

ENTREVISTA /CLEVELAND PRATES

Neutralidade de rede é crucial para os jornais

Ex-integrante do Conselho Administrativo de Defesa Econômica, Cleveland Prates defende a neutralidade das redes de telecomunicações, defende também a regulação do setor, mas condena a criação de rede estatal proposta pelo governo.

Carlos Müller e Ricardo Pedreira
de Brasília

A expressão “Neutralidade de Rede” pode não dizer muito para proprietários de empresas jornalísticas e integrantes de suas redações. No entanto, ela se refere a um aspecto crucial para o futuro do jornalismo, como demonstra Cleveland Prates Teixeira, ex-conselheiro do CADE e professor da FGV-SP; Mestre em Planejamento e Finanças Públicas pela FGV; Doutor em Economia de Empresas pela FGV; sócio fundador da Microanalysis Consultoria Econômica Ltda. Ele abordou o assunto num dos painéis do 8º CBJ e foi convidado a detalhá-lo nesta entrevista ao Jornal ANJ, realizada em Brasília, no dia 24 de setembro último. Se as empresas de telecomunicações, que operam as redes não forem obrigadas a respeitar a neutralidade, poderão discriminar os provedores do conteúdo que trafega por elas, entre os quais as empresas jornalísticas, e essa neutralidade não está assegurada no Brasil. A questão da neutralidade, diz o especialista, “Não é uma coisa totalmente abstrata. Tem um efeito sob o ponto de vista privado também para o provedor de conteúdo, sim”. Para ele, “Enquanto os jornais não entenderem que esse é o aspecto central do futuro, correm o risco de perder mercado para detentores de rede, e esses detentores de rede estão querendo entrar onde? Exatamente nesse setor [de conteúdo], pois já têm a rede”. Leia a seguir os principais trechos dessa entrevista, cuja íntegra está disponível em: www.anj.org.br.

No CBJ, o senhor tratou do modelo de negócio da internet. Poderia resumi-lo, fazendo

um paralelo entre a lógica econômica da internet e a do jornal?

Uma coisa é fundamental. A distribuição do jornal, do jornal físico, hoje é feita de uma

maneira totalmente distinta da que acontece na gestão e na divulgação de informação da

internet. No caso do Jornal, você pode montar uma estrutura de distribuição e contratar

diferentes fornecedores dessa distribuição, ou mesmo fazer por conta própria. No caso específico da internet, a informação só chega por meio de uma estrutura de rede física. Então, para que o assinante do conteúdo – ou para qualquer pessoa – que queira ter acesso a um site possa ter acesso às informações que lhe sejam relevantes, ele precisa contratar algum fornecedor de acesso à internet, seja banda larga ou qualquer outra forma de acesso, via celular ou outra forma. O que acontece? Nesse momento em que ele faz a contratação, qualquer informação tem que, necessariamente, passar por essa rede até chegar a essa pessoa, até chegar a esse consumidor. E aqui é que começa a surgir o problema, e surgir em vários campos. O primeiro deles, que é, aparentemente, mais claro, e mais perigoso, que afeta a própria democracia, é você ter alguma forma de censura com relação ao tipo de informação que pode chegar até o consumidor. Você, como provedor da rede ou como órgão regulador do governo, passa ou pode passar a escolher que tipo de informação pode chegar a esse consumidor final. Em nome de uma suposta garantia de que crianças não tenham acesso a determinadas informações, você pode começar a bloquear qualquer tipo de informação. Isso é perigoso, pois, se alguém escolhe a informação a que você tem acesso, você não tem a democracia por inteiro, você não pode chamar uma situação dessas de democrática, pois impede você de ter todas essas informações e tomar a decisão com base em todas as informações possíveis.

Essa é a forma mais torpe, mas existem outras, não é?

A segunda questão é que, mesmo que você não opte por selecionar as informações que chegam, você pode, como detentor dessa rede de infraestrutura – por exemplo, uma Telefónica da vida, ou qualquer outra fornecedora de infraestrutura –, alegar que o nível de

informação e de pacotes que são passados a esse consumidor é muito pesado e congestionam a rede, o que gera perda de qualidade, o que implicaria um custo adicional e a exigência de ampliar a rede. Portanto, você começaria, como provedor, a discriminar que tipo de pacote chegaria ao consumidor final – quem assina a internet – e em que tempo chegaria.

Eventualmente, você pode ter a seguinte situação: imagine uma empresa que esteja verticalizada. Ela fornece a rede e ao mesmo tempo fornece conteúdo. Eu citaria o caso da Telefônica, do Terra, o da Br-Oi, que têm seus próprios provedores de conteúdo. Como são detentores de infraestrutura, podem entender que os pacotes que mandam, ou outros pacotes com informações geradas por eles, seriam mais importantes e que devem chegar antes que outros. Então passariam a dar prioridade ao conteúdo deles em detrimento de outros conteúdos. A outra forma de você fazer isso é cobrar preços diferenciados de cada provedor de conteúdo que tenha acesso a essa rede. Nessa hipótese, você passa a cobrar mais caro os conteúdos de terceiros do que conteúdo próprio ou a selecionar o que vai chegar nessa rede.

Comparando com o modelo dos jornais...

