

Caminho do Brasil rumo à sociedade da informação é descrito em livro lançado na Alemanha

Geraldo Hoffmann

O mapa mundi da Internet mostra um Planeta dividido em países „ricos“ e nações „pobres“ em informação. Calcula-se que, no final de 1999, existiam cerca de 200 milhões de internautas no mundo, dos quais 113 milhões viviam nos Estados Unidos e Canadá, 47 milhões na Europa, 33 milhões na região da Ásia e do Pacífico, 5,3 milhões na América Latina e os 2,5 milhões restantes na África e no Oriente Médio. As discussões sobre a Internet como principal meio de comunicação da sociedade globalizada já resultaram numa enxurrada de publicações na América do Norte e Europa. Sobre os demais continentes e, principalmente, sobre os chamados países pobres ou emergentes do Terceiro Mundo, a sistematização de informações a esse respeito é escassa.

Com um estudo sobre „O caminho do Brasil para a era da informação“, o professor de Ciências Políticas da Universidade Católica de Eichstätt, Christiano German, tenta fechar essa lacuna, pelo menos no que se refere a o maior país latino-americano. O livro de 100 páginas, financiado pela Fundação Konrad Adenauer e que está sendo traduzido para o português, mostra que „o Brasil tem chances de ser um dos países vencedores na sociedade global da informação“.

Uma das explicações de German para essa previsão otimista parece inusitada: „A tentativa de desenvolver uma indústria nacional de computadores, com base na lei da reserva de mercado da informática de 1984, fracassou. Mas um dos poucos resultados positivos desse protecionismo revogado em 1993 foi que o Brasil formou bem mais especialistas em processamento de dados do que outros países latino-americanos“, escreve o autor.

Segundo German, o Brasil mostrou nas últimas décadas que é a nação tecnologicamente mais inovadora da América Latina. De acordo com dados do governo, o país investe 1,2% do Produto Interno Bruto em pesquisa e desenvolvimento – mais do que todo o resto do continente. Isso, porém, não oculta sérios problemas de infra-estrutura, desde a precariedade da malha rodoviária até a escassez das chamadas „auto-estradas da informação“. No setor de telecomunicação, o Brasil

está mais atrasado do que alguns de seus vizinhos. Com cerca de 10 linhas telefônicas fixas por 100 habitantes, em 1998, o país perdia para a Argentina e o Chile (ambos com 19 linhas por 100 habitantes) e o Uruguai (líder com uma relação de 25/100). Com a privatização do setor de telecomunicações, o governo brasileiro pretende aumentar o número de telefones fixos de 17 para 33 milhões até o ano 2001, o que resultaria numa proporção de 22 linhas por 100 habitantes. As carências de linhas residenciais está sendo progressivamente coberta por telefones celulares.

Os primeiros efeitos positivos da privatização começam a ser registrados no setor de serviços online. „O Brasil tem disparado a melhor e mais variada oferta de serviços de Internet da América Latina“, afirma German. Segundo ele, o país já dispõe de mais de meio milhão de computadores centrais (servidores) e mais de 500 provedores, sendo o maior deles o Universo Online, do Grupo Folha de São Paulo.

O Brasil ingressou na era da Internet em 1991. Até 1994, a rede ficou praticamente restrita ao meio acadêmico. Hoje – diz German – as 37 milhões de homepages brasileiras são um retrato da criatividade e da capacidade inovadora da elite informada. „Os brasileiros manuseiam as novas tecnologias com muito mais pragmatismo e menos preconceitos do que os europeus“, diz o cientista político. O perfil da „tribo nacional da Internet“, no entanto, corresponde a padrões europeus. O „navegante“ típico brasileiro tem 30 anos de idade (apenas 12% são mulheres), ganha 40 salários mínimos por mês, é solteiro, tem curso superior, fala inglês e ocupa função de gerência numa empresa de informática.

O know how dos informáticos gestados na era da reserva de mercado – segundo German – também deu impulso ao programa nacional de exportação de software „Softex 2000“, iniciado em 1993. Em 1997, a indústria brasileira de telecomunicações registrou um faturamento de 16,6 bilhões de dólares, representado 2% do PIB. Através de incentivos oficiais, esse volume deverá dobrar até o final de 2000. As empresas brasileiras de software oferecem desde programas especiais até soluções empresariais completas e produtos de ponta na

área da pesquisa médica. Segundo o autor, o software brasileiro para caixas automáticas, por exemplo, chega ser melhor do que produtos semelhantes usados por bancos alemães.

Enquanto na Alemanha ainda se discute as vantagens e desvantagens do sufrágio eleitoral via computador, no Brasil, a urna eletrônica, introduzida em 1994, já virou rotina nas eleições. Numa pesquisa realizada, em meados de 1999, pela IBM em 14 países europeus, apenas a metade dos 436 políticos entrevistados manifestou-se a favor do uso da Internet como meio de votação complementar. „O governo brasileiro também foi o primeiro do mundo a oferecer, em 1997, a possibilidade de se realizar a declaração do imposto de renda via Internet“, destaca German. Na Alemanha, o primeiro projeto piloto nessa área está sendo realizado, desde o ano passado, pela Delegacia da Receita Federal de Munique.

O livro de Christiano German, no entanto, não se limita a uma ladainha de elogios ao setor brasileiro de informação e telecomunicação. Já no prefácio o autor faz uma restrição: „As conclusões desse estudo valem apenas para uma parcela de, no máximo, 20% dos 160 milhões de brasileiros. As disparidades sociais persistem mesmo sob os governos democráticos e é provável que mais da metade da população nunca terá um computador“. German vê o cenário do livro „Casa Grande e Senzala“, de Gilberto Freire, projetar-se no cyberspaço: somente uma minoria classe alta é beneficiada pelos novos meios de comunicação.

Uma outra contradição apontada por German é que as universidades brasileiras anualmente despejam 12 mil técnicos em informática no mercado, dos quais 5 mil permanecem desempregados ou buscam emprego no Exterior, enquanto falta ao país mão-de-obra especializada para ampliar sua rede de telecomunicações. Apesar disso, ele chega a uma conclusão otimista: „O Brasil tem boas perspectivas de se integrar no mercado mundial, desde que intensifique os esforços para a exportação de produtos de ponta na área de processamento de dados. Para atingir esta meta, o país deve priorizar a mobilização e coordenação de suas próprias forças“, diz German. ■

