

Da Nike às Havaianas: como o extremismo impulsiona as marcas



» KÁTIA CUBEL
Mestre em neuromarketing,
mestre em comportamento
não verbal, diretora da
Engeno Comunicação,
professora na Evidentia
University

A visibilidade dada às Havaianas pela diretora brasileira lembra o que aconteceu com a Nike, em 2018, nos Estados Unidos. Naquele ano, a marca esportiva escolheu como protagonista de um vídeo inspiracional o jogador de futebol americano Colin Kaepernick. Ele estrelou a campanha publicitária criada para celebrar os 30 anos do slogan Just do it. Atleta renomado, Kaepernick havia sido banido do esporte em 2017, em retaliação ao seu posicionamento político. E, assim como a atriz Fernanda Torres, Kaepernick é considerado ativista da esquerda.

Ele jogava como quarterback titular do San Francisco 49ers. Dava shows ao entrar em campo. Até que, em agosto de 2016, se recusou a ficar de pé durante a execução do Hino Nacional que precede competições esportivas. Sua atitude foi considerada desrespeitosa e antipatriótica. Mesmo assim, nos jogos seguintes, ele se manteve com o joelho no chão. Quando perguntado por que, respondeu que não se levantaria para reverenciar a bandeira

de um país em que o racismo e a violência policial são tolerados. Foi excluído das ligas profissionais.

A posição corporal de Kaepernick, com o joelho no chão, tornou-se mundialmente conhecida, ao ser intencionalmente reproduzida por manifestantes durante protestos após a morte de George Floyd, em maio de 2020. Floyd foi imobilizado, e asfixiado, por um policial branco. O mundo alertava o mundo contra o racismo e a violência policial — as mesmas bandeiras de Kaepernick.

Os Estados Unidos têm cerca de 350 milhões de habitantes. O Brasil fecha 2025 com 213 milhões de pessoas. Além de um gigantesco mercado consumidor, dimensões territoriais continentais e reconhecida polarização política, ambas as nações oferecem em sua diversidade populacional matéria-prima valiosa para estudos comportamentais.

O cérebro humano se apega a marcas que representam seus valores e sentimentos. Segundo pesquisas de neuromarketing lideradas por Martin Lindstrom, gatilhos específicos intensificam a fidelização. Entre eles, sensação de pertencimento, poder sobre os inimigos, narrativas, grandeza, símbolos e rituais — atributos igualmente utilizados pela política, tanto no Brasil quanto nos Estados Unidos.

