

Não é mais do Estado o monopólio legítimo da violência

» MAÍRA MORAES

Pesquisadora pós-doutoranda em antropologia social e doutora em comunicação e sociedade pela Universidade de Brasília

Felizes éramos quando bastava Weber e sua afirmação de que o “Estado não se deixa definir a não ser pelo específico meio que lhe é peculiar, tal como é peculiar a todo outro agrupamento político, ou seja, o uso da coação física”. Vários são os agrupamentos que recorrem à violência para o estabelecimento e manutenção do seu poder. Mas o monopólio do uso legítimo da violência física seria do Estado.

Bourdieu complicou nossa vida quando mostrou o “grande fetiche que é o Estado” e se referiu a tal como o “banco central de capital simbólico”. Além da violência física, começamos a lidar com a violência simbólica. Essa última, resultante de um poder do Estado capaz de criar códigos unificadores das formas de comunicação. Nossa legislação, nossa língua, a burocracia a que todos os brasileiros estão sujeitos desde o nascimento, nos fazem seres que compartilham uma estrutura cognitiva que nos torna capazes de reconhecer e transitar entre os códigos com normalidade.

A ideia da democracia seria uma dessas figuras cognitivamente compartilhadas, ou melhor, comungamos de uma racionalidade de Estado democrático, cuja lógica e sentido o próprio Estado produziu, produz e produzirá. Daí vem a questão: diante do que vivemos nos tempos atuais, falamos sobre ameaças ao Estado democrático ou sobre a irrupção de outra democracia.

Defendo que temos em elaboração, na conjuntura atual, um governo algorítmico, cujo poder de Estado ao qual estamos cognitivamente adequados passa longe não apenas da população, mas também dos agentes públicos. De que maneira os algoritmos que povoam a estrutura da comunicação digital, plataformas e redes sociais são capazes de conduzir nossas ações a ponto de uma revisão dos valores do que é democracia?

Coletar, agregar e analisar dados é historicamente uma técnica de governo para controle e vigilância populacional, bem descrito na obra de Foucault. A cada dia mais aprimorada, vivenciamos a mudança de uma sociedade panóptica intramuros para uma vigilância baseada em transparência e movimentação geográfica, tornadas legíveis por meio de câmeras de vigilância de poder privado e público, além de aparelhos celulares cujos dados gerados são insumos privados.

Com isso, a colheita não tem mais a primazia do Estado tal qual conhecemos, mas de conglomerados empresariais. A competência de fazer uso dessa lógica no sentido da governamentalidade nos parece ser decisória na compreensão do tipo de democracia e seus efeitos futuros.

O como desse modelo de sociedade é o que precisa ser pensado, visibilizando interesses de grupos e acenando para as tecnologias de poder já em uso e outras em programação sobre a conduta do sujeito. É preciso inverter, com urgência, como propõe Cook, o senso comum de que “novas tecnologias impõem novas respostas políticas e legais” para a compreensão de que “políticas favorecem



formas particulares de comunicação e moldam os usos aos quais as novas tecnologias são colocadas”.

Políticas essas, no Brasil contemporâneo, que redescobrem e redefinem questões como o direito à comunicação, a liberdade de expressão e outros conceitos repensados e reelaborados em uma racionalidade democrática a partir da trama da propriedade de mídia, arquitetura de redes, sigilo, privacidade e propriedade intelectual. Elaboraões que tornam a mídia moderna uma invenção tanto política quanto tecnológica, assim como instrumento de subjetivação em

uma democracia que irrompe agora a partir de uma outra racionalidade, assegurada pelo fim da mediação possibilitada pela mídia digital.

“Em jogo está quem controla as regras do discurso público”, como publicou a revista *The Economist*, em sua reportagem sobre o processo antitruste do Departamento de Justiça americano contra o Google, em 2020. Regras essas que são executivos não eleitos pelo sistema democrático que definem, como por exemplo, os limites da liberdade de expressão, ampliação ou restrição de circulação de informações, entre tantos outros códigos legitimados pelo Estado.

O S é a maior oportunidade do ESG

» PAULO BATISTA
CEO da Alicerce Educação

Estive recentemente em um evento em Nova York conduzido por Martin Whittaker, da JUST Capital, empresa independente de pesquisa sem fins lucrativos, e Jeffrey Hollender, da American Sustainable Business Network, talvez as duas principais vozes do ESG nos EUA. O recado é claro: o S é a maior oportunidade do ESG. Esse evento me inspirou a escrever este artigo, pois, se a mensagem de Whittaker e Hollender é verdadeira para os EUA, que tem um produto interno bruto (PIB) de USD 23 trilhões, ela tem que ser mantra no Brasil, que tem um PIB de apenas USD 1,6 trilhão, menos de 10 vezes menor do que o americano.

