensagem versus público

A mensagem veiculada na mídia eletrônica, além de se ajustar às características do veículo utilizado, tem que ser compatível com o público alvo a que se destina, quando pode assumir conotações preponderantes em si mesma, isto é, pode ser comercial, recreativa, noticiosa, cultural etc. O objetivo da mensagem é comprometer quem a recebe com o seu conteúdo essencial, desde o simples conhecimento até o completo convencimento. Quando a mensagem veiculada é coerente com os interesses do público alvo e tem um sentido de preservação de seus valores éticos, morais e histórico-culturais, configura-se o que podemos chamar de comunicação social.

Assim, a comunicação social tem o sentido amplo de harmonia com o caráter da sociedade visada e está, portanto, mais correlacionada à mensagem do que ao meio. Evidentemente a penetração do veículo em si, ou seja, a sua disponibilidade no seio da sociedade é um fator fundamental na qualificação da comunicação social quanto ao seu alcance. Porém, a afirmação de que “o meio é a mensagem”, começa a perder a validade na medida em que se universaliza o acesso aos veículos, tornando-os uma rotina no cotidiano do indivíduo. No caso brasileiro, a universalização da abrangência da “mídia” eletrônica ainda não se completou, e, portanto, o veículo possui certa importância na qualificação da comunicação social, principalmente nas camadas socioeconômicas inferiores, onde o indivíduo não está plenamente capacitado a discriminar a realidade face à fantasia contida tanto no meio quanto na mensagem, cuja situação mais contundente é a da televisão.

Desse modo, para o mesmo conteúdo de uma mensagem, os códigos são diferenciados conforme a capacidade de discriminação e decodificação dos segmentos sociais atingidos. Quando isso não ocorre perde-se o sentido social da comunicação e desestabiliza-se o indivíduo receptor em relação aos seus valores e padrões de comportamento, gerando o que podemos chamar de “esquizofrenia social”, isto é, uma situação de pensar e agir diferentes da realidade. Do ponto de vista

dessas colocações, os meios eletrônicos, rádio e televisão são altamente significativos, pelas suas características de gratuidade aparente e de envolvimento perceptivo do indivíduo receptor. O cinema e os meios impressos exigem certas atitudes que contrariam o hedonismo humano, como a escolha do filme, o deslocamento para a sala de exibição, a remuneração do acesso ao veículo, o esforço de leitura etc. Por outro lado esses meios não anulam a capacidade individual de livre arbítrio no exercício da opção, fato que, ao contrário, ocorre com os meios eletrônicos, uma vez que colocam a mensagem junto ao indivíduo, tocando continuamente os seus sentidos perceptivos.

Assim, o rádio e a televisão são os que maior impacto exercem sobre a sociedade, sendo os que melhor obtêm os efeitos eletrizante, multiplicador, de receptividade, de simultaneidade e de contemporaneidade. A televisão incorpora, ainda, os efeitos de dramaticidade e de fantasia. De um ponto de vista global, observa-se que os meios se ajustam, continuamente, a uma configuração geral de complementariedade entre eles com respeito à mensagem veiculada e ao público visado. A performance do meio no atingimento do público, traduz-se, imediatamente, em capacidade de comercialização da mensagem. A moderna sociedade industrial reflete a competição de mercado na disputa de audiência. A propaganda e a publicidade são as mensagens diretamente comercializáveis e constituem os principais, para não dizer, únicos, suportes financeiros, para o rádio e para a televisão. A mensagem comercial busca mais do que a simples informação sobre as condições de oferta de determinado produto, ela está impregnada de um apelo capaz de levar o público a dar preferência pelo produto anunciado. Aqui entra a agência de propaganda, instituição intermediária entre a oferta e a demanda de promoção de bens, serviços, ideias, imagens, realizações institucionais e governamentais etc. A agência de propaganda analisa o perfil de penetração de “mídia”, ou seja, a sua capacidade de atingimento dos diversos segmentos da sociedade, estes categorizados de inúmeras maneiras, e elabora, com recursos científicos, a mensagem compatível com cada universo visado. Essa competição, entre agências para conquistar promoção de produtos e entre veículos para conquistar público e agências, pode conduzir, e normalmente conduz, a um descasamento entre a mensagem e os padrões de valores da sociedade. O equilíbrio, quando rompido, pode gerar conflitos, ou, no mínimo, tensões entre “mídias” e sociedade ou seu governo.

