

PÁGINA 22

INFORMAÇÃO PARA O NOVO SÉCULO



NÚMERO 40
ABRIL 2010
R\$ 15,00



A opção é sua?

De produtos a candidatos, as falhas, ciladas e ilusões do processo de escolha

ENTREVISTA: Para Fernando Abrucio, a democracia não é para os impacientes

CONTRACULTURA: Se ela existe, nasceu ou faz uso da *web* e de novas tecnologias

CONSUMIDOR: Espera-se que as empresas avancem em sua mais básica agenda



UM BANCO
INDISPENSÁVEL NUM
MUNDO QUE NÃO
PRECISA DE MAIS
UM BANCO. VAMOS
FAZER JUNTOS?

Nós queremos ser mais do que um banco. Nós queremos ser uma ideia. Uma ideia que está junto dos empreendedores, dos negócios sustentáveis, das pessoas que não desistem das suas ideias, dos universitários. Uma ideia que une o Linardi, a Monique e milhares de outros funcionários dos dois bancos para mudar a vida de todos para melhor. Juntos. Siga-nos no @santander_br, acesse santander.com.br/valordasideias e inspire-se.



VALORIZANDO IDEIAS
POR UMA VIDA MELHOR

www.santander.com.br

Abre as asas sobre nós

A democracia não é para impacientes, talvez à mesma razão pela qual o Brasil não é para principiantes. Entre a ideia desenvolvida pelo entrevistado desta edição, o cientista político Fernando Abrucio, e a frase do célebre Tom Jobim, pode-se entender que, nesta sociedade de passado ditatorial e patrimonial, contraditória e singular – que opera tão a seu jeito, de maneira tantas vezes questionável –, um processo de amadurecimento democrático se desenrola, gradualmente.

Nada é pra já. Para ser consistente, é preciso que a democracia avance ponto a ponto, sem reformas mágicas nem arroubos definidores. O exercício da escolha não se dá pelo “sim ou não”. Não é “isto ou aquilo”, para citar um título de Cecília Meirelles, mas talvez isto e aquilo ao mesmo tempo.

O exercício pleno da escolha, diz o filósofo e economista Amartya Sen, não é o que chega a uma conclusão unificada e definitiva de como se deve construir o bem-estar, mas aquele que dota os indivíduos de condições para exercerem suas liberdades. São elas: condições materiais mínimas para uma vida digna, educação e informação, debate irrestrito.

Neste número, PÁGINA22 contribui para tal discussão ao propor uma reflexão sobre as escolhas. Não se trata apenas da escolha nas urnas como este ano eleitoral pode supor, mas também a política na sua mais larga acepção, a econômica, a individual, a do consumidor, a do cidadão.

Considerando as ideias de Sen, em que estágio do amadurecimento democrático estamos? O quanto somos realmente livres para escolher? Que escolhas efetivas estão a nosso alcance e quais delas realmente importam? Ainda que algumas respostas sejam desanimadoras, não podemos deixar de sentir um vento fresco soprando no rosto, aquele que vem da liberdade de provocar essas perguntas.

Boa leitura

PÁGINA 22

ESCOLA DE ADMINISTRAÇÃO DE EMPRESAS
DE SÃO PAULO DA FUNDAÇÃO GETULIO VARGAS
DIRETORA Maria Tereza Leme Fleury


GVces
Centro de Estudos em
Sustentabilidade da EAESP

COORDENADOR Mario Monzoni
COORDENADORA-ADJUNTA Rachel Biderman

JORNALISTAS FUNDADORAS Amália Safatle e Flavia Pardini
EDITORA Amália Safatle
REPÓRTER Carolina Derivi

EDIÇÃO DE ARTE Vendo Design
Dora Dias (*edição de arte e ilustrações*),
Marcius Marques, Mauricio Marques,
www.vendoeditorial.com.br
EDITOR DE FOTOGRAFIA Bruno Bernardi
REVISOR José Genulino Moura Ribeiro
COORDENADORA DE PRODUÇÃO Bel Brunharo

COLABORARAM NESTA EDIÇÃO Ana Cristina D'Angelo, Aron Belinky,
Daniela Gomes Pinto, Eduardo Shor, Elisa Almeida França,
Ignacy Sachs, Jaime Gesisky, Maristela Bernardo,
Natália Suzuki, Ricardo Barretto
ENSAIO FOTOGRAFICO Alessandra Fratus
JORNALISTA RESPONSÁVEL
Amália Safatle [MTB 22.790]

MARKETING
COORDENAÇÃO Jorge Saad / Aiuê: conteúdo relevante
[11] 3807-7084 / jorge@aiue.com.br
COMERCIAL E PUBLICIDADE Tupinã Assessoria de Comunicação Ltda
Júnior Tupinã [11] 2597-0090 / [11] 8202-4825
juniortupina@tupinacomunicacao.com.br

REDAÇÃO E ADMINISTRAÇÃO
Alameda Itu, 513 - CEP 01421-000 - São Paulo - SP
[11] 3284-0754 / leitor@pagina22.com.br
www.fgv.br/cres/pagina22
IMPRESSÃO NeoBand Soluções Gráficas
DISTRIBUIÇÃO Door to Door Logística e Distribuição

CONSELHO EDITORIAL
Aron Belinky, Cynthia Rosenberg, José Carlos Barbieri,
José Eli da Veiga, Mario Monzoni, Pedro Roberto Jacobi,
Ricardo Guimarães, Roberto Waack

Os artigos e textos de caráter opinativo assinados por colaboradores expressam a visão de seus autores, não representando, necessariamente, o ponto de vista de PÁGINA22 e do GVces.

TIRAGEM DESTA EDIÇÃO: 5.000 exemplares


FSC
Grupo de produto sustentável de florestas bem geridas, fontes controladas e madeira cu lá fibra reciclada
www.fsc.org - Cert. no. BR-COC-10336
©1996 Forest Stewardship Council

A REVISTA PÁGINA 22 FOI IMPRESSA EM PAPEL CERTIFICADO, PROVENIENTE DE REFORESTAMENTOS CERTIFICADOS PELO FSC DE ACORDO COM RIGOROSOS PADRÕES SOCIAIS E AMBIENTAIS

 **creative commons** PÁGINA 22, NAS VERSÕES IMPRESSA E DIGITAL, ADERIU À LICENÇA CREATIVE COMMONS. ASSIM, É LIVRE A REPRODUÇÃO DO CONTEÚDO – EXCETO IMAGENS – DESDE QUE SEJAM CITADOS COMO FONTES A PUBLICAÇÃO E O AUTOR.



[PERFIL]

Garimpeira da beleza

Tudo que é beleza a gente acha na beira do rio." Assim, dona **Antônia Francisca da Abadia**, 58 anos, define o ofício e a percepção que ela tem sobre o seu ambiente de trabalho, o Rio das Almas, no município goiano de Pirenópolis, onde há décadas ela faz do garimpo artesanal muito mais que um ganha-pão. Para ela, é um modo de vida. "O garimpo é adorável", diz.

Nascida nos grtões de Goiás e obrigada desde criança a pegar na enxada para ajudar no roçado da família, dona Antônia não teve a chance de sentar-se no banco da escola. Ao se mudar para Pirenópolis, usava as águas do rio para lavar roupa. Foi aí que descobriu a paixão pelo garimpo. Ao ver outras mulheres na lida com a bateia em punho, dona Antônia percebeu: havia a chance de ter alguma renda e sair do serviço doméstico que até então a mantinha. "Eu era humilhada na casa das pessoas e não era feliz." O garimpo lhe trouxe o alento e o sustento.

Foi com o ouro colhido no Rio das Almas que ela criou as cinco filhas e hoje ajuda com os netos. "Coragem nunca me faltou", orgulha-se essa mulher de feições caboclas e algumas memórias de antepassados indígenas, que aprenderam com os brancos do Ciclo do Ouro na região a arte de garimpar.

