



É TEMPO DE FAZER UMA CRÍTICA À GLOBALIZAÇÃO E AO MERCADO LIVRE.



BILL GATES CONCLAMOU AS EMPRESAS A USAREM SUA IMAGINAÇÃO E ADERIREM AO QUE ELE CHAMA DE CAPITALISMO CRIATIVO.



TRATA-SE DA CRIAÇÃO DE NEGÓCIOS QUE BENEFICIEM AO MESMO TEMPO A POPULAÇÃO POBRE E AS EMPRESAS.



SÃO 4 BILHÕES DE PESSOAS QUE MOVIMENTAM US\$ 5 TRILHÕES POR ANO E QUE NÃO TÊM ACESSO A PRODUTOS E SERVIÇOS QUE CAIBAM NOS SEUS BOLSOS.



CRÍTICA AO LIVRE MERCADO A revista *The New Yorker*, de 13 de outubro, publicou um anúncio de página dupla com a seguinte pergunta: “*Does the free market corrode moral character?*”. Assinada pela *John Templeton Foundation* – “entidade que apóia pesquisas e investe nas grandes questões” – a peça oferece trechos das idéias de pensadores e economistas, alguns professores de expressivas universidades americanas e inglesas, sobre a atual crise econômica. Na sua maioria os ensaístas descartam a essência da pergunta, mas entendem que é tempo de se fazer uma crítica à globalização e que o mercado livre não pode fugir ao crivo dos governos.

PARTICIPAÇÃO O anúncio chama a atenção não só pelo convite à reflexão e a atualidade da questão, mas principalmente por ser assinado por uma fundação privada. A *Templeton* foi fundada em 1987, na *Philadelphia*, por *Sir. John Templeton* com o objetivo filantrópico de descobrir e debater grandes questões. Atualmente a fundação dispõe de ativos no valor de US\$ 1,5 bilhões. Somente em 2007 a entidade destinou US\$ 70 milhões a subvenções. Este talvez seja um dos aspectos da cultura americana mais fascinantes: a existência de organizações voltadas à participação e à cidadania.

CAPITALISMO CRIATIVO Na esteira dessa cultura participativa, *Bill Gates*, o fundador da *Microsoft*, publicou, na revista *Time*, um artigo-manifesto conclamando as empresas a usarem sua imaginação e aderirem ao que ele chama de capitalismo criativo: “*Precisamos encontrar uma maneira de fazer com que os aspectos do capitalismo que beneficiam os mais ricos passem a beneficiar também os mais pobres*”. Aos 53 anos, e um dos homens mais ricos do mundo, *Gates* quer reduzir a pobreza e a desigualdade por meio da criação de oportunidades de negócios.

INCLUSÃO Estes fatos nos levam a acreditar que o século XXI começa a desenhar a sua face. Um rosto ainda disforme, mas com viés bastante interessante. De um lado o crescimento de uma ideologia voltada para a inclusão de uma parcela gigantesca da população que permanece à margem. De outro, a repulsa à maneira com que os mercados globais estavam sendo conduzidos, ancorados na ganância de muitos, na tolerância exagerada com o risco e na falta de regulamentação do mercado.

QUEDA DO MODELO *Nouriel Roubini*, o homem que em 2006 previu a crise financeira mundial, viu nos excessos do mercado

a sua queda. Segundo *Roubini*, alguns fatores determinaram o estouro desta bolha, entre eles a multiplicação dos preços dos imóveis por dois, em apenas dez anos, o pouco rigor para concessão de empréstimos e o excesso de endividamento do consumidor americano: “(...) *Cheguei à conclusão de que uma crise no mercado imobiliário levaria a outra nas empresas de crédito imobiliário e que isso, somado a uma alta nos preços do petróleo e de outras fontes de energia, jogaria a economia numa recessão e poria o mercado financeiro numa crise séria*”.

NOVO OLHAR Com o sistema econômico em cheque e um contingente de 70% da população global (4 bilhões de habitantes) com renda per capita anual de até US\$ 3 mil, é chegada a hora de governos, empresas e sociedade civil organizada trabalharem novos modelos de gestão e inclusão. Neste sentido, a proposta do capitalismo criativo, lançada por *Gates*, e respaldada pelos estudos do professor da *Universidade de Michigan*, *C.K. Prahalad* e pelo ganhador do Nobel da Paz em 2006 e também pioneiro do microcrédito popular, *Muhammad Yunus*, constituem um novo olhar sobre a organização econômica e social.

US\$ 5 TRILHÕES Trata-se da criação de negócios que beneficiem ao mesmo tempo a população pobre e as empresas. Na visão de *Prahalad* são 4 bilhões de pessoas que movimentam US\$ 5 trilhões por ano e que não têm acesso a produtos e serviços que caibam nos seus bolsos: “(...) *é expressivo e representa uma enorme oportunidade de negócios para grandes corporações que enfrentam mercados cada vez mais saturados nas classes altas*”. Entre as referências usadas por *Prahalad*, em seu livro *A Riqueza na Base da Pirâmide*, estão a brasileira *Casas Bahia*, que se transformou numa potência do varejo ao concentrar seus negócios nas classes C e D, e a *Hindustan Lever*, subsidiária da *Unilever* na Índia, que desenvolveu um sabonete bactericida especialmente para a baixa renda.

REINVENÇÃO E TIMING É o capitalismo se reinventando através das forças do mercado. Esta evolução vai depender, em boa medida, da capacidade das empresas de criar produtos e negócios que envolvam as camadas mais baixas. O *timing* é perfeito para que as corporações busquem a inclusão no capitalismo da parcela mais pobre da população mundial, não de uma forma passiva, mas como empreendedora, inserida em modelos auto-sustentáveis. O que está em jogo são US\$ 5 trilhões e a inclusão de um contingente, considerável, da população no mercado.