Ao contrário do modelo tradicional, ainda em vigor hoje, em que você pode contratar um ou uma série de distribuidores, ou utilizar distribuição própria, no caso da internet, é ineficiente você implantar várias redes, criar novos caminhos para chegar, é muito caro criar toda essa estrutura – e a regulação nem permitiria isso – porque é uma questão de eficiência econômica. Não adianta duplicar essas coisas. Seria um desperdício para a sociedade. Aí, quem detém essa infraestrutura pode deter o quê? Deter a vantagem de escolher de que forma a informação vai chegar. Por isso você tem essa discussão, hoje, do que se chama de neutralidade de rede. Você quer, cada vez mais, que essa rede seja distribuída de tal sorte a

que todo mundo possa, de um lado, prover o conteúdo sem discriminação do que o consumidor final, de modo que ele possa ter acesso a qualquer informação que esteja na rede. Qual a grande vantagem disso? Se nós compararmos a situação de hoje com vários anos, com a década de 90, que não está muito longe, o que acontecia? Ora, quando, por exemplo, um gestor de uma empresa ia tomar uma decisão quanto a comprar seus insumos ou qualquer material, você tinha que sair procurando, ligando para vários lugares, o que tomava um tempo bastante relevante. Hoje em dia, se você quer tomar qualquer decisão você acessa a internet e as informações chegam de uma maneira muito mais fácil, e você tem uma economia brutal do que a gente chama de custo de transação, você não perde tempo com isso. Então, sob o ponto de vista produtivo, essa rede e a disseminação das informações favorecem muito a eficiência econômica. Na medida em que você começa a bloquear, a diferenciar, você começa a gerar um problema que antes não havia, começa a perder eficiência para toda a economia.

Isso recoloca um problema que existiu nas primeiras redes do capitalismo, nas ferrovias, nas redes telegráficas. Uma ferrovia que tinha a linha e a empresa de transporte podia privilegiar as cargas dela, podia tirar determinados concorrentes do mercado, manipulando os preços, aumentando os preços cobrados dos concorrentes, por exemplo...

O princípio do livre acesso é o mesmo. Até hoje você tem isso. Você obriga as redes, que são monopólios naturais, como chamamos, a permitir a passagem de carga em estradas, em lugares físicos. O gás, o petróleo, por exemplo. Não tem sentido você ter duplicidade de redes que são custosas. Então, você tem que adotar o princípio do livre acesso a elas e exigir

o máximo de transparência com relação ao preço que é cobrado e tudo mais. O princípio básico é esse. No caso do qual estamos falando, a coisa é muito mais forte, porque – imagine a seguinte situação – o trem transporta mercadorias de um ponto para outro, mas há empresas com vagão próprio que tem que trafegar pela mesma via...

E há a interconexão...

Tem a interconexão também, se você tem a rede com mais de uma linha. No caso da rede, quando a gente fala em internet, a situação é mais grave. Imagine o seguinte. Se você é provedor de conteúdo, quanto mais conteúdo você coloca nessa rede, mais você atrai o quê? O consumidor do outro lado e, quanto mais consumidor você tem do outro lado, mais você incentiva a que as pessoas o quê? A que coloquem mais conteúdo na rede. E quando falo conteúdo não é só informação, são novos produtos, VoiP [telefonia via internet], por exemplo, e uma série de outros serviços que podem estar atrelados. Então, um lado chama o outro. É o que se chama de mercado de dois lados. Ou seja, quanto mais oferta você tem de um lado, mais oferta tem do outro e vice-versa. Então, você cria o que chamamos de externalidade de rede. Se você começar a discriminar, começa a reduzir oferta de um lado e a tornar a rede menos atrativa do outro, e, quanto menos atrativa do lado do consumidor, menos pessoas terão interesse em colocar o conteúdo aí. Você quebra um pouco a grande vantagem do que se chama de eficiência associada a externalidades de rede. Existe essa interconexão e você tem que olhar os dois lados. Quebrar isso e começar a selecionar, reduzir a oferta de um lado, regula a demanda do outro, e, na medida em que regula a demanda do outro, gera menos incentivo para que se produza para a rede. E é esta que, ao contrário do que as empresas de infraestrutura falam, coloca o conteúdo, que é a parte mais

inovadora, que lança novos produtos. Inovações na rede são inovações na margem, são pequenas inovações.

Partindo de todas essas considerações, como você vê a situação do Brasil nesse aspecto, da neutralidade?

Algumas coisas me preocupam. Em primeiro lugar, hoje temos monopólios localizados na infraestrutura de rede, um aspecto em relação ao qual precisamos tomar certo cuidado.

Segundo: já existem casos a respeito na área de defesa da concorrência, que estão sendo analisados e julgados – e a própria Anatel tem levantado o princípio da neutralidade de rede como uma coisa a ser seguida.

Mas como se define a neutralidade de rede?

Como se entende a neutralidade de rede? E será que essas entidades do governo estão de fato entendendo de que se trata? Uma das coisas que estão naquele projeto de lei sobre o qual tratamos no CBJ é que, eventualmente, se permitira uma discriminação, digamos, em preços, para o quê? Para justificar o não congestionamento dessa rede e fazer com que quem ocupe mais essa rede contribua? Com o quê? Com mais dinheiro para ampliar essa rede, quem coloca mais conteúdo? Qual é o problema dessa história? Em primeiro lugar, que, ao discriminar, a gente volta àquela questão anterior, e isso é uma falácia, entre aspas.

Por quê?