Seu garimpo é feito de modo tradicional, sem uso de mercúrio. Os instrumentos são a enxada e a bateia. Os impactos sobre o rio são poucos. Explica que os buracos que porventura tem de cavar logo são cobertos com a ação das chuvas.

Para conseguir ouro suficiente para as despesas da casa, é preciso garimpar muito. "Chego às 7 da manhã e vou embora às 6 da tarde", relata. Uma das filhas leva o almoço, composto basicamente de arroz, feijão e, às vezes, alguma carne.

Ainda assim ela prefere o rio e a companhia das outras garimpeiras. Se não



garimpa, está pescando. Mesmo quando não encontra ouro, acha-se feliz. "Meu lugar é o rio. Quando eu tô no rio, tá tudo bom." — **por Jaime Gesiski**

[COMPORTAMENTO]

O lado obscuro do verde

O consumidor verde, este incansável perscrutador de orgânicos, aparelhos eletrônicos eficientes em energia, certificados e outras variantes é um fiel soldado da sustentabilidade, digno de admiração. Ou nem tanto. Uma pesquisa em psicologia social da Universidade de Toronto conclui que as pessoas com esse perfil têm mais chances de se envolver em comportamentos antiéticos em outras oportunidades.

O experimento foi realizado com dois grupos de estudantes. Um foi requisitado a fazer compras em um *site* de produtos ambientalmente responsáveis, enquanto o outro se lançou aos prazeres do consumo em uma loja virtual convencional. Depois, ambos os grupos se envolveram em jogos em que havia a chance de compartilhar dinheiro e também de trapacear. Pois os verdes compartilharam menos e trapacearam mais.

Longe de ser definitivo ou difamatório, o experimento faz parte de uma longa linha

de estudos psicológicos sobre *compensatory ethics*. Significa que o sujeito que faz uma boa ação tende a se permitir um deslize mais para a frente, uma espécie de efeito ricochete da ética.

Os autores Nina Mazar e Chen-Bo Zhong afirmam que o mesmo fenômeno pode ser observado em outros contextos, como no ambiente religioso, por exemplo. Em entrevista ao *The Guardian*, disseram que, embora haja muitos estudos dedicados a identificar os consumidores verdes, pouco se sabe sobre como esse tipo de consumo "se encaixa no senso global das pessoas sobre moralidade e responsabilidade e como isso afeta comportamentos fora do domínio do consumo".

A pesquisa *Do Green Products Make Us Better People?* foi publicada no periódico *Psychological Science*. — **por Carolina Derivi**

[CRIME]

Mercado humano

Difícil crer que no século XXI ainda se trafica gente e que esta seja a terceira atividade criminosa mais lucrativa do mundo, perdendo apenas para o tráfico de drogas e de armas. Crime transnacional administrado por sofisticadas e complexas organizações, movimenta por ano mais de US\$ 30

bilhões. Os dados foram apresentados pelo Escritório sobre Crimes e Drogas das Nações Unidas (Unodc) no seminário regional de Tráfico de Pessoas e Exploração Sexual, no final de março, em São Paulo.

Estima-se que cerca de 2,5 milhões de pessoas em todo o mundo sejam vítimas desse crime. As mulheres aliciadas para fins de exploração sexual representam 80% dos casos. "O tráfico de seres humanos é a expressão contemporânea da escravidão. Não se pode aceitar que, ainda hoje, uma mulher seja presa e obrigada a se prostituir para gerar lucros", afirma Bo Mathiasen, representante da Unodc no País.

Nas rotas do tráfico, o Brasil é origem e destino das vítimas, e tem acordos de cooperação para enfrentamento do problema com Bélgica, Portugal e Suécia. Segundo a Secretaria Especial de Direitos Humanos, entre 2001 e 2008, a Justiça brasileira condenou 211 pessoas envolvidas na atividade.

Além da punição e medidas de prevenção, o chefe da Secretaria Nacional de Justiça do Brasil, Romeu Tuma Júnior, destaca a importância do combate à lavagem de dinheiro, já que esse é o capital que financia o tráfico. "É preciso cortar o fluxo financeiro das organizações criminosas, porque, se a quadrilha não tiver recursos, ela não paga nem a primeira passagem da vítima", diz. — **por Natália Suzuki**

[LIVRO]

Terrivelmente atual

O risco Brasil virou passado, mas e o risco de ser brasileiro? O economista Ladislau Dowbor mostra que o sucesso industrial não mudou fundamentalmente a qualidade da vida social e política no País. Em edição revisitada de sua obra **A Formação do Capitalismo no Brasil**, Dowbor, que leciona na pós-graduação da PUC-SP, conta a história de uma economia extremamente extrovertida, que se globalizou antes



da hora e praticamente mantém a enorme desigualdade social que a caracteriza desde o início – disparidade que se reduziu de forma marginal nos últimos anos.

O professor faz uma abordagem da colonização portuguesa até a relação com os Estados Unidos no século XX – passando pela dependência com a Inglaterra –, para contar a evolução da dominação econômica que o Brasil sofreu, deixando pelo caminho profundas fissuras sociais. Em sua visão, "o Brasil jamais pôde criar estruturas econômicas orientadas em função das necessidades internas, integradas e coerentes", e é com base nessa análise que se deve buscar a chave do subdesenvolvimento atual. Ao revisitar a obra lançada primeiramente há 28 anos, Dowbor surpreendeu-se com a atualidade dos problemas que havia descrito. Publicada pela Editora Brasiliense, está nas livrarias. — **por Amália Safatle**

[ARQUITETURA]

Costura entre ambiente e cidade

Construções podem ser uma das intervenções antrópicas mais prejudiciais ao meio ambiente. Para quem não acredita que seja possível integrar esses dois elementos de forma harmônica, o arquiteto japonês Mitsuru Senda apresenta o "design ambiental", conceito exposto em sua palestra "Em busca de uma arquitetura sustentável

para o planeta", realizada em março na Faculdade de Arquitetura e Urbanismo, da USP, a convite da Fundação do Japão.

Ele explica que esse conceito abarca quatro elementos principais: a relação entre a obra e o contexto local, a integração entre os elementos espaciais, a participação de profissionais de diversas áreas de conhecimento e dos próprios cidadãos na criação e, por fim, a sustentabilidade.

A concepção de uma arquitetura sustentável já é desenvolvida por Senda desde 1968, quando fundou o Instituto de Design Ambiental (www.ms-edi.co.jp) em Tóquio. A partir daí, seus projetos se tornaram famosos em todo o mundo, por serem referência dessa nova forma de conceber projetos urbanos.

O complexo aquático **Kyoto Aquarena**, concluído em 2002, é um exemplo do seu trabalho. A estrutura é coberta por 3 mil metros quadrados de painéis que absorvem a energia do sol para a geração de eletricidade e o aquecimento das águas de todas as piscinas do empreendimento. Como o Japão é suscetível à ocorrência de terremotos, o complexo tem um sistema antissísmico de molas e borrachas que absorvem o peso do teto. "Hoje, um dos maiores desafios das cidades são os problemas ambientais. O meu objetivo é contribuir com a minha arquitetura", diz.

O arquiteto também destaca a importância de o seu ofício ser um instrumento de transmissão da história e da cultura local para as futuras gerações. Em muitas das suas obras de estilo contemporâneo, ele emprega conceitos milenares da arquitetura japonesa, como as divisórias de papel duplo e o piso elevado das casas. **(NS)**

[SLOW FOOD 1]

Valor é diferente de preço

Na contramão da máquina da indústria de alimentos, seja na fábrica urbana, seja no campo mecanizado, constitui-se um relativamente pequeno mas sólido movimento de resistência. Em 158 países do mundo, ele é composto de 1.700 comunidades de **produtores agrícolas ou florestais**, formando a rede Terra Madre, ligada ao movimento Slow Food. No Brasil, por enquanto, os grupos somam 60. A abrangente proposta que os une é a de produzir uma comida que, além de saborosa, seja diversificada e tenha relação com as tradições de determinado local. Com ela, também se buscam a remuneração adequada pelo trabalho dos envolvidos e o equilíbrio com o entorno.