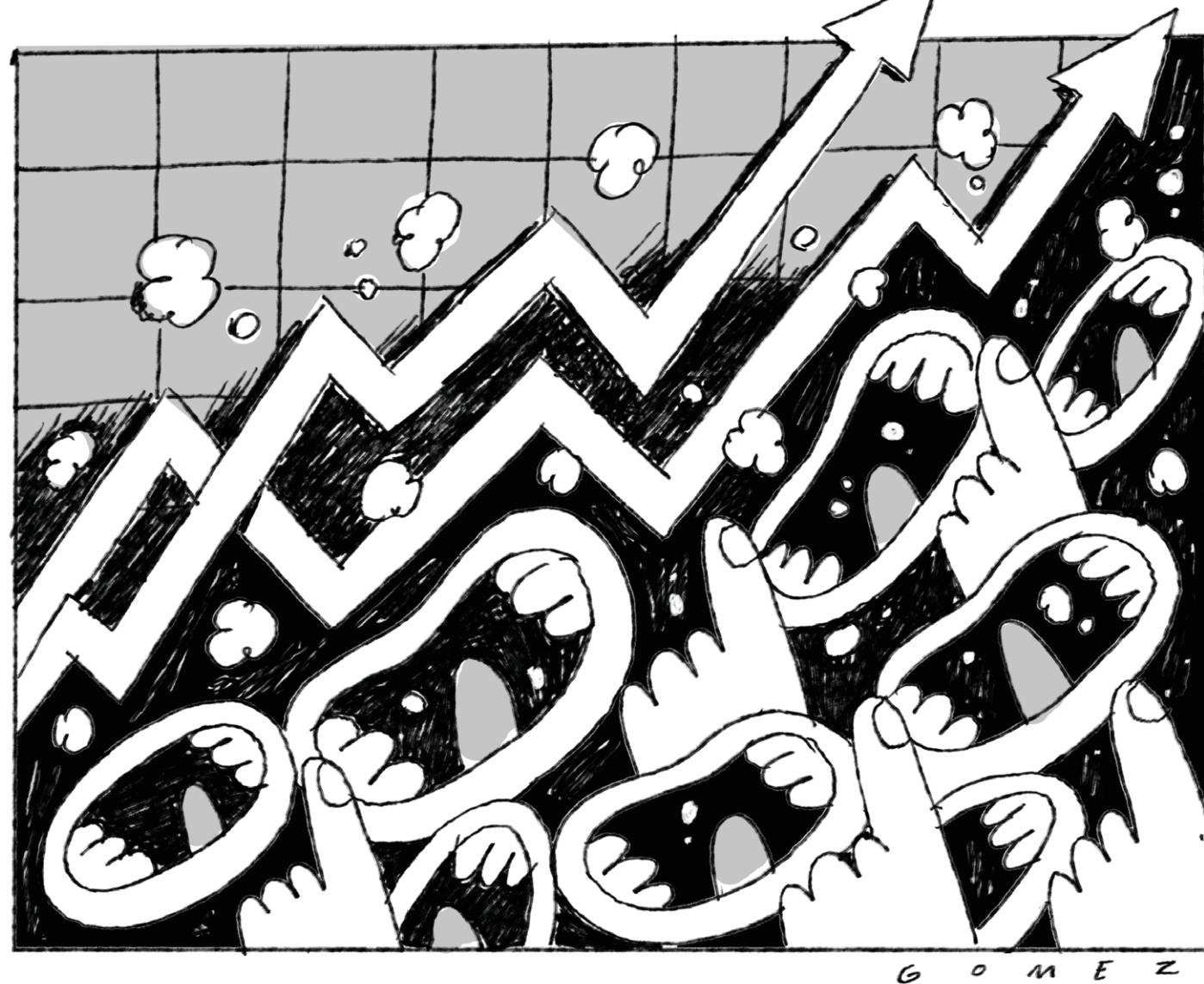
Assim como a Nike, as Havaianas perderam valor de mercado com a ameaça de boicote. A balança de perdas e ganhos para a companhia só será conhecida com o tempo. Nos Estados Unidos, as vendas e o valor de mercado da Nike cresceram. E a marca, após o episódio, ampliou

e renovou seus clientes, alcançando a geração Z.

Mesmo em momentos diferentes, a mobilização política presenteou ambas as marcas com visibilidade, notoriedade e incremento de reputação. Lá, o chamado da direita, em 2018, levou a contundentes iniciativas públicas, amplamente noticiadas em horário nobre. Uma delas: atejar fogo a pilhas de tênis descartados por cidadãos comuns de direita. Aqui, a reação foi menos intensa, restrita, principalmente, às redes sociais.

Mesmo sob ataque, as Havaianas saltaram de 4 milhões para 4,3 milhões de seguidores em seu perfil no Instagram. As Havaianas (assim como a Nike, em 2018), se tornaram protagonista de manchetes em todos os veículos de comunicação, de direita e de esquerda. E, por aqui, por dias consecutivos a marca é parte do noticiário político — espaço precioso dificilmente ocupado por um par de chinelo de dedos.

Estudiosos apostam que o buzz provocado pela militância política poderia ter os mesmos impactos se fosse desligrado pelas correntes de esquerda. Nada assegura que militantes de direita, por comodismo ou outra razão qualquer, deixarão de consumir a marca assim que essa crise passar. Provavelmente, toda essa polêmica estará fora das trends antes de ser ano novo na Austrália. Mas deixa indícios sobre como nós, brasileiros, reagimos. E a marca... Ah, essa ganhou um presentão de Natal, embrulhado pelo extremismo político: impulsivamento, visibilidade e mais popularidade ainda.



Quando a agenda vira fato penal (ir)relevantante



» MARCEL VERSIANI
Advogado militante em
Brasília há 25 anos. Foi
conselheiro da OAB/DF
e professor do núcleo de
práticas jurídicas do Ceub

As atuais operações deflagradas pela Polícia Federal têm se mostrado terreno fértil para especulações mais amplas sobre os limites e desafios do direito penal e do processo penal contemporâneos, especialmente diante da incorporação de novas técnicas investigativas que, como todo fenômeno jurídico, precisam ser constantemente revisitadas à luz das transformações sociais e tecnológicas.