Porque a discriminação já acontece de certa forma, se pensarmos bem. Não pelo lado do provedor de conteúdo, mas pelo lado do consumidor, porque, quando ele contrata um plano de internet, ou ele paga por uma certa quantidade de dados que são passados, uma certa quantidade de horas que utiliza, há um limite a partir do qual baixa a qualidade, a velocidade da informação que passa. Isso, até certo ponto, é razoável. Por quê? Porque esse tipo de discriminação, do lado do consumidor, faz com que esse consumidor saiba - ele que sabe

melhor da demanda dele - e passe a escolher o plano que seja mais atrativo para ele. Se usa pouco vai pagar pouco, se usa muito, vai pagar muito. Por outro lado, quem fornece a informação na rede, não sabe qual o nível de demanda do outro lado; então não seria razoável discriminar esse ator. É muito mais razoável fazer o que, de certa forma, já acontece hoje. Você fornece pacotes para que o cliente final possa fazer a escolha ótima dele. Na medida em que você faz isso e todo mundo pode ter acesso à informação, no tempo em que esse pessoal quer e o provedor de conteúdo não perde a capacidade de fornecer, adequadamente, essa informação. Então, não há necessidade de discriminar, do lado do fornecedor de conteúdo – que é algo que preocupa, que está nesse projeto em discussão –, e me preocupa também essa discussão e essa negação de que precisa discriminar o conteúdo para ampliar a rede. Acho que o que os detentores da infraestrutura ou não perceberam ou não quiseram ver é que eles só cresceram e só tiveram aumento da rede porque essa rede foi mais demandada. Foi mais demandada por quê? Porque esses provedores de conteúdo e novos produtos tornaram essa rede mais atrativa. Então, esses provedores já contribuíram bastante para tornar a rede mais atrativa, e isso é uma contribuição mais do que razoável. O crescimento da demanda vai fazer, naturalmente, com que eles sejam obrigados a aumentar a rede. Isso é bom para eles e é bom para todo mundo, para toda a sociedade. **A oferta gera demanda. Em grande medida, quando se estabeleceu havia a ideia de que a utilização da rede seria diferente. As pessoas receberiam conteúdos dos provedores. Simplesmente receberia, baixaria. A participação dos usuários se tornou muito maior do que se previa, enviando textos, postando vídeos, etc. e aumentou a carga sobre a rede.**

E estão querendo inverter a coisa, que a demanda é que gera oferta. A grande coisa sobre o que as pessoas pouco conversam, e estão procurando ver um pouco melhor, é que isso é que se chama de mercado de dois lados. O detentor da infraestrutura vai procurar o quê? Primeiro, estabelecer o preço para um lado ou para o outro lado do mercado, de tal forma a maximizar o lucro dele, e, segundo, ele tem, do ponto de vista privado, uma tendência a discriminar ou cobrar mais do fornecedor de conteúdo do que do consumidor final. Por quê? Porque, ao fazer isso, ele restringe a oferta dele e pode aumentar o preço. Então, ele procura maximizar. Sob o ponto de vista do gestor governamental, do regulador, há o interesse de que o preço que esse cara extrai dos dois lados do mercado seja o menor possível, o suficiente para remunerar a rede. Por isso, desneutralizar a rede pode ser um problema, e por isso o regulador tem que prestar atenção a esse aspecto e garantir a neutralidade de rede de fato.

É um mercado muito desequilibrado, não é? Há o detentor da rede, que é monopolista.

No pólo do provedor de conteúdo, há certa pulverização, mas com um número suficientemente reduzido de participantes para garantir algum poder de negociação.

Do outro lado estão os usuários finais, que são atomizados, sem o poder de negociação com a rede dos provedores.

Só tem um pequeno detalhe: sob o ponto de vista do fornecedor de conteúdo, ele tem menos condições de colocar o serviço na rede do que o consumidor. Por quê? Porque o consumidor pode comprar o plano, por exemplo, se for celular, da Tim, Claro, assim por diante e mais as fixas. O leque de opções do consumidor ainda é um leque um pouco maior que o de quem coloca o conteúdo na rede, pois há uma rede em São Paulo, uma rede por PGO [Plano Geral

de Outorga – área de concessão] ou no máximo duas. A Net não permite que você coloque conteúdo via sua infraestrutura. Ela só trabalha com esse lado do mercado ou internaliza o conteúdo dela na rede dela.

Quando a internet se desenvolveu, o mundo todo vivia num ambiente econômico de predomínio das teses econômicas liberais, com os processos de privatização e desregulamentação. Havia também a ideia de que monopólio natural não existe na verdade ou está constantemente sob ameaça da concorrência potencial. E havia, ao mesmo tempo, certa tendência a afirmar que não existe bem público. Com a crise, voltou-se a falar em regular mercados, que os monopólios existem e estão se reconstituindo (na área de teles, por exemplo), e que a informação é um bem público.

Poderia detalhar um pouco isso?

A informação deve ser um bem público. Acho que não há dúvidas quanto a isso. O que leva, sob o ponto de vista econômico, você a regular o mercado? Basicamente, o que se chama de falhas de mercado. Existem quatro falhas de mercado e uma, particularmente, é a produção de bens públicos. Nesse caso, posso dar um exemplo muito claro, a energia, a iluminação na rua. Todo mundo se beneficia, mas ninguém quer pagar por isso. Então, esse é um bem público na medida em que, se alguém fizer, não vai conseguir se apropriar desse investimento que fez, todo mundo vai pagar e ele não vai ter incentivo para fazer sozinho, pois é muito caro. Então, o que acontece? O governo entra cobrando taxas para providenciar esse bem público. Exército é outro bem público. Só que existem outras falhas de mercado que, não necessariamente, levam à necessidade de o governo prover esse serviço. São, fundamentalmente, três: monopólio natural, assimetria de informações e externalidades.

Você poderia detalhar cada um deles?