Parece bom demais para ser verdade. Mas é justamente isso que vem acontecendo em grupos tão distantes como os agricultores de Santana dos Garrotes (PB), que cultivam o arroz vermelho, e os extrativistas da região de Pirenópolis (GO), que coletam, torram e comercializam a castanha de baru, autóctone do Cerrado. Ambos, ao lado de outros nove, fazem parte de projetos, conhecidos como "fortalezas", da Fundação Slow Food para a Biodiversidade. Com esse projeto, a fundação resgata "produções artesanais de qualidade", para apoiá-las e garantir sua sobrevivência. Em todo o planeta, as fortalezas são 300.

Ao juntar essa forma de produzir com o desejo de recuperar elos quase perdidos, como a ligação das pessoas com a produção de seu próprio alimento, aliado ao desejo de uma boa mesa, o Slow Food amplia seu escopo. Criado há 20 anos, o movimento ainda tem à frente seu criador, o jornalista Carlo Petrini. "Valor e preço são duas coisas diferentes", diz o italiano. Segundo ele, nos últimos tempos *mercificamos* tudo, mas precisamos retomar o real valor dos alimentos (*mais sobre alimentação à pág. 48*). — **por Elisa Almeida França**



[SLOW FOOD 2]

Local e sazonal

Outro preceito do Slow Food é de que o consumo do alimento seja, de preferência, local — conectando o consumidor com a terra onde está e evitando a emissão de gás carbônico resultante de um transporte de longas distâncias. Esta, na verdade, é também uma das contradições do movimento, já que muitas vezes os produtores buscam a exportação.

Para as vendas externas, produtores preferem trabalhar com o comércio justo, que está mais estabelecido no mercado internacional. Além de a remuneração e as condições serem melhores, no *fair trade* a relação entre o comprador e o fornecedor é de médio ou longo prazo, e não de uma única compra. As dificuldades logísticas — outro entrave, a depender da localidade — também são resolvidas pelas duas partes em conjunto. Alguns municípios nem sequer possuem transportadoras, e assim precisam resolver o envio de seus produtos de maneiras alternativas — por exemplo, providenciando um caminhão próprio.

Também se propõe que os alimentos frescos sejam, sempre, de época. Nada de comer mamão ou tomar suco de limão o ano inteiro. Uma das boas experiências apresentadas no II Terra Madre Brasil — encontro nacional da rede realizado no fim de março em Brasília — veio de Batatais, interior de São Paulo. Em uma escola da rede municipal de ensino infantil, a diretora Joyce Bergamo Raimundo implantou uma horta para ser cultivada e cuidada pelas próprias crianças, e estabeleceu o consumo de frutas sempre da estação. "Assim as ensinamos a comer alimentos diversificados", diz.

Além de produtores, integram a Terra Madre chefes de cozinha, acadêmicos e associados ao movimento Slow Food. Esta foi a segunda edição do evento (a primeira realizou-se há três anos), promovido com o objetivo de propiciar um espaço para a articulação de seus diversos atores, e discutir soluções para melhorar a comercialização dos produtos, a conscientização do consumidor e a integração entre a agricultura familiar e a alimentação escolar. (**EAF**)*

**A repórter viajou a convite do movimento Slow Food*

INSCREVA-SE NA CONFERÊNCIA INTERNACIONAL ETHOS 2010.

O MUNDO SOB NOVA DIREÇÃO.
SUSTENTABILIDADE: O NOVO CONTRATO
DA SOCIEDADE COM O PLANETA.



Participe do maior evento de
responsabilidade social da América Latina.
De 11 a 14 de maio, no Hotel Transamérica - SP

INSCREVA-SE: www.ethos.org.br/ci2010
Informações: 11 3897 2400

UNIETHOS

INSTITUTO
ETHOS
DE RESPONSABILIDADE E SUSTENTABILIDADE SOCIAL

[EMPRESAS]

A bolsa e a vida

O mundo ainda não conseguiu um acordo que estabeleça números para a redução das emissões dos **gases estufa** e adaptação aos efeitos das mudanças climáticas. No entanto, algumas iniciativas têm cada vez mais estimulado o setor empresarial a se comprometer com a questão.

Uma delas é a proposta da BM&FBovespa de aumentar o peso e o destaque do critério sobre mudanças climáticas no novo questionário do Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE).

Para isso, as questões relacionadas ao clima farão parte de uma nova dimensão, neste primeiro ano empregada apenas em caráter experimental. É possível que a pontuação comece a valer de fato somente a partir de 2011, mas as perguntas sobre mudanças climáticas que já existiam no questionário serão mantidas e contam para a avaliação atual, explica Roberta Simonetti, coordenadora do programa de Sustentabilidade



Empresarial do Centro de Estudos em Sustentabilidade da FGV-Eaesp (GVces).

O GVces é o responsável pela metodologia do questionário aplicado às empresas candidatas a ingressar na carteira do ISE, indicador que mede o grau de comprometimento com a sustentabilidade e a governança corporativa das empresas mais negociadas. Hoje é composto por 43 ações de 34 companhias de 15 setores econômicos. Juntas, somam R\$ 730 bilhões, um terço do valor de mercado de todas as empresas na Bolsa.

A novidade ganha força ao somar-se a

outras duas iniciativas. A primeira é a criação do Índice de Carbono Eficiente, em parceria com o BNDES. Esse indicador considera todas as fontes de emissão de gases nocivos de uma empresa: quanto menor a relação entre essas emissões e a sua receita, maior será a eficiência da companhia nesse quesito. A sua primeira carteira deverá ser lançada até o final deste ano.

A outra ação foi a adesão da Bolsa aos Princípios para o Investimento Responsável (PRI), no mês passado. O PRI é uma proposta da ONU para os grandes investidores institucionais e demais agentes dos mercados de capitais e financeiro se comprometerem a optar por negócios sustentáveis na hora de direcionar seus recursos.

"A sustentabilidade tornou-se um assunto imprescindível em todas as agendas corporativas e isso inclui a própria BM&FBovespa", afirma Edemir Pinto, diretor-presidente da instituição. Segundo ele, até o final do ano, a entidade terá incorporado o conceito de "bolsa sustentável". **[NS]**

3 FALA, LEITOR Histórias e ideias de quem lê PÁGINA 22



Sociólogo formado pela USP, onde também fez o doutorado na área de trabalho e renda, André é uma das formiguinhas que fazem os cálculos e análises depois exibidos pelo presidente Lula em suas voltas pelo mundo. André trabalha na Diretoria de Políticas e Estudos

Sociais do Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (Ipea), órgão do governo federal que dá suporte ao Executivo em várias áreas.

Ele vem de uma família de sociólogos e acabou seguindo a profissão dos pais. A seu ver, o principal embate hoje é o que se dá sobre a importância e o tamanho da política social no País. O investimento aproximado de 25% do PIB brasileiro com políticas sociais (educação, saúde, trabalho, esporte, desenvolvimento agrário, previdência e outros) divide muito as opiniões. Os que julgam o gasto excessivo argumentam que um país "pobre" como o Brasil não teria condições de garantir um Estado de Bem-Estar Social desse porte. Os favoráveis afirmam que só assim o País poderá superar a condição de nação em desenvolvimento.

Nos últimos anos, o gasto vem aumentando, diz André, especialmente no ano passado, como forma de arrefecer os efeitos da crise econômica. "Não foram exportações ou outra coisa que impediram a crise de chegar mais forte ao Brasil, e, sim, as políticas sociais que fortaleceram o mercado interno", acredita.

Em que pese trabalhar para o governo, a André não escapam temas conflituosos, como a diferença salarial do poder público em relação ao privado, que chega a 57% a mais no primeiro caso. Ele publicou a respeito dessa temática, principalmente, a questão do trabalho e da regulação do mercado. Em www.ipea.gov.br há textos disponíveis para *download* gratuito e nas livrarias está um dos seus livros de destaque: *Atlas da Exclusão Social*, pela editora Cortez.