O caso específico que motivou esta reflexão foi o destaque conferido a reportagens veiculadas a respeito do CEO do Banco Master, segundo as quais ele teria em sua agenda de contatos registros de variadas autoridades, dado que passou a ser publicamente sugerido como elemento dotado de relevância jurídica, ainda que desprovido, em si, de significado penal objetivo.

A agenda, antes instrumento de organização da vida cotidiana, passou a ser tratada como fato penal importante. Embora sedutora em tempos outros, quando prevalecia a espetacularização, essa racionalidade confunde deliberadamente dado social banal com fato juridicamente relevante, promovendo uma perigilante

inflação do que é definido como indício penal.

É preciso, desde logo, restabelecer distinções elementares que sustentam processos penais democráticos: mera suspeita não se confunde com indício, indício não se confunde com prova, e fato corriqueiro não se transmuta em elemento incriminador por simples contiguidade narrativa.

Constar em uma agenda telefônica não traduz conduta, não revela intenção, não indica vantagem e não projeta, isoladamente, bom que se diga, qualquer nexo causal com práticas ilícitas. Converter registros organizacionais da vida contemporânea em sinais de culpa representa não apenas um erro técnico, mas uma afronta direta ao princípio da intervenção mínima e à própria racionalidade probatória que deve conter o poder punitivo do Estado.

Nos tempos atuais, se revela impossível qualquer cidadão exercer controle efetivo sobre o fato de seu número de telefone constar em agendas alheias, assim como garantir plena segurança ou precisão quanto aos nomes e contatos armazenados na própria agenda. A dinâmica das tecnologias digitais, marcada por sincronizações automáticas, importação de dados, compartilhamento de contatos por aplicativos de mensagens, leitura de QR Codes e integração entre plataformas, dissocia o registro do contato de qualquer manifestação consciente de vontade ou de vínculo material relevante. Nesse contexto, a agenda deixa de ser expressão de escroto pessoal para se tornar mero repositório funcional de dados circulantes, cuja existência, por

si só, não traduz relação, proximidade ou significado jurídico penalmente aferível.

Luigi Ferrajoli, em Direito e razão, pontua que a "certeza do direito penal máximo de que nenhum culpado fique impune se baseia, ao contrário, no critério oposto, mas igualmente subjetivo, do in dúvida contra reum. Indica uma aspiração autoritária" e que "a ideia corrente de que o processo penal deve conseguir golpear todos os culpados é fruto de uma ilusão totalitária". A partir dessa lógica obsessiva, o processo penal corre o risco de adotar elementos frágeis, como o "constar na agenda", como indício. Nesse ambiente cognitivo inflacionado, informações neutras são valoradas, em nome de um punitivismo arriscado.

Nesse cenário, torna relevante intuir que a agenda deixou de ser exceção para se consolidar como verdadeira regra social, inerente às formas contemporâneas de convivência, trabalho e organização da vida. Anotar contatos, compartilhar números, encaminhar mensagens em datas marcantes, importar dados e manter registros mínimos de comunicação não constituem escolhas dotadas de significado jurídico autônomo, mas práticas normalizadas e socialmente esperadas, impostas pela própria dinâmica das relações institucionais.

Quando o direito penal passa a enxergar a normalidade social como potencial indício de culpa, deixa de operar como ultima ratio e se aproxima perigosamente de um modelo de vigilância incompatível com os pressupostos da democracia.

Visto, lido e ouvido

Desde 1960

Circe Cunha (interina) // circecunha.dj@abr.com.br



As aulas do professor Delmo Arguelhes

Ao longo de séculos, o eurocentrismo não foi apenas uma hegemonia geográfica ou econômica, mas sobretudo um eixo civilizacional. Foi na Europa e depois no Ocidente ampliado que se consolidou uma noção específica de indivíduo: portador de razão, consciência moral, dignidade intrínseca e responsabilidade histórica. Esse conceito, herdeiro direto da filosofia grega, do direito romano e da antropologia judaico-cristã, moldou instituições, leis e valores que, com todos os seus erros e contradições, colocaram o indivíduo no centro da vida social.

Hoje, contudo, esse paradigma encontra-se em franco declínio. A decadência do eurocentrismo não ocorre apenas pela ascensão de outras potências ou culturas, mas pela corrosão interna dos próprios fundamentos. As chamadas agendas globalistas de esquerda, cada vez mais difundidas em organismos internacionais, universidades, meios de comunicação e corporações, têm promovido uma ruptura deliberada com a tradição humanista que sustentou o Ocidente.

