

## **A Califórnia ainda está longe**

Gustavo H. B. Franco

A explosão empresarial ensejada pela Internet tem várias explicações interessantes. Uma das mais aceitas é a de que as possibilidades de interação entre computadores subitamente se tornaram tão grandes que não cabiam mais dentro dos departamentos de pesquisa e desenvolvimento (P & D) das empresas do setor. Em função disso a indústria naturalmente "descentralizou" a P & D, ou seja, assistiu a um processo através do qual diferentes projetos foram espontaneamente se tornando novas empresas. Com isso, os gigantes do setor livravam-se do risco de investir numa quantidade muito grande de projetos, dos quais apenas um punhado teria chances concretas de funcionar.

Com efeito, a experiência mostra que tem sido altíssima a taxa de mortalidade das novas empresas atuando na Internet. Uma pesquisa recente sobre o funcionamento do Vale do Silício revela que em média apenas 6 de cada 1000 planos de negócios submetidos a financiadores de novas empresas na Internet efetivamente recebe financiamento. Destas, cerca de 60% em média vai à falência. As chances de uma nova empresa atingir o Graal, ou seja, conseguir uma oferta pública bem-sucedida de suas ações é de aproximadamente 6 para um milhão. Para cada herói, bilionário e capa de revista, o subproduto é um pequeno exército de cerca de 166 mil fracassados.

Será que é isso que vamos assistir no Brasil nos próximos anos? Terá a nossa recém-descoberta economia de mercado o sangue frio necessário para emular esse darwinismo californiano?

O fato é que nada disso parece tão exótico quanto seria há cinco ou dez anos passados. Nos últimos cinco anos em especial o Brasil se transformou em função da combinação de abertura, estabilização, privatização, enfraquecimento do Estado, democracia, desregulamentação, soberania do consumidor e responsabilidade fiscal.

Uma das consequências mais imediatas dessas mudanças foi a de tornar a competência empresarial uma questão de sobrevivência e boa parte (ou talvez a pior parte) do mundo empresarial achou que

isso era um castigo que lhes impunha o governo, que foi açodado na abertura e descuidado com a política cambial. Como se para os favoritos do Estado os favores fossem a regra, mas para os inimigos restasse apenas o mercado.

Nada mais normal que, com o tempo, as empresas verificassem que a excelência empresarial era um requisito natural para o sucesso em uma economia de mercado. Como de fato se observou. E graças às mudanças de atitude para com as reformas o Brasil vive uma revolução dupla: a primeira, por muitos anos retardada e ainda pela metade, é a descoberta da economia de mercado. E a segunda, bem menos avançada, é a disseminação da Internet e de sua cultura. Dificilmente a segunda seria possível sem a primeira, como se pode demonstrar lembrando que a revolução tecnológica anterior à de hoje - quando se disseminou o micro computador, o processador de texto e as planilhas eletrônicas - nos pegou com um governo que não acreditava em mercados e por isso inventou uma bobagem chamada "reserva de mercado", em consequência da qual, atrasamos em uma década ou mais a nossa entrada do Brasil no mundo digital.

Desta vez, felizmente, não vamos perder o bonde. A privatização das Telebrás e das concessões para telefonia celular foi uma dura batalha que nos deu a senha de acesso à Nova Economia. Novas empresas estão surgindo a todo momento e, pelo menos por enquanto, a mortalidade não tem sido tão grande pois ainda estamos na fase de reproduzir fórmulas já bem-sucedidas nos EUA. O verdadeiro teste para as novas atitudes será quando a competição começar a fazer vítimas, como recentemente observado no episódio da entrada em operação dos provedores de acesso gratuitos. Basta um pouquinho de dor que os perdedores vão reclamar com o governo. É um hábito antigo, difícil de abandonar. Num país cuja tradição é de empresários acunhadados com o Estado, o fracasso nunca é privado, mas sempre culpa do governo.