4 — Impacto sobre o comportamento social

Cada pessoa é o centro de um mundo limitado pelas informações que recebe, ou, em outras palavras, o conhecimento define as fronteiras do universo consciente do ser humano. Na medida que as comunicações ampliam as possibilidades de acesso a informação, os mundos individuais tendem a coincidir. Essa coincidência tem um sentido prático de referencial comum, ou seja, de um conjunto de parâmetros circunstanciais semelhantes, que se somam aos valores histórico-culturais da sociedade. Não obstante essa homogeneidade global, cada membro da sociedade possui modos diferenciados de ser, agir e sentir, conduzindo a reações diferentes quando expostos a um mesmo conteúdo informacional. Do ponto de vista da comunicação de massa a coletividade assume um aspecto heterogêneo e de grande número de pessoas, sendo, ainda, anônima em relação ao comunicador ou emissor. O receptor se expõe à mensagem de forma isolada e pessoal, reagindo, conforme o grau de identificação com a mesma, desde a completa indiferença até a total influência. Portanto, essa chamada “audiência de massa” encerra, além das características de tamanho, heterogeneidade e anonimato, algo mais relacionado ao seu elenco de valores sociais. A exposição contínua à informação conduz o indivíduo a incorporar novos conhecimentos, criar novas expectativas, alterar pontos de vista, modificar atitudes, e a mudar o comportamento social. Identifica-se, então, o que podemos chamar de “audiência social” em contrapartida à comunicação social, uma vez que existe um processo social causado pela comunicação. Esse processo ocorre devido ao sentido de objetivo comum que caracteriza a sociedade e orienta as relações entre seus membros, sobrepondo-a à simples “comunidade” onde a organização se faz de forma biótica e as relações são efetuadas a nível natural. Assim, o alvo da comunicação é a pessoa, isto é, o indivíduo integrado à sociedade e com ela comprometido em termos de direitos e de obrigações. Por sua vez a pessoa vive, continua a permanentemente, cotejando as novas informações que recebe, com sua bagagem, pré-existente, de conhecimentos e de valores. A comparação conduz, dependendo do grau de identificação, a uma atitude reflexiva sobre os novos dados, cujo resultado pode ser de reforço, atenuação, substituição ou eliminação de convicções anteriores. As novas atitudes individuais se transferem às relações interpessoais e, por via de consequência, aos objetivos da sociedade, indo, em última instância, refletir no comportamento social.

Esse mecanismo geral, fácil de intuir na análise de uma sociedade primitiva, adquire extrema complexidade na sociedade moderna, onde os meios eletrônicos dão à informação um sentido totalizante e o conhecimento não se limita às fronteiras do grupo social. O desenvolvimento não premiou simultânea e equitativamente todos os povos. Ao contrário, estabeleceu disparidades marcantes em termos culturais, políticos e socioeconômicos, tanto entre as nações como dentro de um mesmo país considerado. A comunicação, no seu amplo sentido de meio e mensagem, acompanhou o ritmo de desenvolvimento geral dos povos, mas a eles não ficou circunscrito, isto é, transbordou suas fronteiras, universalizando e homogeneizando o acesso ao conhecimento, em um mundo fragmentário e heterogêneo quanto ao acesso a níveis razoáveis de qualidade de vida. Aqui reside um dos aspectos cruciais da comunicação, particularmente da comunicação eletrônica. O chamado “efeito demonstração” surgido nesta era do consumismo desenfreado, gera um leque de expectativas crescentes no indivíduo, cuja não satisfação tende a conduzir à angústia e à frustração, quando não leva à revolta ou à apatia. O Brasil é um expressivo modelo da situação mundial. Enquanto as regiões Sudeste e Sul detêm padrões culturais e socioeconômicos comparáveis aos das nações desenvolvidas, existem áreas que permanecem, ainda, com níveis de qualidade de vida muito abaixo dos mínimos aceitáveis. Enquanto os grandes centros urbanos desfrutam de bons padrões de vida e lutam com problemas de desenvolvimento, as periferias urbanas e o interior brasileiro se debatem para superar o subdesenvolvimento. Sobrepõe-se a essa matriz socioeconômica, de marcantes disparidades, um quadro étnico diversificado, que inclui as principais raças humanas existentes no mundo, as quais definem traços culturais próprios nas diferentes áreas onde predominam. O idioma português e a formação religiosa cristã assumem características universais dentro das fronteiras do país. Fronteiras essas que são estáveis, e delimitam um ecossistema continental extremamente diversificado, que é banhado, diuturnamente, por informações de toda ordem, tanto de origem interna quando de origem externa.