O indivíduo, outrora sujeito de direitos, passa a ser visto sobretudo como produto de estruturas, categorias identitárias ou relações de poder. A pessoa concreta cede lugar ao tipo abstrato. Alexis de Tocqueville advertiu, no século 19, que "as nações democráticas mostram um gosto natural por ideias gerais e abstratas", pois estas dispensam o esforço de compreender o particular.

Essa tendência, levada ao extremo, abre caminho para sistemas ideológicos que falam em nome da humanidade, mas ignoram o homem real. Quando o discurso político se estrutura apenas em termos de coletivos classe, gênero, raça, grupo, o indivíduo deixa de ser um fim em si mesmo e passa a ser mero instrumento narrativo. Hannah Arendt, ao analisar as origens do totalitarismo, observou que "o primeiro passo essencial no caminho para a dominação total é matar a pessoa jurídica do homem".

Ainda que as agendas contemporâneas não se apresentem com a brutalidade dos regimes totalitários clássicos, o mecanismo intelectual guarda semelhanças inquietantes. A despersonalização ocorre de forma simbólica: dissolve-se a responsabilidade individual, relativiza-se a liberdade de consciência e redefine-se a verdade como construção política. O sujeito não pensa; ele "replica". Não escolhe; ele "internaliza".

Nesse contexto, a desconstrução torna-se um valor em si. Tradições são tratadas como opressões herdadas, identidades como ficções perigosas e a história como um inventário de culpas. Roger Scruton alertava que "uma sociedade que se dedica apenas a desconstruir suas instituições logo descobrirá que não sabe mais como reconstruí-las". A crítica deixa de ser instrumento de aprimoramento e se converte em prática permanente de demolição cultural.

O globalismo ideológico, ao pretender uniformizar valores em escala planetária, paradoxalmente nega a diversidade que afirma defender. Culturas locais, visões morais distintas e formas históricas de organização social tornam-se obstáculos a serem corrigidos. O indivíduo é reeducado para se ver menos como herdeiro de uma tradição e mais como átomo flutuante, desligado de passado, território e memória. Como escreveu José Ortega y Gasset, "o homem-massa não quer dar razões nem quer estar certo; simplesmente quer impor".

A nova ortodoxia moral dispensa o convencimento racional e prefere a pressão social. Essa despersonalização também se manifesta na linguagem. Palavras são evazadas de seu significado histórico e recodificadas segundo critérios políticos. George Orwell, em tom quase profético, já advertiu que, "se o pensamento corrompe a linguagem, a linguagem também pode corromper o pensamento".

Ao controlar os termos do debate, controla-se o horizonte do pensável. O indivíduo perde até mesmo o vocabulário necessário para expressar dissenso.

A decadência do eurocentrismo, portanto, não significa apenas a perda de protagonismo de uma civilização, mas o risco de abandono de um legado filosófico que afirmava a singularidade da pessoa humana. Ao rejeitar esse legado como "obsoleto" ou "oppressor", corre-se o perigo de substituir o humanismo imperfeito por um pós-humanismo administrativo, no qual o indivíduo vale apenas enquanto função estatística ou símbolo político.

O paradoxo final é evidente: em nome da libertação, promove-se uma nova forma de tutela; em nome da inclusão, apaga-se a pessoa concreta; em nome do progresso, dissolve-se o sentido. Como escreveu T. S. Eliot, "onde está a vida que perdemos vivendo? Onde está a sabedoria que perdemos no conhecimento"?

A pergunta permanece em aberto. Se o Ocidente deseja sobreviver não apenas como espaço econômico, mas como civilização, talvez precise reencontrar aquilo que o tornou singular: a convicção de que cada indivíduo importa não por sua utilidade social ou pertencimento identitário, mas por sua dignidade ontológica. Sem isso, o mundo pode até se tornar mais integrado porém, inevitavelmente, menos humano.

» A frase que foi pronunciada

"Nós não evoluímos com a tecnologia, apenas somos leões pedindo uma zebra pela internet."

Edu Casarotto

» História de Brasília

Já que está com esta disposição, poderia também mandar limpar escadas e corredores, e varrer os periodicamente, já que não se pode exigir que isso seja feito todos os dias. (Publicada em 13/5/1962)