Monopólio natural é aquela situação em que não é eficiente você ter uma duplicação da infraestrutura: transmissão de energia elétrica, saneamento básico, gasoduto, oleoduto. Não é eficiente você ter mais de uma rede concorrendo com a outra. Seria muito caro, você não conseguiria minimizar os custos da prestação desse serviço e os preços acabariam sendo mais altos. Nessas situações o que acontece? Você tem que ter um ente regulador que estabeleça, que fixe condições para que esse preço não seja um preço próximo de monopólio. Você tenta, o máximo possível, estabelecer um preço baixo, suficiente para remunerar a rede, a manutenção dessa rede. Então, você começa a atuar sobre tarifas, nesse caso. E é o que se estabelece, que a gente chama de *price cap*, você estabelece o preço-teto. Há vários modelos. Segundo aspecto: informação assimétrica. Nesse caso, os exemplos claros são bancos e sistema de saúde. Quando você assina um contrato com empresas desse tipo, você não sabe exatamente que serviço ou produto está comprando. Quando você compra o plano de saúde, a não ser que esteja tudo bem claro, estabelecido e transparente no contrato, não sabe que serviço está adquirindo e, várias vezes, você tem problemas quando tem que usar. Nesse caso justificaria o quê? Uma regulação desse mercado determinando, muito claramente, o que pode e o que não pode ser feito, que pacote pode e que pacote não pode ser vendido, que tipo de informação tem que estar dentro do contrato. É por isso que você tem uma Agência Nacional de Saúde (ANS), tem um Banco Central regulando essas atividades. O terceiro caso é o mais clássico, que a gente chama de externalidades, e, fundamentalmente, externalidade negativa é o melhor exemplo. Você tem empresas que poluem. Elas produzem e para elas é interessante poluir e produzir a um custo menor, só que isso gera um custo

adicional, um custo para a sociedade, pois torna as pessoas doentes, e tudo isso tem de ser pago de alguma forma. Então, você passa a regular esses mercados evitando que gerem externalidades, que o processo produtivo de uma empresa interfira em terceiros, em pessoas que estão próximas. Você tenta evitar o quê? Problemas para a sociedade, e cria regras para isso. Você pode, inclusive, pensar no direito de patentes como uma externalidade positiva. Você só vai investir em pesquisa e desenvolvimento se tiver uma garantia de que esse investimento de alto risco se reflita num ganho maior. Então você cria uma legislação de patentes para dar alguma garantia de que se recupere esse investimento. O que se observou muito, nas décadas de 80 e 90, é que o mundo estava muito regulamentado mesmo em mercados que não eram mais monopólios naturais. Houve um processo forte de desregulamentação, na década de 90 e o setor aéreo é o melhor exemplo de que isso gerou benefícios em todo o mundo. Você teve quebras de empresas? Teve, mas em empresas ineficientes, e se passou a ter novos modelos de empresas eficientes. A questão que fica é quanto dessa desregulamentação poderia ter sido feita, de fato? Um aspecto fundamental que se percebe, hoje, é no mercado financeiro. Grande questão: dado o nível de informação assimétrica que há no mercado financeiro e todos aqueles produtos que foram criados nos EUA e repassados para o mundo todo, será que foi razoável toda aquela desregulamentação? Provavelmente não, pelo efeito que se viu no mercado financeiro, que levou a uma queda do PIB internacional fortíssima. Então é preciso saber o quanto é preciso regular, o quanto não o é, e é preciso, a cada período de tempo, verificar se a evolução tecnológica não muda situações que, por exemplo, antes eram monopólio natural e hoje já não são. Você precisa

sempre estar de olho, como órgão regulador, para saber o quanto e onde tem que continuar regulando.

Gostaria que você abordasse um pouco mais a questão da informação como bem público quando produzida num jornal, como trabalho jornalístico, e a relação entre ela e a remuneração do conteúdo na internet. Sai um pouco da questão da rede, mas...

Quando você é um órgão de imprensa que gera informação você tem um custo para gerar essa informação, mantém toda uma estrutura, jornalistas, para os quais você tem que dar eficiência para gerar informação. Você poderia fazer um paralelo, grosso modo, não exatamente semelhante, com alguma coisa com propriedade intelectual. Você só tem incentivo para continuar a produzir essa informação, como empresa jornalística, se puder ter um retorno sobre isso. Se você cria essa informação, cria uma estrutura eficiente, sai atrás, gera um benefício para a sociedade questionando posturas governamentais ou qualquer outra postura que reduza a eficiência econômica, digamos assim, você gera eficiência. Por outro lado, só vai fazer isso se puder ser remunerado. Ora, se você permite que essa informação seja utilizada por terceiros, quartos, quintos, e assim por diante, sem nenhum cuidado prévio, ou, no mínimo você mostrar quem é a fonte ou discutir o modelo que você possa redirecionar para, de fato, quem produz essa informação, você pode gerar um desincentivo eventual para que essas empresas continuem a produzir esse tipo de informação. Esse é um ajuste fino que não é trivial, precisa ser muito debatido. Particularmente, não tenho opinião formada a respeito desse esquema Google com empresas de jornais, mas é claro que, na medida em que alguém produza a informação, tem um custo de produzir, e isso deve ser remunerado, do contrário essa empresa sai do mercado, e você não vai ter o resultado final que é a

informação. Por outro lado, você tem que reconhecer que essas empresas auxiliam, de alguma forma, na medida em que disseminam mais rápido a informação. Então, tem que ter um ajuste fino entre as partes. Me parece que há uma tendência a começar a se negociar isso, vem acontecendo nos EUA, em outros lugares. O único risco que você corre é, eventualmente, começar a criar modelos de discriminação de quem vai distribuir a informação e como vai ser colocada entre os vários agentes que produzem informação. É uma discussão que está em aberto, ainda, e não é clara, mas, de fato, quem produz tem que ser remunerado.