O desenvolvimento da “mídia” eletrônica não foi acompanhado por um igual desenvolvimento educacional e socioeconômico da nação como um todo, gerando um descompasso entre o conteúdo informacional veiculado e grandes segmentos do universo atingido. Os centros de produção de programas culturais, recreativos, noticiosos, e as principais agências de propaganda, estão localizados no Rio de

Janeiro e em São Paulo. Por outro lado, a audiência mais expressiva e mercado imediato para o consumo dessa programação, também se situa nas regiões Sudeste e Sul. É natural, portanto, que as características básicas da programação sejam impregnadas de traços que se identifiquem com esse público e traduzam modos de ser dessas regiões. Como essa mensagem cobre a população em âmbito nacional, concretiza-se o descompasso entre os códigos e a capacidade de decodificação das massas atingidas fora dos centros geradores.

Pode um homem simples do interior brasileiro, que foi educado sob a palavra cristã da igreja, por exemplo, entender a fantasia de uma telenovela onde um dos personagens é bigamo e aceito naturalmente pelos seus pares? Qual a postura do cidadão que luta pela subsistência de sua família, face ao conteúdo de opulência e desperdício da programação que o atinge? Como reage a família burguesa patriarcal diante da família esfacelada que lhe é exibida nas telenovelas? Como entender o paradoxo de produtos nocivos a saúde serem recomendados, permanentemente, nos anúncios veiculados? Enfim, uma infinidade de questões pode ser colocada nessa linha de raciocínio.

Por outro lado, a universalização dos produtos anunciados conduz a universalização das mensagens, que por sua vez, ocupam grandes espaços das emissões em detrimento das programações locais. Este fato, no mínimo, atenua o interesse pela cultura e tradições regionais, e, quando busca enfatizá-las, o faz de forma alegórica, comercializada e fantasiosa. Ninguém ignora as mudanças ocorridas no Carnaval, no Sítio de Nazaré, no Bumba Meu Boi e em tantas outras manifestações culturais tradicionais, para adaptá-los ao comércio do turismo e aos meios eletrônicos de comunicação de massa. Sabemos da homogeneização nacional do modo de falar, de vestir, de andar e, mesmo, de reagir diante dos fatos. Assim hábitos e costumes são modificados continuamente pelas mensagens de “mídia”.

Não há dúvida que a “mídia” eletrônica, a par de seu irrefutável sentido de integração nacional, que não só é desejável como deve ser perseguido como um objetivo permanente, tende a homogeneizar o comportamento social brasileiro a curto e médio prazos, e a atenuar os traços das culturas regionais a longo prazo. Outro efeito imediato situa-se no desnudamento fantasioso da realidade das disparidades regionais, podendo acentuar a geração de tensões sociais. É difícil formular um juízo de valores, mas a simples constatação dos fatos é suficiente para indicar a necessidade de uma permanente atenção da

nação com relação ao impacto da comunicação sobre o comportamento social brasileiro.

5 — Conclusões

Vale, finalmente, fazer uma síntese e algumas ilações sobre o que foi apresentado nos itens anteriores, onde procurou-se, a par de uma visão totalizante da comunicação, dar uma certa fundamentação ao assunto da “mídia” eletrônica com amarrações no caso brasileiro. Não constituiu objetivo, e seria impossível de um ponto de vista atual, com perspectivas para um futuro próximo, em aspectos julgados importantes a reflexão para a formulação de políticas que respondem a natureza social brasileira e ao dinamismo do desenvolvimento tecnológico. Pode-se inferir algumas conclusões básicas:

— Comunicação é interação de mentes e tem sua gênese inculcada na bagagem biológica do próprio ser humano. Não poderia deixar, portanto, de evoluir no mesmo ritmo da evolução antropológica do homem e histórica dos grupos e sociedades, atingindo níveis de instrumentalização paritários com as demais áreas de atividades e realizações.

— O desenvolvimento científico e tecnológico, que em diferentes épocas do passado permitiu o surgimento de instrumentos de comunicação cada vez mais poderosos, delimitados nos campos da telecomunicação, da comunicação de massa e da informática entre esses campos. Esse processo de convergência e integração, além de potencializar exponencialmente todos os meios e universalizar o acesso à mensagem, impõe uma reflexão profunda sobre a necessidade de se adotar uma postura administrativa sistêmica dos meios de comunicação, em todos os seus aspectos, particularmente quanto aos meios eletrônicos. No Brasil já estamos com parte do caminho andado nesse sentido, uma vez que a responsabilidade gerencial superior cabe ao governo da União, porém, dentro deste, vários órgãos tratam de partes do assunto, como o Ministério das Comunicações, a Secretaria Especial de Informática e o Ministério da Justiça, entre outros. Esse fato dificulta a coordenação a nível governamental, prejudica a otimização da aplicação de recursos e impede uma melhor racionalização operacional dos meios, além de colocar em risco a unidade política a nível executivo.