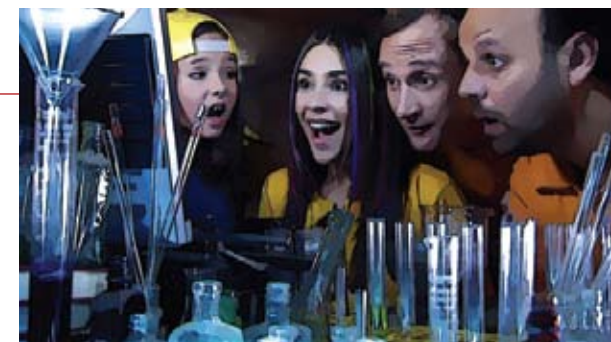
SE VOCÊ DESEJA PARTICIPAR DESTA SEÇÃO, ESCREVA PARA LEITOR@PAGINA22.COM.BR E CONTE UM POUCO SOBRE VOCÊ E SEUS PROJETOS. PARA SE COMUNICAR COM ANDRÉ CAMPOS, ESCREVA PARA ANDRE.CAMPOS@IPEA.GOV.BR

PÁGINA CULTURAL

por ANA CRISTINA D'ANGELO

Sustentabilidade para crianças e adolescentes

SERÁ QUE PARA CHAMAR A ATENÇÃO das crianças e adolescentes é preciso "forçar na tecnologia"? Talvez seja, mas o mais legal de **A Casa Verde**, filme de Paulo Nascimento, é que a iniciativa vem de cada um dos personagens, seja o escritor, o vilão, a heroína, seja o cientista maluco. Não tem quem dá as cartas de forma isolada e soberana nessa ficção voltada para crianças e adolescentes com temática sustentável (reciclagem e destino do lixo). O longa-metragem é história dentro de outra história. Um desenhista tem prazo para entregar sua narrativa em quadrinhos e está sem inspiração, então os personagens resolvem andar por conta própria. O professor inventa um reciclador de lixo que muda a vida de uma cidade. Enfurecido, o malvado Jordão, que cobra pela coleta de lixo da região, percebe que seu negócio está ameaçado com a diminuição do lixo e decide sequestrar o professor. Os personagens, observando que a história estava sem herói, criam a



heroína chamada "Eu" (esse nome é muito bom, apesar de a heroína surgir do mundo virtual). Na esperança de concluir a trama, o desenhista concorda com a intervenção dos seus personagens. A partir de 30 de abril nos cinemas.

Guerra e Paz no Brasil

O precioso presente que o governo brasileiro deu à ONU quando da inauguração de sua sede em Nova York, na década de 50, está voltando para casa. Os dois painéis gigantes que retratam **Guerra e Paz**, a maior obra do pintor Candido Portinari, virão provisoriamente para o Rio de Janeiro, onde serão restaurados em ateliê aberto ao público e seguirão em

mostras itinerantes pelo País. "O local onde **Guerra e Paz** ficava na ONU era restrito a funcionários ou delegados, é uma obra que está invisível há 52 anos. Sempre quis retirá-los de lá para mostrar ao público brasileiro e europeu", diz o filho do pintor, João Candido Portinari, responsável pelo projeto Portinari (www.portinari.org.br). A obra passará por Brasília, São Paulo, Belo Horizonte e Paris. João luta agora para conseguir o patrocínio da desmontagem dos painéis em Nova York (cada um tem 14 peças de 2 metros por 5 metros) e transporte até o Brasil. Como a vinda é fruto de acordo diplomático, o apoio financeiro precisa vir das estatais.



O mundo a partir da Segunda Guerra

O *road movie* histórico de Silvio Tendler reconstrói o mundo a partir da Segunda Guerra Mundial. **Utopia e Barbárie** chega aos cinemas no dia 23 de abril e levou 20 anos para ser concluído. O filme faz uma revisão nos eventos políticos e econômicos que, desde a metade do século XX, elevaram ao

risco e até ao desaparecimento os sonhos de igualdade, justiça e harmonia. Tendler percorreu ao todo 15 países: França, Itália, Espanha, Canadá, EUA, Cuba, Vietnã, Israel, Palestina, Argentina, Chile, México, Uruguai, Venezuela e Brasil. Em cada um desses lugares, documentou os protagonistas e testemunhas da história, apresentando-os de forma apartidária, mas sem deixar de trazer um pouco do olhar do cineasta, que completou 60 anos em 12 de março de 2010. O cineasta foi à procura dos sonhos que balizaram o século XX e inauguraram o século XXI.

De Kuarup a Villas Boas

A cerimônia de homenagem aos mortos

indígenas ilustres — o **Kuarup** — feita pelas tribos do Xingu especialmente para o sertanista Orlando Villas Boas foi fotografada por Renato Soares em 2003. Estes emocionantes momentos de despedida e festa podem ser vistos na exposição **Kuarup — A Última Viagem** de Orlando Villas Boas, em cartaz na Caixa Cultural São Paulo. A importância de Orlando e seus irmãos na implantação de políticas de proteção à saúde e à cultura dos indígenas é inegável. Tal luta representou uma verdadeira ruptura intelectual e política, e, acima de tudo, o reconhecimento das comunidades envolvidas. O Kuarup feito em homenagem a Orlando foi a maior honraria que um caraíba (homem branco) poderia receber. Mais de 2 mil índios vindos de diversas regiões se concentraram na aldeia Yawalapiti para celebrar a partida de Villas Boas. A mostra segue para Brasília, Salvador, Rio de Janeiro, Curitiba e Belo Horizonte.





Devagar e sempre

Após 70 anos de hegemonia política de um único partido, os eleitores do México já pediam mais promessas que realizações. Essa história, contada pelo cientista político Fernando Luiz Abrucio, demonstra que a política não pode viver só de continuidade, mas também de novas ideias e propostas. No entanto, a democracia não é para os impacientes. As boas inovações, diz ele, são aquelas que se submetem reiteradamente à negociação e ao debate.

É por isso que Abrucio, também professor da Escola de Administração de Empresas da Fundação Getulio Vargas (Eaesp-FGV), prefere os incrementos pontuais às grandes reformas, que ele chama de “momentos mágicos”, mais afeitos aos regimes autoritários que aos democráticos. Se a disputa eleitoral à Presidência tornou-se plebiscitária, ou mais do mesmo, para o professor isso é sinal de amadurecimento democrático do País. Longe de ser monótona, a escolha do eleitor seria a busca do equilíbrio entre inovação e consolidação do que dá certo.

Não faltaram, nesta entrevista, críticas ao jeito “futebolístico” de fazer política que situa os dois principais partidos do período eleitoral numa polarização inexorável. E também à elite social brasileira, que deveria “reclamar menos e participar mais”. Para quem procura uma gota de fé no oceano de decepção democrática, Abrucio é endereço certo.

Já houve teorias políticas que questionavam na prática a soberania popular, indicando que em todas as sociedades há sempre uma minoria detentora do poder em detrimento da maioria que dele é privada. A democracia substancial, o governo do povo para o povo, é uma utopia? Embora exista a teoria das elites, embora se acredite que na democracia é importante ter boas elites, os primeiros elitistas não eram democráticos. O primeiro elitista democrático foi o (Max) Weber. Foi o primeiro a dizer que a democracia é inexorável, indispensável no mundo moderno. Eu diria que a ideia do governo do povo para o povo e pelo povo é uma ideia reguladora, para usar um termo clássico do (Emmanuel) Kant. De fato, os governantes são eleitos pelo povo organizado politicamente e há processos de *checks and balance* e de *accountability* que levam os governantes a responder ao povo. E o povo tem chance de participar da política para além da eleição. No caso brasileiro, conselhos de políticas públicas, o Ministério Público... Há vários instrumentos nas democracias pelo mundo que levam à participação além da democracia eleitoral, porque senão nós estaríamos condenados à praga dita pelo (Jean-Jaques) Rousseau. Ele odiava os ingleses, e dizia que o povo inglês era o mais soberano no dia da eleição, e deixava de sê-lo no dia seguinte.