Não lhe parece que há pouca clareza sobre isso, decorrente um pouco da confusão sobre qual é o verdadeiro objeto da questão? Porque a informação, o custo dela, não é, propriamente, da informação em si, mas do processamento dessa informação. Por exemplo: o presidente assina um decreto. Seu teor é uma informação pública, todo mundo tem acesso a ele. Agora, transformar esse decreto numa notícia é o valor agregado que o jornal produz.

O decreto é insumo. A avaliação do decreto, a forma como você aloca seus comentaristas sobre o assunto, seus especialistas, é um custo, que, de alguma forma, precisa ser remunerado, você precisa estruturar isso. O modelo não está claro, mas com certeza você está pegando insumo e transformando esse insumo e agregando valor a esse insumo. Então, de fato, você tem algum valor que deve ser remunerado.

Qualquer blogueiro do mundo tem todo o direito de pegar o Diário Oficial no site da Imprensa Nacional e fazer os seus comentários em cima disso. A contribuição dele, o valor que ele agrega, é o comentário que ele faz, o trabalho dele de explicar, esmiuçar o decreto. Agora, pegar a notícia do jornal e simplesmente reproduzir... é apropriação de

um bem privado.

Uma coisa é você ter acesso a uma informação, trabalhar e criar alguma coisa em cima dessa informação. A outra coisa é, simplesmente, pegar essa informação, como se fosse sua e fazer uso dela no seu blog. Agora, é preciso tomar um pouco de cuidado, porque você tem diferentes tipos de blogs. Tem aquelas pessoas que criam blog, especificamente para o quê? Para vender alguma coisa adicional. Entre aspas, “vender”. Eu posso ser um economista e posso criar um blog para fazer comentários e distribuir esses comentários na rede, de tal forma que passo a ser mais conhecido e a vender meu serviço de economista. Posso ser, simplesmente, um político que queira me contrapor a determinadas posições, então, o meu objetivo, que a gente chama de função objetiva, é, simplesmente, me fazer mais conhecido e criticar uma posição, criticar, por exemplo, o governo. Depende muito do que você tem por trás. O que eu acho que não dá para fazer é, simplesmente, pegar essa informação, assumir como sua e extrair qualquer possibilidade de remuneração de quem a produz de fato. Não é uma equação simples. É muito complicado sob o ponto de vista econômico. A coisa que é clara é: quem produz tem que ser remunerado, senão para de produzir. Só vou continuar a produzir algo se tiver incentivo para isso. O incentivo, no caso dos blogs é óbvio, você tem essas situações que mencionei, mas, no caso de uma empresa jornalística, o objetivo é muito maior. Tem que visar o lucro, senão não vai ficar no mercado; se não tiver a remuneração adequada, sai do mercado e vai fazer outra coisa. E isso precisa de cuidado, pois é preciso ver qual é o ajuste fino que permita a essas empresas, de fato, ser adequadamente remuneradas sem que o conteúdo que elas produzem seja extraído e, como a gente chama, pegar carona nesse conteúdo para fazer receita com base nesse conteúdo. Esse é o principal

aspecto.

Essa é uma discussão interessantíssima, mas supondo que o nosso leitor seja dono de um pequeno jornal do interior e chegue a esse ponto e pergunte: "Bem, e o que isso tem a ver com o meu jornal?"

Vamos lá! Primeiro, você precisa entender qual é o objetivo desse jornal. Provavelmente, ele não está preocupado, num primeiro momento, em concorrer com empresas de nível, nacional ou mundial ou, provavelmente, ele quer dar o quê? Uma informação mais local e agregar, obviamente, informações de âmbito nacional, eventualmente alguma mundial. Não sei, exatamente, como funciona isso. Sob o ponto de vista da produção da informação, para ele e para o consumidor dele – vocês devem ter ideia melhor do que eu –, o importante é o que está acontecendo naquela cidade. Eu vejo muito isso quando viajo para o interior. As pessoas estão mais interessadas na sua cidade do que no resto do mundo. Aí, vejo que esses jornais têm, obviamente, interesse em colocar seu conteúdo na rede, já que as pessoas dessas cidades têm acesso à internet. Existe uma preocupação, nesse caso, de saber o preço que eles vão pagar para colocar o conteúdo na internet, e aí encontram todas aquelas questões sobre neutralidade de rede. Me parece que um detentor de infraestrutura está menos preocupado com esse cara pequeno, que não gera tanto tráfego, não gera tanto problema, do que grandes jornais. Você pensa numa Telefónica da vida. Ela está pensando em quê? Em mídia lá na frente, em TV, uma série de coisas, e que pouco provavelmente, está preocupada com esse produtor local. O quanto essa Telefónica da vida vai conseguir agregar em termos de resultado financeiro, em publicidade e coisas desse tipo? O que ela vai sofrer com a concorrência desse cara local é muito pouco. Outra coisa, sob o ponto de vista da informação

que o pequeno jornal produz é (me parece à primeira vista, e posso estar errado fazendo uma rápida análise) é que ele não sofre tanta influência de um modelo tipo Google. Talvez, o Google, para ele, seja até favorável porque divulga o pequeno jornal que só teria uma divulgação local. Isso já aconteceu comigo, já descobri pequenos jornais porque eu já coloquei uma informação que eu queria saber e apareceu essa informação desse jornal de uma cidade do interior de não sei onde. Sob esse aspecto, eu também ficaria menos preocupado. Agora, obviamente, na medida em que ele for crescendo e for fazendo frente a jornais maiores, crescendo entre os jornais do país e, se for o caso, no panorama mundial, provavelmente ele vai entrar num jogo mais pesado de concorrência e pode sofrer mais. Mas eu ficaria menos preocupado nesse aspecto, a não ser que sofra uma concorrência local, de alguém que crie um blog que pegue informação dele e comece a divulgar como se fosse própria. Acho pouco provável que seu jornal sofra uma concorrência desses pequenos blogs também. No máximo, é um comentário feito sobre as informações que estão lá divulgadas.

