

Gringos na área

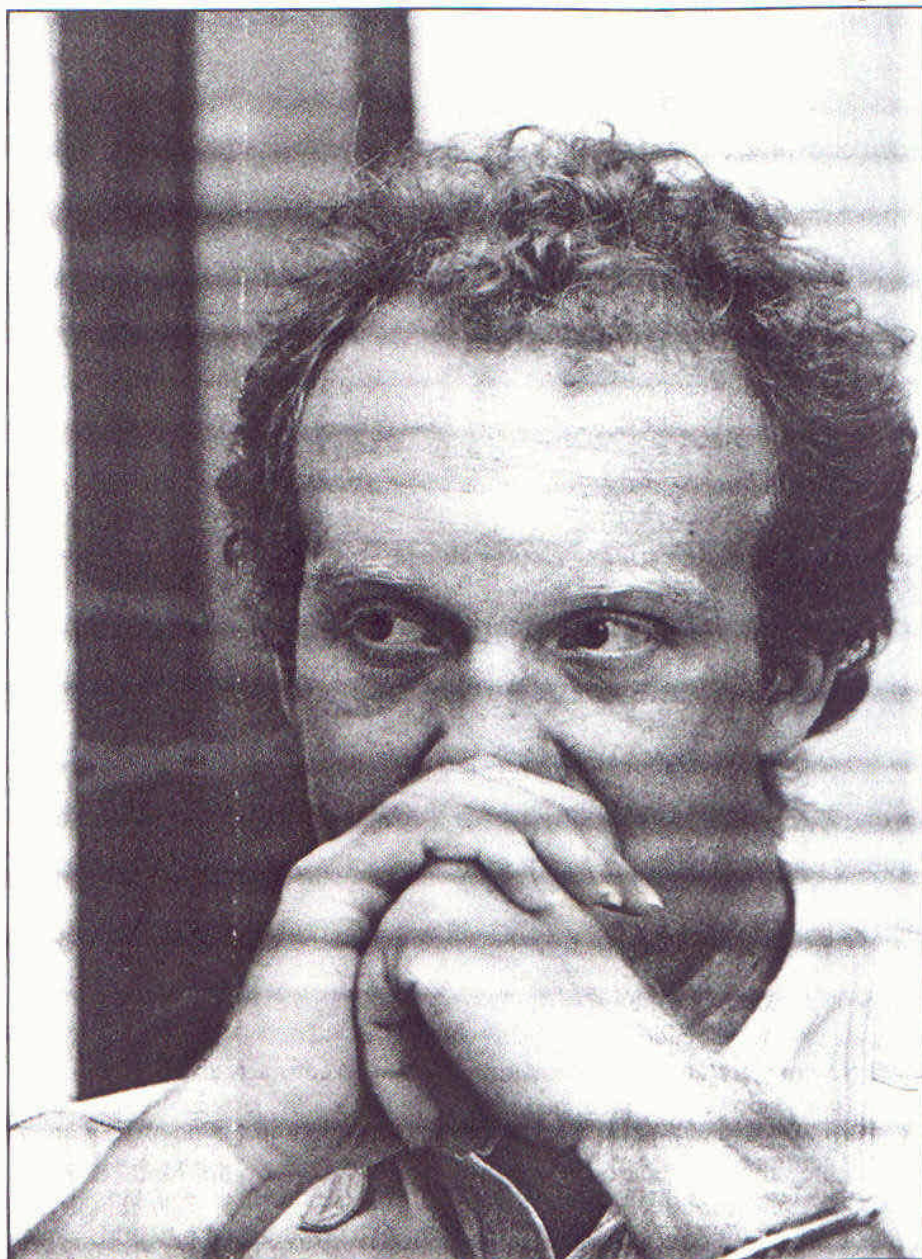
Estrangeiros de olho no setor de comunicação

Esperança é que empresas vindas de fora criem mais oportunidades de trabalho

George Fant

“Os alquimistas estão chegando/Estão chegando os alquimistas”... A crise econômica, que atingiu em cheio as empresas de comunicação brasileiras, está produzindo uma espécie de *revival* da canção de Jorge Benjor, cantarolada com esperança por empresários e jornalistas, que pedem em rezas aos deuses que os seres capazes de transformar informação em ouro cheguem logo para levar o setor à redenção. Na era da globalização, o Midas sonhado atende pelo nome de capital estrangeiro. É quase um senso comum que, com a abertura de todos os setores estratégicos da economia à entrada estrangeira, não haveria razão para manter sob reserva para os tímidos empresários tupiniquins o mercado da comunicação. Poucos, hoje, põem em cheque a tese de que o dólar seria o único santo forte para ressuscitar nossa combalida imprensa.