Para os menos familiarizados ao ambiente corporativo, esclareço que o ESG é um novo framework, ou modelo de pensamento corporativo, que convida as empresas a desenvolverem uma estratégia de impacto positivo na sociedade pautada em três pilares: o ambiental (E), o social (S) e a governança corporativa (G).

A visão por trás do ESG (muitas vezes mal compreendida) é a de que, na era da informação e das redes sociais, uma empresa só conseguirá ter sucesso sustentável se conseguir atrair clientes, talentos e investidores por grandes verdades internas positivas. Em um tempo em que qualquer pessoa, por meio das redes sociais, pode transmitir sua mensagem e em que algoritmos detectam interesse e impulsionam globalmente esses conteúdos em poucos minutos para uma audiência de bilhões, não há mais espaço para mentiras.

O marketing não consegue mais criar uma imagem que não é real dentro da empresa. O marketing moderno apenas potencializa e comunica verdades. Mas, para ter sucesso, as empresas precisam cuidar de suas verdades internas. Ter boas práticas ambientais, tratar bem seus colaboradores e comunidades e seguir boas práticas de governança corporativa. Ou seja, ter um bom E, um S e um G.

O que Martin e Jeffrey explicaram é que, na realidade, o S é a grande novidade e a grande fronteira para as empresas que querem se diferenciar perante seus concorrentes por clientes, talentos e investidores. A temática ambiental é tendência há muitas décadas, tanto por pressão da opinião pública face a grandes acidentes ambientais, como por pressão dos reguladores, assim como pelo tema secular do aquecimento global. A grande maioria das empresas já segue boas práticas ambientais, principalmente no Brasil, onde o mínimo regulatório já é bastante avançado para padrões internacionais.

Da mesma forma, os padrões de governança corporativa já vêm evoluindo há muitas décadas, pela pressão de investidores e dos grandes escândalos de fraude corporativa. Nesse sentido, a Comissão de Valores Mobiliários (CVM) já vem elevando a barra há muitas décadas, criando um mercado de capitais pujante no Brasil.

Porém, o S é novidade. Novidade porque é diferente da tradicional responsabilidade corporativa ou filantropia corporativa. Fazendo uma breve história, o mundo vem evoluindo muito nos últimos 100 anos na forma de tratar seus colaboradores e as comunidades que toca. No século 19, a era dos robber barons, a ética era a de maximizar os lucros a todo custo e depois pagar seus pecados e deixar seu legado fazendo altos gestos de filantropia.

Um grande expoente foi Andrew Carnegie, que famosamente maltratava seus colaboradores ao limite e cuja empresa foi diretamente responsável pela inundação de Johnstown Flood, matando mais de 2 mil pessoas, e não teve que pagar um centavo de indenização. Apesar de inúmeros crimes, eternizou-se como grande filantropo por ser um reconhecido benfeitor das artes e por ter doado inúmeros prédios públicos em Manhattan como o famoso Carnegie Hall.

Passados esses tempos tenebrosos do capitalismo selvagem em sua pior versão, chegamos à era da responsabilidade social corporativa na década de 70-80, inspirada pelo mantra “Do good by doing well”, que ainda preconizava que as empresas deveriam focar primeiro no lucro, mas compartilhar parte do seu sucesso financeiro diretamente para a sociedade.

Mas com o ESG inauguramos na temática social uma nova era. A era do “Do well by doing good”. Essa é a visão de que as empresas podem e devem maximizar os seus resultados promovendo impacto social positivo, tanto pelo tema que já abordei da importância de viver verdades positivas, mas também pelo fato de que o capital humano cada vez mais é o capital mais relevante das empresas. E produzir impacto social positivo no seu estoque de capital humano, ou seja, os colaboradores da empresa, pode contribuir, portanto, e muito, para a melhoria da produtividade direta da empresa, além de todos os benefícios para a imagem, clima e relatórios de sustentabilidade.