Quando as pessoas falam em internet pensam em notícia, em navegar, mandar e-mail, mas a esmagadora maioria do tráfego é de dados, e dados que não são transmitidos por indivíduos ou pelo jornal que coloca suas informações na rede. O operador da rede pode se sentir tentado a fechar um contrato com o grande operador de dados e danem-se os que geram muito menos tráfego. Esses vão pagar muito caro para colocar o seu conteúdo...

Esse é outro problema. Se você pensa na rede como insumo, na medida em que esses grandes passam a fechar contratos muito maiores, eles podem dar a impressão, e de fato podem até ser mais eficientes em termos de transmissão de dados, mas, se a gente pensa em termos de

bancos, hoje todos os bancos trabalham com um sistema ou com redes internas, ou contratam partes de redes das várias operadoras e trabalham de uma maneira bastante eficiente. Então, acho que me preocupa menos o efeito sobre uma concorrência bancária desse modelo de rede do que o efeito sobre a informação, propriamente dita. Acho que o ponto central aí é a informação, os novos produtos que são agregados, particularmente o VoiP. Por que o VoiP no Brasil hoje é muito fraco? Você tem situações em que a conexão é derrubada, quando se está usando. Quem já usou Skype sabe que as operadoras fazem isso. Eles derrubam a voz, e você não tem um modelo regulatório, hoje, que incentive empresas de VoiP. A nossa visão é que essa parte da infraestrutura vai ser tratada, no futuro, como uma commodity, e todos os serviços que passam por ela vão ser um serviço de valor agregado mais elevado. São aquelas coisas novas que surgem, que os consumidores estão demandando mais, esses mercados - de informação, de VoiP, de download e transferência de dados. Por isso, você precisa tomar cuidado e não deixar discriminar, pois é o que vai gerar mais demanda de um lado, que vai incentivar mais produtos do outro lado e vai incentivar o aumento da rede, vai incentivar o crescimento da economia. Vai acabar por empregar mais gente, gerar menor custo de busca de informação, contratar mais pessoas e assim por diante. É fundamental entender que a neutralidade vai favorecer o crescimento da economia, sim. Então, deixar isso de lado, permitir a discriminação vai voltar atrás no processo que vem gerando efeitos bastante positivos para o conjunto da economia.

E esse projeto do governo a que você se referiu, permite essa discriminação?

Tem um ponto, não lembro exatamente qual é, que toca na possibilidade de você ter discriminação na rede, de acordo com a necessidade de remunerar o mercado

adequadamente. Não estou com o projeto aqui, mas dando uma olhada a gente poderia perceber isso, que é uma das minhas preocupações, além das outras que são, a meu ver, mais graves e envolvem como escolher que tipo de informação as pessoas podem ter acesso.

É uma questão que mexe com a democracia?

É, previamente censurar o que vai ser colocado. Tem uma coisa que para mim está muito claro, que me assustou sobremaneira, que é aquela história: Porque alguém comete um desatino e critica outra pessoa, um jornalista, porque ele fez isso, eu vou, previamente, entender que as pessoas podem fazer isso. Porque as pessoas podem fazer isso, eu vou criar regras para que elas não possam fazer isso. Primeiro: se houve um problema, esse problema tem de ser corrigido. Como é que você corrige esse problema? Com uma punição, punição exemplar, e o Judiciário está aí para isso. Se o Judiciário não funciona, você vai criar um outro problema, você vai afetar a democracia ou você vai resolver o problema interno do Judiciário? Você vai tornar o Judiciário mais eficiente para que ele execute o papel de realmente punir quem cometeu algum desatino. Eu acho que é mais razoável você punir o Judiciário do que cometer um atentado contra a democracia e resolver que determinadas informações não podem ser passadas ou a forma como as informações são passadas. Só para parar para pensar: se nós colocarmos dez pessoas nesta sala, com certeza essas dez pessoas terão opiniões diferentes com relação a que informação é boa e que informação é ruim. Quem é que vai decidir esse conteúdo? É uma pessoa, é um governo? Por que esse governo vai decidir por ele? Por que eu não ter poder de acesso à informação e filtrar essa informação? E se houver algum absurdo, essa punição tem que ser exemplar, depois. Se você continua a ter problemas desse tipo com jornalistas é porque, provavelmente, o Judiciário

não está funcionando. Se o Judiciário não está funcionando, vamos fazer com que o Judiciário funcione adequadamente para punir as pessoas que estão cometendo algum absurdo.

No CBJ discutiu-se que há um problema no que diz respeito à neutralidade de rede e você indagava, retoricamente, esse problema é da sociedade ou dos indivíduos? Por quê?