— O Brasil possui um complexo infraestrutural de meios de co-

municação de massa compatível com o seu estágio de desenvolvimento, cujo dinamismo permite a canalização de recursos ponderáveis à “mídia” em geral. Os meios eletrônicos, pelas características que foram apresentadas, assumem aspecto hegemônico, tanto na alocação das verbas investidas em “mídia”, como nos níveis gerais de audiência, em particular a televisão. Aos empresários e profissionais do setor, incluindo as agências de propaganda, cabe a grande responsabilidade na harmonização do conteúdo da mensagem com os interesses e expectativas da nação. O Estado deve se manter na posição moderada de mediador entre o público e a mensagem. Impõe-se um diálogo intenso e permanente do governo com os empresários e profissionais de “mídia” a fim de controlar, na origem, as fontes de tensões e conflitos. Vale salientar em bom nível esse diálogo. Mas não é o empresário quem elabora a mensagem e opera os meios, e, portanto, atinge o público. É um elenco de especialistas de indiscutível dedicação profissional em sua maioria. É com essa classe que o diálogo deve ser intensificado e mantido.

— A televisão, com seus códigos audiovisuais de poderosa ação sobre os sentidos perceptivos naturais do homem, com sua penetração profunda nos mais significativos segmentos da sociedade brasileira e com sua potencialidade técnica para sintetizar a estrutura comunicativa dos demais meios de comunicação de massa, é o meio eletrônico que deve reter maior parcela da atenção do governo e da nação brasileira. As disparidades regionais marcantes exigem uma mensagem, seja cultural, recreativa ou noticiosa, compatível com o público alvo, para que não aumente o grau de tensões já existente, mas, pelo contrário, seja mais um instrumento de redução dessas tensões e daquelas disparidades. Deve o governo definir uma política para a radiodifusão, mormente para a televisão, claramente explicitada, e que possa ser coerentemente executada em todos os níveis, desde a produção da mensagem até a sua difusão. Um ponto básico para análise e consideração, e que deve ficar claro nessa política, é se a opção será pela homogeneização cultural da nação brasileira ou pela manutenção e reforço dos traços culturais regionais, ou, ainda se o assunto será deixado a ação livre das forças socioeconômicas, como ocorre, mais ou menos, no momento.

— O controle do conteúdo da mensagem por parte das autoridades constituídas, ajustando-a aos interesses nacionais, encontra amplo respaldo no entendimento da capacidade que tem a radiodifusão de influir no comportamento social e na formação da opinião pública.

Ao governo, como legítimo delegado da nação, cabe a tarefa difícil de analisar criticamente a mensagem, e interpretar sobre a conveniência da sua veiculação e sobre as condições em que esta deverá ocorrer. No que diz respeito à preservação da moral e dos bons costumes, uma efetiva participação da sociedade brasileira seria desejável, através de manifestações diretas e oportunas, principalmente, sobre o conteúdo da programação de rádio e televisão, devido ao sentido inconsciente da exposição do indivíduo a esse veículo.

— Por fim, deve-se adicionar que, infelizmente, ainda não existe uma consciência nacional no Brasil sobre a importância da comunicação em seu amplo sentido, e para o papel fundamental que lhe está reservado em futuro próximo em todas as atividades nacionais. Essa falta de consciência, apesar do indiscutível sucesso alcançado no setor, poderá vir a comprometer a própria soberania nacional, se não for adotada, em curto prazo, uma política que abandone o fragmentarismo das abordagens, e análise e matéria de um ponto de vista totalizante. Não se pode ignorar que o microprocessador, a fibra ótica e os satélites de comunicações, a par da viabilização generalizada do emprego de linguagens digitais, tomam a telecomunicação, a comunicação de massa e a informática, como aspectos do mesmo todo. Impõe-se a modernização do instrumental jurídico regulador dos serviços, não só para atualizá-lo, mas, principalmente, para adaptá-lo ao dinamismo evolutivo do setor, a fim de que não se tome um entrave ao seu próprio desenvolvimento. Sem prejuízo para o modelo de comunicações adotado pelo Brasil, é possível e recomendável uma maior participação da iniciativa privada nos empreendimentos da área, até mesmo porque esse envolvimento serve de parâmetro regulador da eficiência da ação direta do estado.

Ao tempo em que os centros do poder se deslocam dos tradicionais fatores de produção para a posse do conhecimento, a comunicação adquire indiscutível importância estratégica. São os serviços de comunicações, particularmente a comunicação social, os fatores decisivos para que a manipulação do conhecimento não se torne um instrumento de opressão e de cerceamento das liberdades individuais e coletivas, mas pelo contrário, que seja mais um elemento de promoção do homem e de liberação das suas potencialidades na consecução de níveis superiores de qualidade de vida.