Isso se aplica ao Brasil? Esta é uma crítica à democracia de maneira geral. Mas o Brasil, como outras democracias, não é apenas uma democracia eleitoral. Nós tivemos recentemente um referendo em relação ao controle de armas e leis vindas de iniciativa popular, com o projeto "Ficha Limpa". É claro que, para que esses instrumentos funcionem, a democracia eleitoral tem de ser de boa qualidade.

Não haveria então uma desproporcionalidade entre o poder da classe política e o do eleitor? Aí tem a ver com características do sistema político dos diversos países, que podem dificultar a convivência entre a democracia representativa e a semidireta. No que se refere à distância da classe política em relação à sociedade, há características do sistema político-administrativo brasileiro que de fato dificultam *accountability* e a participação do cidadão. Acho que é essa a discussão. Não que no Brasil não haja democracia, ou que no Brasil não haja uma soberania popular. O que se pode dizer é que é possível e necessário aperfeiçoar constantemente os mecanismos democráticos.

A democracia econômica seria uma desses elementos? De que serve a democracia política sem o equilíbrio nas condições de acesso da população a tudo o que a sociedade produz? Isso remete ao Amartya Sen, Prêmio Nobel de Economia, que definiu a liberdade como a liberdade de escolha (*reportagem à pág. 18*). Para isso é fundamental ter democracias, modos e modelos democráticos, mas também que haja condições sociais que favoreçam as escolhas

dos indivíduos. No caso da sociedade brasileira, é preciso democratizar mais a informação. É preciso aumentar a escolaridade média. Quanto mais essas condições estiverem presentes, melhor a qualidade da democracia.

Fala-se em eleições presidenciais plebiscitárias, este ano. Ao mesmo tempo, alguns analistas apontam que nem isso se tem, já que haveria mais semelhanças que diferenças entre as duas grandes forças políticas brasileiras. A escolha do eleitor caiu em monotonia, uma não escolha? Acho que é difícil falar em não escolha, porque o Brasil teve durante longos anos um regime autoritário. O nosso avanço é muito grande. Muitas vezes, no Brasil, as pessoas se esquecem do que foi feito nos últimos 20 anos. Haver certa quantidade de ideias semelhantes não é ruim para a democracia. Se a democracia fosse o terreno do tudo ou nada, as chances de quebras democráticas seriam muito altas, como, aliás, aconteceu muitas vezes em países da América Latina. Se você tem uma situação de tudo ou nada, o perdedor tem pouquíssimo compromisso com a democracia. E o vencedor, se perceber reações do perdedor, dará um golpe. Isso ainda acontece em grande parte do mundo.

Talvez na maior parte dos países haja um pequeno grau de continuidade na agenda pública e isso se reflete na verdade em autoritarismo, não em democracia.

Seria então um sinal de maturidade democrática? Sim. A candidata Marina Silva concorda com boa parte das coisas que PT e PSDB fizeram, embora não seja uma candidata do arco plebiscitário. E duvido que ela consiga criar uma proposta muito

diferente. Nós viemos de uma longa jornada de amadurecimento democrático, e esse amadurecimento significa ter agendas públicas para além dos partidos em ocasião. Há diferenças de biografia entre os candidatos, no modo de fazer política e até no terreno das ideias. De fato, comparando (o governador de São Paulo, José) Serra e Dilma (Rousseff, ministra da Casa Civil), não há grande diferença como alguns esperariam, mas há alguma.

E o que pode ser alternativo? O que significa ser progressista hoje no Brasil? Quem quiser ser progressista precisará também de continuidade com as políticas existentes, não vai poder inventar a roda. Novamente citando a Marina, a política macroeconômica dela mudaria muito? Acho que não. Ela mudaria as políticas de transferência de renda? Acho que não. O que ela pode mudar são outras questões, o modo de relacionamento com o Congresso, a política ambiental. A eleição também é escolher aquele que terá melhor capacidade de continuar o que está dando certo. Mas claro que é bom ter alternativas. Quando o PRI (*Partido Revolucionário Institucional*) dominou por mais de 70 anos a política do México, num desses comícios ao final do regime tinha uma faixa de eleitores dizendo o seguinte: "Chega de realizações.

Queremos promessas". Isso é importante do ponto de vista democrático. Claro que as pessoas não querem apenas continuidade. Querem ideias novas, problemas e questões novas.

No programa feito no congresso do PT, há uma ênfase muito grande em educação, ciência e tecnologia que não há no governo Lula. Desde que Marina se apresentou como candidata, tanto o governador Serra quanto a ministra Dilma se tornaram mais ambientalistas, digamos assim. Nesta eleição vai haver mais continuidade do que mudança, mas algum espaço de mudança há. O voto do eleitor é uma combinação entre essas duas coisas. A questão educacional, a urbana e a ambiental são temas que devem ter um espaço maior do que tiveram em outras eleições.

As regras do jogo democrático compõem um campo fértil ou refratário para essas novas ideias e temas, que possam se transformar de promessas em realizações? É como se diz em administração pública: nem toda inovação é boa. Na Venezuela, as inovações são enormes com o presidente Hugo Chávez. Mas eu acredito que a maioria delas não é de boa qualidade. Acho que a inovação pode se tornar positiva, quanto mais debate público houver. No caso brasileiro, melhor seria se as campanhas fossem mais longas. O Brasil optou, na década de 90, por uma redução do período efetivamente eleitoral. Isso é um equívoco. Para o eleitor, quanto maior o tempo de debate, melhor. Aí é possível criar inovações boas, não questões apenas inovadoras e mal formuladas. Outra coisa é a existência de prévias nos partidos, ao estilo das primárias americanas. Acho que o Brasil ganharia muito se houvesse primárias, que fossem pelo menos um ano antes das eleições.

Mas, além das eleições, é comum associar-se a postergação de reformas ao fato de que os responsáveis por realizá-las não estão interessados em mudar o status quo. O exemplo mais recorrente seria a reforma política. É possível romper essa lógica? Tem havido reformas políticas no Brasil desde 1988. A ideia na imprensa é que a reforma vai ser um momento mágico, a entrada da Alice nos País das Maravilhas. Nas democracias, esses momentos mágicos são raros. Em regimes autoritários e revolucionários eles aparecem constantemente. De tempos em tempos um ditador de ocasião fala: "Vamos matar 30 mil pessoas". Isso é uma reforma completa. Acho que na democracia as reformas são sempre incrementais, o que não é ruim. Pode ser que você aprenda mais com esse processo. A reeleição teve um impacto gigantesco no Brasil. Tem reformas vinculadas ao horário e ao uso de tempo de TV, reformas vinculadas à questão da fidelidade partidária. A pergunta é se mais reformas são necessárias. Para alguns cientistas políticos, sim, para outros, não... (*mais sobre reforma política à pág. 27*)

E para o senhor? Acho que algumas coisas poderiam ser melhoradas. Mas a melhor forma de fazer isso é pressionando topicamente, em lugar de pensar numa grande reforma, quase uma revolução

política. Por exemplo, a discussão sobre a redução dos cargos em comissão é muito mais importante para a forma como funciona a política brasileira do que o sistema eleitoral. Acho que tem havido uma perspectiva muito maximalista das reformas que não só as inviabiliza, como talvez seja indesejável. Quando se muda muita coisa ao mesmo tempo, a capacidade da sociedade de controlar esse processo é menor. Democracias são assim mesmo. Veja agora o caso do presidente (dos EUA) Barack Obama. A aprovação da reforma da saúde foi uma coisa muito custosa para ele. Quem opta por democracia deve supor que nela o jogo da negociação e da barganha não só seja legítimo, como constante. É claro que é possível ainda melhorar o controle sobre o Congresso para pressioná-lo mais. Um dos mecanismos é que as pessoas participem dos partidos. O problema é que elas não participam.