Da sociedade toda. Você não pode entendê-lo como um problema seu, individual, como fornecedor de informação, porque aí passa a ser uma coisa simplesmente privada. É muito mais amplo do que isso. A questão é garantir, como eu havia dito, que todas as pessoas possam ter acesso a todas as informações e, ao ter acesso a todas as informações, que tenham condições de escolher o que é melhor para elas. Essa é, para mim, uma questão básica. Você não precisa desneutralizar a rede, do outro lado, para atender as demandas privadas, sobretudo naquela rede, porque, do contrário, estaria fazendo o seguinte: Por que esse cara está querendo ter uma remuneração extra da rede – não estou nem falando na remuneração adequada –, quer aumentar seu lucro, em nome disso eu vou permitir que ele discrimine quem fornece conteúdo. O mais razoável é você criar um modelo econômico eficiente que permita remunerar adequadamente essa rede e, ao mesmo tempo, que não discrimine o fornecedor de conteúdo. Esse modelo já existe hoje, na medida em que você oferece pacotes da internet para o consumidor final – ele escolhe o quanto de informação quer receber e em que velocidade. Então, a discriminação e a quantidade de informação que será passada aqui, para cada consumidor, é esse consumidor que vai definir, e, se ele quiser mais vai contribuir mais, vai pagar mais caro e isso vai contribuir para ampliar a rede. Não vá cobrar de quem

fornece informação, porque esse cara não tem condições de saber quanto, exatamente, de informação vai ser demandada. Não vai cobrar desse cara porque ele está sempre inovando, está colocando coisa nova, está contribuindo para que haja aumento da demanda pela rede. O problema é: se eu permito que isso não aconteça, se eu desneutralizo essa rede, eu perco todo esse ciclo virtuoso.

Como se resolve esse problema?

A única forma de resolver isso é por meio de uma legislação forte e de uma regulação forte que impeça a desneutralização dessa rede. Isso as pessoas percebem pouco, ainda, porque a discussão é muito recente. Nos EUA, é a discussão que está premente, tudo que se discute lá é em relação a desneutralização de rede e se é eficiente ou não. Tudo caminhando e dizendo que não, que não houve ganhos, que o melhor modelo é deixar a rede neutra. É fundamental que as pessoas se mobilizem, que as empresas de produção de conteúdo se mobilizem e entendam que isso é um problema, hoje, e vai ser um problema maior se não se fizer nada. E isso tem que estar, o tempo todo, sendo batido na mídia. Por quê? Porque, do contrário, você verá que essas empresas detentoras de infraestrutura farão essa discriminação. E, se fizerem, vai ser muito difícil de recuperar.

Sob o ponto de vista da empresa jornalística, um ator nesse mercado, qual o problema

para ela e o que deve fazer, ela e a ANJ como entidade?

Acho que a ANJ deveria discutir, tomar uma posição mais forte com relação a isso e defender, muito abertamente, muito claramente, a neutralidade de rede, expondo as razões por que entende que deve ser garantida, rebatendo eventuais pontos que venham a ser colocados pelos detentores de infraestrutura – o que aparecerá de fato. Acho que é fundamental estar presente o tempo todo, alertando para problemas – seja em nível nacional

seja em nível local – quando houver algum tipo de discriminação, alertando para o quanto esse fornecedor de conteúdo, de fato, colabora para o crescimento dessa rede, o quanto ele gera demanda do outro lado, e essa demanda do outro lado também tem efeito positivo nesse produtor de conteúdo, e que isso se reflete, positivamente e, ao contrário do que dizem, na demanda sobre a rede, pois aumentar a demanda aumenta o nível de investimento nessa rede.

Ao aumentar o nível de investimento na rede, você está ampliando essa rede, contratando mais gente, mais estrutura, mais serviço e assim por diante. Então, esse efeito é benéfico, e, se as pessoas entenderem isso e se a ANJ conseguir disseminar essa ideia para todos os jornais, e os jornais comprarem a ideia e mostrarem isso claramente para as pessoas – a grande vantagem de você manter uma rede neutra –, isso só vai refletir em benefício para toda a sociedade lá na frente. Acho que a maior contribuição é discutir, não se omitir e não deixar isso parado, deixando que os projetos de lei que eventualmente apareçam avancem sem que haja um contraponto.

Não lhe parece que há certa resignação com o comportamento das operadoras de rede?

E o que acha da proposta de criação de uma rede paralela estatal. É solução?

Eu acho que é um problema muito maior. Primeiro, porque a Telebrás não tem capilaridade.

Pelo que eu entendi, essa é uma rede para levar até as cidades, mas a capilaridade de cada um dos lugares não seria feita por ela. Segundo, uma coisa que é básica: você tem uma algo que em economia é chamada de custo de oportunidade. Como gestor público, tenho vários problemas para resolver. Quando opto por investir em um lugar, estou gerando um custo de oportunidade que em relação a investir em outro lugar. Não me parece que seja função do governo pegar dinheiro que por direito deve ir para saúde, educação e outras áreas que são

prioritárias, e investir numa rede, que você não sabe se é eficiente ou não. Ao propor a criação de nova rede, o gestor pode não atuar de acordo com as regras de mercado, pode sinalizar para outras empresas que estão nesse mercado que não adianta investir porque o governo vai dar sempre prioridade a essa rede, e assim por diante. Me parece que entrar nesse mercado é a pior decisão possível, a pior decisão que se poderia tomar. Ao passo que, se o governo quer contribuir para essa rede, e quer contribuir para acabar com informações de baixo nível, a melhor forma que tem de fazer isso é atuar sobre a demanda. De que forma? Aumentando o investimento em educação, para que as pessoas que demandem essa informação saibam melhor filtrar que informação é boa ou ruim, e, se a informação for ruim, ela vai sumir, porque ninguém vai querer. Se o governo quer contribuir com alguma coisa nessa estrutura de rede deve investir em educação, pois é nesse lado que vai se fazer com que os bons conteúdos permaneçam e os ruins saiam do mercado. O custo de oportunidade que está sendo gerado para construir essa rede é absurdo perto do custo dos investimentos em outras áreas. Acho total absurdo criar uma empresa especialmente para isso.