Finalizo a minha reflexão apontando o óbvio: se tudo isso que Martin e Jeffrey falaram se aplica nos EUA, aqui tem que virar mantra. No Brasil, 70% dos jovens não sabem as quatro operações básicas da matemática e 50% não dominam completamente a leitura e a escrita. E esse dado não evoluiu há 15 anos. Em um país em que mais de 50% da população é negra, 88% dos que vivem abaixo da linha da pobreza são negros. E do 1% mais rico, 95% são brancos.

Se todas as empresas brasileiras dedicarem sua atenção ao ESG para esse tema da educação inclusiva, muita coisa pode mudar, e rápido. As pioneiras nesse trabalho, além de deixar um legado e aprimorar o seu capital humano, ainda ficam com a oportunidade de se diferenciar perante clientes, talentos e investidores, mostrando o impacto social que produzem. Nada emociona e comove mais do que transformar uma vida pela educação.

Combate à desinformação sobre alimentos é o prato do dia

» JOÃO DORNELLAS

Presidente executivo da Associação Brasileira da Indústria de Alimentos (Abia)

Fake news estão por todos os lados, e os alimentos não estão imunes, ao contrário: são terreno fértil para notícias falsas, meias verdades e muita desinformação. Convivemos diariamente com notícias sobre alimentos que engordam ou que emagrecem, que adoecem ou que curam, que intoxicam ou que desintoxicam, entre infinitas variações do gênero.

Para os alimentos industrializados é ainda pior. Existe — é fato — um desconhecimento da maioria da população sobre como é a produção de alimentos dentro de uma fábrica. Some-se a isso a dificuldade de compreensão de termos técnicos e científicos.

O processamento ajuda a tornar os alimentos seguros para consumo, preservando ao máximo suas qualidades nutricionais e sensoriais. Alguns métodos podem até mesmo melhorar a qualidade nutricional ou fazer com que ela não diminua ao longo do tempo de validade do produto.

Queremos contar como o cozinhar na indústria é muito semelhante ao cozinhar em casa: o que muda são as quantidades, a tecnologia — de ingredientes, processos e equipamentos — o controle sanitário e aplicação das boas práticas de fabricação, além da eficiência na utilização de recursos como água, energia e insumos. Tudo,

dentro da fábrica, é rigorosamente calculado, checado, testado e controlado o tempo todo.

As condições de processamento estabelecidas para cada alimento têm a finalidade de eliminar todos os micro-organismos patogênicos e a maior parte dos que possam causar deterioração. Os processos utilizados são baseados nos princípios de conservação — uso de calor, frio, remoção de água e acidificação — justamente para garantir a segurança dos consumidores. A humanidade processa alimentos desde a descoberta e o domínio do fogo (2,5 milhões de anos a.C.): processar é evoluir.

As indústrias brasileiras produzem 250 milhões de toneladas de alimentos por ano, e 74% desse total é para o abastecimento do mercado interno. Mais de 88% das vendas da indústria são de alimentos do dia a dia, como as proteínas (carnes e ovos), os cereais, chá e café, laticínios e derivados do trigo (massas e pães).

Quanto às fake news, estamos atentos. Vamos atuar permanentemente para esclarecer que os alimentos industrializados são seguros, saudáveis, nutritivos e possuem os mais variados perfis nutricionais. Que nenhum alimento, sozinho, tem o poder de engordar ou causar doenças crônicas, que os aditivos alimentares são seguros e aprovados para o consumo. Para

isso, criamos a plataforma temcomidatemverdade.com.br, que reúne conteúdo com referências técnicas e científicas.

Precisamos, cada vez mais, explicar para as pessoas que a qualidade de um alimento é definida por sua composição nutricional, não pela quantidade de ingredientes ou pelo número de etapas do seu processamento. Tampouco por nomes científicos na lista de ingredientes, que constam dessa forma por exigências regulatórias e internacionais.

Trabalhamos com responsabilidade e respeito aos consumidores. Caso contrário, não seríamos o maior exportador de alimentos industrializados do mundo. Os produtos fabricados no Brasil chegam a todos os continentes e atendem a 190 legislações sanitárias diferentes, além de incontáveis padrões privados de segurança e qualidade.

Nosso objetivo é dar mais voz à ciência e à tecnologia de alimentos, áreas muitas vezes excluídas dos debates sobre alimentação, onde reinam especialistas de lifestyle doutorados pelas redes sociais. O nosso compromisso vai além de investir pesado em inovação e segurança. Fazemos comida de verdade, para gente de verdade. E o maior desafio do mundo é fazer o alimento chegar a todas as pessoas.