E por que isso acontece? Tem a ver com um momento em que o Brasil realizou a sua redemocratização, consolidou-se, e cada qual foi buscar sua vida privada. Ou foi procurar atuar no interesse público em outras esferas, fazer uma revista, trabalhar numa ONG. É legítimo isso. Mas me parece que está faltando gente da elite social brasileira – elite no sentido clássico da palavra, os melhores – que participe dos partidos políticos.

Mas os partidos também não são modelos a se questionar? Melhor com eles do que sem eles. Os nacional-socialistas diziam, na Alemanha, que os partidos eram modelos fracassados. A experiência foi bastante desastrosa. No caso brasileiro, os partidos têm um monte de defeitos, mas a melhor maneira de mudar é dentro deles. Há um problema grande no País que é a renovação da classe política, mas não nesse sentido vulgar que corre na mídia. Houve uma classe política que realizou o processo de redemocratização do Brasil, que foi muito bem-sucedido. Em comparação aos demais países do BRIC, o Brasil tem um grau de democracia milhões de vezes melhor. Isso tem a ver com essa geração, da qual participaram Fernando Henrique e Lula. Só que essa geração está encerrando a sua jornada. Uns morreram, outros saíram da política, outros daqui a pouco estão se aposentando...

Outros parecem que não vão se aposentar nunca... Mas daqui a pouco vão cair. O que me preocupa não é o (senador José) Sarney ser o presidente do Senado aos 80 anos, mas os que não aparecem como alternativa de renovação dentro dos partidos. Acho que há um problema de renovação que tem a ver com características do tempo político, mas também com uma situação em que a elite social brasileira adora criticar a política, mas não botar a mão na massa. Se o Renan (*Calheiros, senador*) está lá é também porque outros membros da sociedade brasileira não quiseram estar lá. Para que haja uma renovação da classe política, a sociedade tem de participar um pouco mais e reclamar um pouco menos.

Qual é a influência da cultura nisso? O senhor concorda que a cultura política no Brasil é pautada por decepção e descrédito por parte

do cidadão com relação aos representantes? Sim, acho que há decepção, desinteresse, não só no Brasil como em outros países. Ao ler os grandes jornais, parece que há um sentimento *blasé* da classe média brasileira, misturado a um moralismo udenista que, convenhamos, não faz muito bem à democracia. Fernando Henrique e Lula deram a cara pra bater. Pode-se discordar de um e de outro, mas eles não ficaram apenas escrevendo artigo em jornal, reclamando que todo mundo é igual, que o Sarney está no poder há 50 anos. Acho que uma parte da elite social brasileira podia fazer o papel que foi feito por esses construtores da democracia: Fernando Henrique, Lula, Ulysses Guimarães, Montoro, Brizola... Eles tiveram um papel maior do que a sociedade admite. Só que uma parte da tarefa deles se esgotou. São necessárias novas ideias, porque novas tarefas aparecem na sociedade.

Mas a que o senhor atribui o afastamento da sociedade em relação à política? E, já que é preciso maior envolvimento, como se realiza isso? Acho que há uma desarticulação social que tem a ver com uma sensação de que a política é suja. Mas, como diria o velho Mário Covas, política é colocar o pé no barro. Tem que sair da Daslu e colocar o pé no barro. Sair da GV e colocar o pé no barro. Porque senão vira conversa fiada. Como fazer com que eles participem? Eu acho que é mais difícil a resposta em relação a essa pergunta. Se nós soubéssemos exatamente o que mobiliza as pessoas a agir, o mundo seria melhor, mas a gente não sabe. O que eu sei é que quem se mobiliza coletivamente faz história.

Os meios de comunicação de massa têm um papel importante de tratar da política não só como uma coisa suja, mas também como uma coisa nobre. Acho que as universidades deveriam deixar de ser meramente técnicas e se tornar parte da construção da cidadania. A mudança social no País é muito grande nos últimos 20 anos. Se não se entender isso, sempre se vai gritar que os políticos são ladrões, que os eleitores querem apenas políticos ladrões.

É interessante que a redução da desigualdade aumentou o distanciamento entre as elites sociais e os mais pobres, do ponto de vista dos valores. Veja essa discussão sobre as cotas. É uma discussão muito preconceituosa em boa parte da classe média para cima. Cotas para negros não vão resolver o problema da escravidão, mas que há uma desigualdade étnica no acesso aos bens públicos, isso há. Cada vez mais gente da elite social brasileira gostaria de viver num país que não tivesse o Brasil. Como dom Pedro II, que era uma grande estadista no Império, uma pessoa esclarecida, mas que passava o verão em Petrópolis, porque o Rio de Janeiro era fétido. Às vezes me parece que a elite brasileira tem a postura dom Pedro II.

Tem a ver com um sentimento de ineficácia? Afinal, qual o grau de influência do cidadão comum mobilizado, que não é jornalista, nem ongueiro, nem lobista, sobre as decisões públicas? Eu acho que, para o cidadão-padrão, que é mais pobre e menos escolarizado, isso se dá pela via local mais fortemente, com seu deputado,

com o prefeito. O movimento de saúde na Zona Leste de São Paulo sempre foi muito eficiente e não são apenas médicos que lá estão. A própria questão ambiental tem populações que se organizaram e conseguiram resultados importantes no País. Todo o movimento ligado ao Chico Mendes no Acre não era da elite brasileira. Não necessariamente os mais bem informados são os mais bem organizados.

A ascensão do terceiro setor tem relação com o esvaziamento da esfera política como a única via para transformações? A ascensão do terceiro setor é positiva, porque abre mais espaços públicos de discussão. Pode ser que parcela da população que poderia estar no espaço político-representativo tenha optado pelas ONGs e se afastado. Isso pode ser um processo histórico, uma questão de tempo mesmo. Por exemplo, o (*ambientalista João Paulo*) Capobianco tem uma história muito importante no terceiro setor, participou do governo e vai concorrer agora a um cargo público. Talvez essa migração entre as áreas da política, da sociedade civil, das universidades e do mercado comece a crescer nos próximos anos. Isso seria um fato alvissareiro no Brasil.

Não são apenas as OSCIPS formalmente concebidas, não é? Há muitos outros modelos de organização. Claro. Eu estou falando de espaços de atuação, um espaço público ampliado. Que, repito, é muito bom em si. Mas, se ficar só nisso, é insuficiente. É preciso que haja uma migração dessas pessoas do espaço público ampliado para o sistema político-representativo de algum modo.

Então a política é a seara definitiva? É a que vai tomar definições centrais. Embora o sistema político-representativo, sozinho, não seja a governabilidade de uma sociedade, que envolve comunidade, terceiro setor, mercado. Não ter nenhuma participação e intersecção entre essas áreas a meu ver é um erro.

Mas a intersecção vem acontecendo, não? É, mas ainda muito lentamente no Brasil. A pergunta básica da CPI das ONGs era a seguinte: devem existir ONGs no Brasil para participar de algum ponto da política pública? Essa é uma pergunta esdrúxula. Nenhum país democrático no mundo faria essa pergunta. Seria o mesmo que dizer que é possível resolver os problemas da política sem os políticos. Há um debate muito radicalizado em relação a alguns pontos que tem a ver com a sua pergunta original sobre um clima plebiscitário no Brasil. Se o outro lado está dizendo A, eu devo dizer B. Acho isso muito pobre intelectualmente.

Isso não é intrínseco ao processo político, à disputa pelo poder? Em algum ponto sim, mas a Alemanha recentemente estava sendo governada pelos dois partidos mais importantes do país, o de situação e o de oposição. Quando houve o 11 de Setembro, os republicanos e os democratas votaram juntos no Congresso americano. Então, existe o embate inteligente e o embate burro. A oposição passou um bom tempo dizendo que o Bolsa Família

era mero assistencialismo. Passados oito anos, eles descobriram que não era. Do mesmo modo, o PT dizia que o Plano Real era uma ficção. Acho que muitas vezes no Brasil tem-se perdido a inteligência, de ver as diferenças finas que há entre os grupos políticos, não essas completamente grosseiras que viram um modelo futebolístico da política: se eu torço para o Corinthians, obviamente o resto é inimigo do Corinthians.