POLÍTICA GOVERNAMENTAL DE INFORMÁTICA SIMPÓSIO DE INFORMÁTICA NO SENADO FEDERAL

Contribuição do Dep. Fed. AROLDE DE OLIVEIRA
Representante do PDS

A realização deste SIMPÓSIO, no âmbito do Senado Federal, constitui um fato muito relevante, oportuno e, de certa forma, inédito. Relevante porque se propõe a tratar de um tema atual, de elevada densidade tecnológica, e de forte impacto social. Oportuno, uma vez que abre o debate no nível adequado, dentro do Congresso Nacional, antes das decisões serem apresentadas como fatos consumados. E inédito, de certa forma, por fortalecer uma nova fase de entendimentos, acima de divergências político-partidárias, entre os Poderes Executivo e Legislativo, na abordagem de assuntos de interesse nacional.

Portanto, meus efusivos votos de louvor à Primeira Secretária do Senado Federal e à Secretaria Especial de Informática pela organização do evento.

Nesta oportunidade desejo fixar minha contribuição no levantamento de algumas questões que são básicas ao estabelecimento de um referencial comum para os debates que vamos proceder.

Em primeiro lugar, acredito que, já de início, precisamos adotar uma conceituação, mesmo que aproximada, para o termo "INFORMÁTICA", grande vedete deste conclave e de uma dezena de Decretos já emitidos. A inexistência de uma conceituação legal causa bastante preocupação; com um instrumental jurídico carente de precisão conceitual fica-se à mercê das interpretações pessoais nos diversos escalões executivos. Como essas interpretações nem sempre coincidem com a vontade e intenção do responsável pelo Ato Regulador, corre-se o risco do estabelecimento de áreas de confusão, conflitos e incoerências. Provisoriamente, vou adotar para "INFORMÁTICA" o significado semântico de "nome dado à parte da teoria da comunicação que trata da informação cibernética com o auxílio de teorias matemáticas", para conceituá-la como sendo o tratamento automático da informação, isto é, o que diz respeito a computadores e seus equipamentos, dispositivos e programas associados e mais ao "controle de processos" e à automação principalmente na área industrial.

Em segundo lugar, parece-me igualmente necessário um entendimento comum sobre o que seja “INFORMÁTICA DA SOCIEDADE”, para compreendermos o papel que a INFORMÁTICA pode desempenhar nesse processo e, então, ser estabelecida a Política Governamental do setor. Ainda provisoriamente, vou conceituá-la como tudo o que é relativo ao uso da informação, ou seja, ao seu consumo geral. Assim, o processo de informatização da sociedade tem como principais mecanismos, além da informática, os meios de comunicação de massa, os serviços postais e as telecomunicações, entre outros.

Em seguida eu acredito que certas constatações devam ser enunciadas, ainda com vista a reforçar o referencial comum aos debates, quais sejam:

— A microeletrônica, a linguagem digital e o transporte massivo de informações constituem os principais invariantes, quero dizer, denominadores comuns, entre os meios e mecanismos de informatização da sociedade.

— Uma característica marcante entre a informática e os demais meios reside no grau de regulação de cada um deles. Assim, os Serviços Postais, a Radiodifusão e as Telecomunicações, por exemplo, são regulados a partir de acordos internacionais multilaterais enquanto a informática não possui regulação.

— Outra característica diferenciada entre eles diz respeito aos modelos operativos adotados internamente. Por exemplo, a radiodifusão é um serviço prestado mediante concessão da União a terceiros sem prejuízo do controle do Estado. Já os serviços públicos de Telecomunicações são totalmente monopolizados pela União.

— Outra característica diferenciada é o grau de controle do Estado sobre os mercados dos equipamentos correlatos. Por exemplo, o Governo exerce total controle sobre o mercado de equipamentos de Telecomunicações públicas podendo usá-lo com eficiência para orientar o setor industrial correspondente. No tocante à informática, o Governo não controla o mercado, a não ser onde entra como cliente, o que dificulta uma ação eficiente sobre o setor industrial, sem incorrer em sérias contradições.

Esses são alguns dos pontos, entre muitos que poderiam ser levantados, que julgo devam integrar o plano referencial de amarração dos debates.

E para encenar, expresso a minha convicção de que todos os participantes deste Simpósio de Informática, não perderão de vista, em

nenhum momento dos debates, nem a realidade nacional definidora do cenário em que se enquadra a matéria em discussão, nem os superiores e legítimos interesses da Nação Brasileira.

