

Google pondera nova atitude frente ao Yahoo

Andrew Edgecliffe-Johnson e Richard Waters

A alta administração do Google promoveu uma reunião para discutir a reação da companhia, que opera uma série de serviços na internet, à mais recente proposta da Microsoft ao Yahoo que prevê mais do que uma simples parceria na área de propaganda contextualizada por buscas.

Eric Schmidt, presidente e executivo-chefe do Google, deixou claro que sua companhia continua contrária a um negócio Microsoft-Yahoo, depois que os co-fundadores do Google disseram que a disputa entre as três não é saudável para o desenvolvimento da internet.

"Se ficarmos focados no que outras empresas estão fazendo, não faremos muito progresso", disse o co-fundador Larry Page na reunião do Google para avaliar o "clima do momento", reunindo clientes, políticos e tecnólogos em Hertfordshire, ao norte de Londres.

"Acho que se ficarmos falando (sobre a) Microsoft, e vice-versa, isso não será bom para o mercado. Também não seria bom para a companhia", argumentou Page, ao passo que Sergey Brin, seu co-fundador, disse que o Google precisa, em vez disso, continuar a "reinventar-se".

Schmidt disse que o Google está "muito entusiasmado" diante de uma experiência-piloto com o Yahoo, envolvendo publicidade contextualizada em buscas, mas não fez qualquer comentário adicional. Tendo em vista o sistema de publicidade mais eficaz do Google que produz maior receita a cada busca —, a Microsoft deverá ter dificuldades para convencer o Yahoo a negociar um pacto, em vez de aliar-se ao Google.

A nova proposta da Microsoft foi feita no fim de semana, depois que o investidor ativista Cari Icahn iniciou um confronto visando substituir o conselho de administração do Yahoo, disse uma pessoa bem informada sobre a situação.

Se a Microsoft viesse a tentar uma aquisição integral das operações de busca do Yahoo, "apenas" esse negócio já envolveria uma transação de volume substancial.

Segundo Sandeep Aggarwal, analista da Collins Stewart, as operações de buscas do Yahoo valem US\$ 21 bilhões, ao passo que seus ativos como exibição de conteúdo e comunicações são avaliados em US\$ 14 bilhões e seus investimentos em parcerias asiáticas poderiam render US\$ 9,25 bilhões.

Embora a proposta da Microsoft não inclua uma aquisição do Yahoo inteiro, declarações feitas pelas duas partes poderão permitir que as discussões evoluam. A volta da Microsoft à arena reflete a pressão a que está submetida para definir uma reação ao Google.

Fonte: Valor Econômico, São Paulo, 20 maio 2008, Tecnologia & Telecomunicações, p. B2