Já houve algum período de debate político qualificado? Eu diria que o debate na Constituinte foi mais inteligente. Acho que não tinha tanto essa ânsia pela dicotomia que anima a opinião pública hoje. Os blogs de política hoje são um horror. Tem alguns bons, mas na maioria é uma briga de foice, como matar o seu adversário, quando a democracia não é a lógica 'amigo-inimigo' do Carl Schmitt, que é antidemocrático por natureza, um dos inspiradores do nazismo. Na época do mensalão petista teve um senador que disse que era preciso "acabar com aquela raça", para que ela ficasse 30 anos fora da política. Isso é Carl Schmitt. Na verdade, seria preciso fazer uma crítica e colocar em questão, inclusive por meio do voto, se era preciso acabar com aquela situação. 'Acabar com aquela raça' não é uma boa forma de fazer política.

Nas eleições municipais de 2008, os vencedores em primeiro turno de 20 das 26 capitais foram os que tiveram mais tempo de exposição na televisão. Até que ponto o conteúdo programático das candidaturas é relevante para o eleitor, em comparação com o marketing e a construção da imagem do candidato com outros recursos? O tem-

po de televisão é importante, mas não é decisivo necessariamente. Nas eleições municipais o que decidiui foi a situação socioeconômica do País. É muito difícil ganhar a eleição com um tempo de TV muito pequeno, mas, na eleição de 1989, os candidatos que tinham mais tempo de TV eram Ulysses Guimarães e Aureliano Chaves. Ficaram lá nos últimos lugares. Vários estudos mostram que, na eleição de 2006, para o eleitor-padrão, o rádio teve mais influência do que outros meios de comunicação. Não é à toa que o presidente Lula adora o seu programa de rádio. Sobre o conteúdo programático, não há como haver uma democracia de massa, numa sociedade tão grande e complexa, sem comunicação de massa. A pergunta na verdade é como fazer uma comunicação de massa que seja a mais democrática possível. Eu acho que a pluralidade em meios de comunicação já ajuda a fazer isso. As mídias alternativas, em particular a internet, já estão abalando um pouco as estruturas do jogo tradicional. Se você olhar as eleições quantitativamente, em quantas o *marketing* político foi prioritário, sempre será em minoria.

Como se calcula isso? É só perguntar ao eleitor quais foram os fatores que levaram ao voto. Você vê que existe uma congruência

muito grande entre esses fatores e a situação real dos eleitores. Nas democracias modernas, o indicador que a gente usa mais é o de bem-estar social. Se esse indicador estiver muito alto, por que dizer que foi o *marketing* político que elegeu? Acho muito difícil um marqueteiro decidir a eleição num lugar que haja um índice de bem-estar social muito ruim. Mário Covas dizia que comunicação é essencial, mas, se não tiver o que comunicar, não adianta nada. O (*ex-prefeito de São Paulo Celso*) Pitta foi eleito porque o governo Maluf era muito bem avaliado, não só pelo Fura-fila. Alguém também poderia dizer que a Dilma é relativamente desconhecida e é favorita para a eleição presidencial. Mas é porque o governo e o presidente Lula são bem avaliados. O *marketing* não vai inventar a Dilma do nada. O aerotrem do Levy Fidelix é uma ideia de marketing imbatível, porque resolveria n problemas numa tacada só. Mas os eleitores não são tão bobos assim.

E o fator internet terá alguma relevância inédita nas eleições deste ano? Acho que vai crescer, mas ainda é pequena, porque você tem um número grande de pessoas que não tem acesso prioritário

à internet. Tem crescido muito em *lan houses*, nas escolas públicas, mas ainda não é o meio mais importante de formação e informação na cabeça das pessoas. A tendência é que a internet cresça nesse processo. Mas não sei se o grau de informação política disponível na internet é tão diferente em relação aos jornais. O espaço de publicação autônoma na internet é muito grande, mas o que se publica de informação igual, de repetição...

Acho que nós temos ainda muito a aprender, no mundo todo, sobre o uso da internet para a informação coletiva.

A internet poderia ser mais bem aproveitada na democracia? Que tal um espaço de deliberação para que a cidadania influa nas decisões públicas para além do voto sazonal e de eventuais plebiscitos?

Imagine que você tivesse que acordar todos os dias e fazer uma votação ligando o seu computador no café da manhã. Você teria que votar se um dinheiro vai para uma estrada no Acre ou no Maranhão. Depois, se o Brasil deve comprar caças franceses, suecos ou americanos. O nível de decisão é muito diferente. Acho que a internet pode ser um espaço para algum tipo de decisão. Mas algumas decisões não poderão ser feitas pelo eleitor simplesmente no seu café da manhã. Outra coisa que me assusta é a possibilidade de tomar decisões sem discutir. O termo deliberação em ciência política significa não só votar, mas votar com algum grau de discussão. Há espaço para o *e-democracy*, mas tem que ir com muito cuidado. Afinal, para construir a democracia, o mundo demorou séculos. Acho que a melhor forma de pensar a política e as políticas públicas é de forma incremental, aprendendo aos poucos. ^[22]

Democracia em três atos

A plena escolha depende de educação, debate aberto e condições materiais dignas. No Brasil, uma aparente profusão de opções **ofusca as questões mais fundamentais**

POR Amália Safatle # FOTOS Bruno Bernardi



Três crianças, a disputa por uma flauta e razões pra lá de consistentes. A primeira criança afirma que a flauta tem de ser sua, pois é a única que sabe tocá-la. Mas a segunda criança argumenta que é a mais pobre e, ao contrário das outras duas, não possui condições de comprar o instrumento – alegação também forte demais para que o objeto fique com ela. E a terceira diz: “De jeito nenhum, essa flauta deve ser minha, porque fui eu que a fiz”.

Como fazer uma escolha justa e equânime? A parábola de que o economista e filósofo Amartya Sen lança mão em seu mais recente livro, *The Idea of Justice*, ilustra a dificuldade de formar qualquer maioria representativa e racionalmente consistente – constatação feita lá atrás pelo iluminista Marquês de Condorcet, filósofo e matemático, diante da **Teoria da Escolha Social**, desenvolvida no período da Revolução Francesa.

É uma ideia um tanto perturbadora para nossas sociedades democráticas, ao mesmo tempo que sofisticada e enriquece a reflexão sobre justiça, contrato social e a própria democracia.

Tenderíamos a resolver a questão tentando constituir maiorias, como fazemos nas eleições: quem tem metade dos votos mais 1 leva. Se não der, vamos ao segundo turno. Mas será que isso se aplica sempre às escolhas? E será que existe mesmo uma conclusão unificadora? São questões levantadas por Ricardo Abramovay, professor titular do Departamento de Economia da FEA-USP.

“As pessoas precisam escolher não movidas pela privação (*caso da segunda criança*). Do contrário não é escolha, é escravidão – isto é Marx”, diz Abramovay. Karl Marx fez essa crítica à tese de que o trabalhador era absolutamente livre. “Vão dizer que, se ele não quiser vender sua força de trabalho, ele morre de fome, mas tudo bem, essa é uma opção dele... Então esta é uma escolha fictícia.”

Assim, para Sen, a escolha social precisa dotar os indivíduos de condições para exercerem suas liberdades: educação e informação (saber tocar a flauta) e uma situação material minimamente digna.

“Quando falta informação, debate aberto e condições materiais básicas, o exercício da escolha – e, portanto, o processo de desenvolvimento – fica totalmente comprometido”, diz Abramovay.

Para o professor, um ponto importante sobre democracia levantado por Sen é de que a Teoria da Escolha Social tem como premissa o aprofundamento do debate público racional (uma tradução possível para *public reasoning*), mas sem a ilusão de que alguém ganha o debate pela lógica.

Nem poderia: em um caso como esse da flauta, há três argumentos extremamente fortes e nenhuma razão completa e unificada que diga como a sociedade deve se organizar “direitinho”. A resposta não existe.