Nossa preocupação é que nosso leitor, que faz parte de empresas jornalísticas, compreenda a importância disso para a realidade cotidiana do jornal, pois ele está batalhando para obter um anúncio das Casas Bahia, envolvido com questões locais, etc.

Por que ele vai se preocupar com a questão da neutralidade de rede?

Por uma questão simples: na medida em que ele passa a ter o conteúdo discriminado, menos consumidores têm acesso a esse conteúdo. E, aí, é menor o valor da publicidade que ele pode vender. Essa é a questão mais clássica. Se você tem seu conteúdo discriminado, seja de uma forma seja de outra, pela baixa da qualidade, ou por não acesso, ou por ser mais caro para

fornecer o conteúdo, você vai perder capacidade de competir com o concorrente verticalizado. Vai vir a Terra e a Telefônica da vida. Se a Terra passa a ter vantagem com relação a outros provedores de conteúdo, eles conseguem vender mais e a um preço mais elevado.

Como isso se reflete na microeconomia da empresa?

Há dois lados. Se a discriminação é via custos, se você pegar aquele canal web e encarecer para esse fornecedor de conteúdo, ele vai ter um custo mais elevado e ele vai ter que ajustar de alguma forma. Ou via preço, e aí ele perde demanda; ou via cortar em outras áreas, ele pode perder a qualidade dos serviços prestados da informação que é colocada, e da mesma forma ele perde demanda. Na medida em que ele possa perder demanda, ele tem menos condições de gerar mais receita de publicidade, que vai ser mais barata do que a do concorrente. Então, tem os dois lados, se você considerar que um provedor de conteúdo é remunerado, pode ser remunerado pelo consumidor que assina e também pelo lado publicitário, se esse consumidor que assina começa a achar que o serviço não está adequado, seja pela qualidade seja pela demora no recebimento da informação, ele vai mudar para o Terra, por exemplo. Daí ele tem condições de extrair menos receita da parte publicitária. É fundamental entender isso. Não é uma coisa que é totalmente abstrata, tem um efeito sob o ponto de vista privado também para fornecedor de conteúdo, tem sim. Precisa ter cuidado com isso e mobilizar contra qualquer visão na utilização da rede, pois o efeito vai se dar lá na frente, e aí não adianta ele ficar correndo atrás, no dia a dia. Porque a origem do problema é muito maior, e ele não vai ter como resolver isso no dia a dia. Não adianta ele chegar para o cara que negocia a publicidade e falar "ah, compra o meu que é mais barato", porque o outro é muito mais mercado, com base numa discriminação que houve.

É uma situação completamente diferente frente ao jornal que tem problema de distribuição do jornal.

A diferença fundamental é essa, que você podia montar sua estrutura de distribuição. Hoje em dia sua estrutura de distribuição depende da rede. Enquanto os jornais não entenderem que esse é o aspecto central do futuro, correm o risco de perder mercado para detentores de rede, e esses detentores de rede estão querendo entrar onde? Exatamente nesse setor, pois já têm a rede.

O custo marginal dele é muito menor?

Para ele agregar alguma coisa é muito menor. Muito raramente você vai ter um provedor de

conteúdo entrando na rede, a não ser que – e aqui há outro aspecto.

Considere o seguinte: no

Brasil você não tem o que se chama *unbundling*, que é você desmembrar a rede e poder

comprar no atacado partes dessa rede para ofertar outros serviços. Então, vamos supor o

seguinte: você tem um grande provedor de conteúdo que quer oferecer esse serviço de

conteúdo atrelado a um outro tipo de serviço. Compra partes de rede para fornecer isso via

TV, via banda larga e ocupa a rede para oferecer serviços casados. Se esse cara tem essa

possibilidade num modelo de regulação que tenha *unbundling*, ele pode competir com esse

cara da rede. Ele pode passar a ofertar serviços similares, serviços de banda larga para o

cliente final. Isso acontece na Espanha, na França, na Europa – e funciona, pois é mandatário

e não há possibilidade de discriminar. Se esse cara, produtor de conteúdo, passar a entender

que podem ofertar isso e a regulamentação brasileira permitir isso – e se de fato for colocado

em prática –, esse cara vai oferecer mais do que um serviço ao cliente final. Vai oferecer o

quê? O acesso à internet e também ao conteúdo, e passa a ter mais força para competir com

os detentores da rede.

O que falta para termos o *unbundling* aqui?

É uma iniciativa da Anatel estabelecendo, muito claramente, regras com relação ao preço – que vai ser cobrado preço de pedaço de rede –, deixando muito claro que não pode haver discriminação, que o acesso tem que ser dado obrigatoriamente, e assim por diante. Depende, fundamentalmente, de uma mexida na Anatel nesse aspecto. Enfim, de incentivo da Anatel.

É tudo o que as teles não querem?

É tudo o que as teles não querem, porque têm medo de que se passe a ter esses fornecedores de conteúdo fortes e, ainda, atuando noutra mercado. É um problema que está sendo pouco visto, e nem as próprias empresas produtoras de conteúdo perceberam o potencial que elas têm de concorrer em alguns segmentos de mercado.