Um dos céticos é o economista Marcelo Neri, do Instituto de Pesquisas Econômicas Aplicadas (Ipea). Na avaliação de Neri, os jornalistas e seus colegas de outros setores das empresas de comunicação não teriam muito o que comemorar com a sonhada abertura. Especialista na área de trabalho, Neri lembra que, nos segmentos produtivos em que entrou no Brasil (leia-se: todos os setores, menos exatamente o de comunicação), o capital estrangeiro trouxe métodos e tecnologias poupadores de mão-de-obra, ou seja, provocadoras de de-



Marcelo Neri, do Ipea: abertura não geraria muitos empregos

semprego. É o chamado *Efeito Blockbuster*, a videolocadora multinacional. "A Blockbuster tem lojas imensas geridas por três ou quatro pessoas. Seus custos são muito menores do que os das duas videolocadoras do quarteirão, que não agüentam a concorrência e fecham, desempregando o dono e mais umas três ou quatro pessoas em cada", contabiliza o economista.

Mesmo sem dispor de dados mais concretos sobre o índice de emprego (e desemprego) na área de comunicação, setor solenemente ignorado pelos especialistas, Marcelo Neri admite que a "reestruturação" pela qual estão passando os veículos pode ser já o anúncio da chegada dos gringos. Encasteladas na reserva de mercado, as empresas de comunicação puderam observar o caos que se instalou em setores como o de auto-peças – onde não há mais indústrias 100% nacionais – quando expostos aos ventos da abertura e trataram de fazer os cortes por antecipação, à espera dos competidores.

Boas-vindas – Se os temores dos empregados não se acalmam com a vinda dos estrangeiros, pelo lado dos empresários eles são aguardados até com ansiedade muito positiva. "Seria um baita progresso e iria na direção do fortalecimento das empresas de comunicação", entusiasma-se Walter Mattos Júnior, dono do jornal esportivo *Lance!*. "É um caminho inteligente para a capitalização das empresas de comunicação nacionais e uma forma saudável de qualificação de nossos profissionais e de nossos produtos", reforça Marco Antonio Bezerra Campos, diretor jurídico do grupo gaúcho RBS.

Hoje, o capital estrangeiro não pode participar de forma nenhuma do controle de empresas de comunicação no Brasil. Está vetado pelo artigo 222 da Constituição. O artigo – que também impede que pessoas jurídicas, mesmo totalmente nacionais, sejam donas de mais de 30% do controle acionário dessas empresas – deve ser alterado em breve. Dois projetos propõem mudanças: o de Aloysio Nunes Ferreira (PSDB-SP) e o de José Genoíno (PT-SP). O primeiro, com tramitação mais adiantada, prevê a possibilidade de empresas nacionais serem donas de 100% das ações de veículos de comunicação, abrindo brecha para que sócios estran-

geiros possuam até 30% do capital. Já o projeto de emenda constitucional do deputado moderado do PT é mais radical, permitindo que até 49% das ações fiquem nas mãos dos estrangeiros.

Pela teoria, os empresários brasileiros deveriam tender para o lado de Genoíno, mas, na prática, brigam pelo projeto do tucano. "O limite de 49% seria melhor, mas creio que seja mais fácil a aprovação da proposta de 30% e é por ela que estamos lutando", afirma Fernando Portela, vice-presidente de O Dia e integrante do comitê da Associação Nacional de Jornais. Portela crê que o projeto de Aloysio seja votado até o final de 99, entrando em vigor no ano 2000.

Os empresários esperam alguma resistência de grupos nacionalistas à liberação da entrada de capital estrangeiro no setor, sob o argumento de que a cultura nacional correria riscos de manipulação e deturpação. A resposta, porém, está na ponta da língua. "Uma empresa que desrespeite a cultura brasileira ou defenda interesses contrários aos nossos seja rejeitada pelos seus clientes, leitores, ouvintes ou telespectadores", descarta Walter Mattos Júnior.

Se as empresas sabem exatamente o que querem dos parceiros estrangeiros, as entidades ligadas ao movimento sindical dos jornalistas sequer discutiram a questão. A Federação Nacional dos Jornalistas, por exemplo, não tem posição a respeito do assunto, que jamais entrou na pauta de discussões nos diversos fóruns da entidade. A falta de discussão, porém, não poderá durar muito. Afinal, os fazedores de ouro estão mesmo chegando e com muita ambição.

"Gringo era bom no tempo em que cobrava prestação na residência"

Arthur Cantalice (Correio da Lavoura)

"Queria que por aqui se praticasse bom capitalismo, como diz a Míriam Leitão. Se a entrada do capital estrangeiro representar isso, que chegue logo, que chegue ontem"

Aydano André Motta (O Globo)

"Nada mais coerente com os tempos globalizados. E ainda por cima gera empregos"

Afonso Nunes (Extra)