



Bateu, levou

Por que as empresas no Brasil evitam confrontos públicos com o governo

HÁ ALGUMAS SEMANAS, OS PRINCIPAIS JORNAIS BRASILEIROS veicularam um anúncio de página inteira com o título: “Presidente Lula, a conta de luz que o senhor paga, igual a qualquer cidadão, é usada para muita coisa”. Seguiu-se um texto assinado pela Câmara Brasileira de Investidores em Energia Elétrica (CBIEE). O que motivou o anúncio foi um comentário feito pelo presidente Lula aos jornalistas que o inquiriam sobre os constantes reajustes das tarifas de energia elétrica. Disse o presidente que, a exemplo do povo brasileiro, ele também se chocava a cada aumento no setor. E que não entendia o porquê daquilo. A CBIEE resolveu não deixar a declaração passar em branco e aproveitou a oportunidade para esclarecer a opinião pública sobre “muita coisa”. O primeiro esclarecimento foi direto: numa conta de 100 reais paga pelo consumidor de energia elétrica, 73 reais vão para o governo, seja na forma de impostos, seja na compra de energia fornecida pelas empresas estatais. Apenas 27 reais ficam com as distribuidoras de energia, que — como ressalta o anúncio — “colocam os postes, os fios e os transformadores para entregar a luz na casa do presidente e de mais de 165 milhões de brasileiros”.

Em poucas palavras: papagaio come milho, periquito leva a fama. Não é a primeira vez nem será a última, aqui e no exterior, que governantes acuados empurram o mico para as empresas privadas. É fácil atribuir a elas todas as mazelas da sociedade porque já existe no imaginário popular uma predisposição para aceitá-las como vilãs em qualquer caso. “Empresas? Ah, elas só pensam em lucro, não estão nem aí para os consumidores.” O anúncio mostra que, ao menos na questão em foco, não é bem assim.

O segundo esclarecimento foi indireto: o maior beneficiário dos aumentos de tarifas é o próprio governo — o papagaio. Na prática, as empresas privadas funcionam como

eficientes agências arrecadoras com a vantagem de ficar com a fama. Enfim, para os bons entendedores o anúncio sugere que, mais do que as empresas explicarem o porquê dos aumentos das tarifas, deveria o poder público — o sócio oculto — contar ao contribuinte o que faz com o dinheiro arrecadado.

Esse tipo de anúncio “bateu, levou” é comumente veiculado nos Estados Unidos e na Europa. A empresa, ao sentir-se injustiçada por uma campanha ou por uma declaração de uma autoridade, defende-se com unhas e dentes, doa a quem doer. Aqui entre nós, esse tipo de confrontação é raro. Há o medo de retaliações e — convenhamos — não por pura paranóia. O tamanho do Estado brasileiro e a

interferência do governo na atividade econômica fazem a empresa, quando injustamente agredida, contar até 10 antes de botar a boca no trombone. Ela sabe que uma postura interpretada como “atrevida” pode lhe trazer grandes dores de cabeça no futuro. São portas de gabinetes palacianos que se fecham, é o pagamento daquela fatura que não sai, é o processo de interesse da empresa em que o burocrata senta em cima, é a sua estranha eliminação numa con-

corrência pública, é pau, é pedra, é o fim do caminho. Brigar com governo? Melhor não. Um sapo a mais não vai fazer diferença — recomenda a turma do deixa-disso.

Apesar dos riscos, seria bom para todos nós que esse tipo de reação empresarial fosse mais freqüente. Já é hora de informar os consumidores e contribuintes a quem eles estão sustentando. A prática pode funcionar também com os governantes. Serve tanto para desmascarar os cínicos quanto para educar os bem-intencionados. E, quando nada, para separar os papagaios dos periquitos. ■

Já é hora de informar os contribuintes a quem estão sustentando