A conclusão a que Sen nos leva, diz Abramovay, é a de que a escolha social depende do avanço real da democracia, das organizações sociais, da transparência, do estímulo à participação, dos movimentos revoltosos, da indignação – que podem até ter aparência irracional, mas trazem à tona questões importantíssimas. “Não tenho dúvida de que muitas das ações levadas adiante pelos sem-terra são de racionalidade precária, um tiro no pé etc., mas eles põem em evidência o fato que dezenas de milhares de famílias não têm onde viver – isto é o importante.”

O fato de não haver uma razão unificadora capaz de resolver uma escolha social não significa que ela esteja submetida a uma irracionalidade, ao contrário: o debate se faz fundamental. “Mais importante do que saber o que é uma sociedade justa são as diferentes formas de luta contra a injustiça”, afirma o professor.

Em um país onde há muita gente sem condição de comprar a flauta, mais uma imensa quantidade sem saber tocá-la e um punhado que concentra a sua produção, o paralelo não pode ser mais oportuno. E a criação de espaços livres para o debate, mais necessária.

The Corporation

Começemos pela concentração econômica. É nítido que o poder transborda os limites da política. “O (*sociólogo brasileiro*) Octavio Ianni tinha uma frase simpática: a política mudou

Grandes corporações ditam a padronização geral do planeta

de lugar”, lembra o economista e professor da PUC-SP Ladislau Dowbor. E o lugar para onde ela se mudou foi a economia. Hoje 500 a 600 grandes corporações transnacionais ditam o que Dowbor chama de padronização geral do planeta.

Mas como assim, padronização, se as empresas acenam com leques multicoloridos dos mais variados produtos e serviços, com a mensagem de que o consumidor – abonado – tem cada vez mais escolhas à sua disposição?

Olhando bem, setor por setor, observa-se que as grandes fatias de mercado em geral não são distribuídas entre mais que cinco ou seis *players*, de mídia a alimentos, de construção a bebidas, de bancos a telefonia. “Não haverá monopólio, não se vai chegar a uma única empresa detendo todo o mercado. Quando atingem o número de seis, fazem um acordo entre si e não precisam mais continuar a concentrar”, diz Dowbor.

E o que é a fidelização se não a redução das opções de escolha do consumidor? Você induz o sujeito a comprar em determinada loja e, a partir do momento em que o cativa, pode puxar os preços para cima e ainda acrescentar o custo da gestão do cartão de fidelidade, explica o professor.

Assim, o alardeado poder do consumidor limita-se à escolha entre itens muito equivalentes. É como rezava o mantra publicitário, há mil maneiras de preparar Neston, mas todas convergem para o mesmo produto.

Além disso, a capacidade de o consumidor atuar na contraposição ao poder corporativo pode ser mais ilusória do que se supõe. Acredita-se que, por meio de sua ação individual – o chamado “voto com a carteira” –, o consumidor é capaz de premiar as empresas que cultivam práticas sustentáveis e voltadas para a cidadania, punir as que andam em direção oposta, e tornar-se um agente da democratização econômica.

Mas, sozinho, ele não faz verão. Ações “atomizadas” não surtem efeito, argumenta o secretário-executivo do Grupo de Articulação das ONGs Brasileiras na ISO 26000, Aron Belinky, em artigo à página 40. “A mera soma das manifestações individuais, sem que haja uma articulação entre elas e um fortalecimento dessa rede, mata o debate”, diz. E, por consequência, a própria democracia.

Com escalas

A escala é outra regra ditada no âmbito econômico que reduz as escolhas. Ao se definir uma faixa intermediária de gostos e preferências, suprime-se tudo o que está fora da curva para atender àquele que foi estabelecido como cliente-padrão. Os restaurantes não vão temperar pratos com cebola, ervas ou limão. As *blockbusters* da vida não vão reservar espaço para cultuados filmes de autor. Em nome da escala, o cliente perde a possibilidade de estimular seu paladar mais refinado ou de conhecer um filme diferente. Às favas com a diversidade. “É o que chamo de *mcdonaldização*”, diz Dowbor. No campo, isso é conhecido como monocultura.

A ideia da escala parece permear tudo. “A gente tem no Brasil uma dificuldade com a ideia de diversidade”, diz Ana Valeria Araújo, coordenadora-executiva do Fundo Brasil de Direitos Humanos, e para quem há um enorme descompasso entre os ritmos da evolução econômica brasileira, a 8ª do mundo, e a dos direitos humanos, “que relativamente cresce a passo de tartaruga”. Ela integra o comitê orientador do **Fundo Amazônia**, formado por governos estaduais e pela sociedade civil com a incumbência de fazer o controle social dos gastos do fundo, cuja gestão cabe ao Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES).

Estruturado para lidar com grandes empreendimentos, o BNDES precisa de uma orientação do comitê para fazer com que o recurso chegue na ponta de forma capilarizada, respeitando as particularidades de cada projeto e as diferentes realidades e culturas locais dos parceiros envolvidos.

“Mas acabo de voltar de uma reunião com o BNDES e é visível a dificuldade de lidar com o pequeno, com os projetos de 20 mil reais, e não de 1 milhão”, diz. Segundo ela, falta maior compreensão de que o pouco pode ser muito para pequenas comunidades como quilombolas, povos tradicionais e indígenas. “Ao contrário: movimentar muito dinheiro pode virar um problemão para eles. Mas prevalece o pensamento de que, se o dinheiro é pouco, o projeto não é relevante.”

Ainda sob a referência de Octavio Ianni, sabemos que os grandes grupos econômicos financiam os políticos, e que no Congresso Brasileiro há a bancada dos ruralistas, das empreiteiras, da indústria automobilística, mas não há uma bancada organizada pelos cidadãos. As decisões tomadas que dizem respeito diretamente ao público são influenciadas por interesses econômicos específicos. “Por isso é indispensável democratizar

Criado em agosto de 2008 primeiramente com recursos doados pelo governo da Noruega, destina-se a promover projetos para combater o desmatamento, estimular a conservação e o uso sustentável das florestas no bioma amazônico e, assim, reduzir as emissões de carbono

Há um "deixar andar": são as opções que não fazemos

a economia, e não só a política”, defende Dowbor (*mais sobre democracia econômica em quadro à página 24*).

“Aqui em São Paulo posso optar por dezenas de modelos de carro, mas praticamente não tenho a escolha de transporte coletivo. Eu andava toda essa cidade de bicicleta quando menino, mas as crianças não têm mais a opção de brincar na rua.” Na visão do professor, “foi a articulação entre políticos, empreiteiras e a indústria do carro que gerou um conjunto de opções absurdas”.

Aí cabe a pergunta: na verdade isso não resulta de um arranjo de toda a sociedade, uma vez que o cidadão aceitou que o desenrolar da história fosse esse? “Nunca se pode criminalizar um segmento e tomar todos os outros como vítimas. Claro que há um ‘deixar andar’”, responde Dowbor. “São as escolhas que as pessoas *não* fazem. Deixam de batalhar pelo transporte coletivo, de brigar por um rio limpo, por um meio ambiente decente. Agora, o poder organizado dos grupos econômicos é indiscutível.” Vide o filme *The Corporation*.

Cabeça animal

As escolhas mais efetivas – baseadas em maior diversidade, possibilidade de acesso e espaço livre para manifestações – têm-se dado em campos menos econômicos, como o da informação e da cultura. E a internet tem tudo a ver com isso, em que pese a exclusão digital e tecnológica no País, como mostra reportagem à página 34.

Ao permitir a pluralidade e a pulverização do emissor (o que em outras situações poderíamos substituir por produtor ou candidato) e do receptor (consumidor ou eleitor), as novas tecnologias amplificam o espectro do debate e das ideias, capilarizam as mensagens e as escolhas, e descortinam um universo para além do conjunto de opções restringidas pelo *mainstream* e o velho jeito de fazer

negócios e de se organizar socialmente (*mais em* Percepções, à pág. 26).

Há muito mais o que explorar dentro e fora do ciberespaço. É como se estivéssemos usando apenas 10% da nossa cabeça animal.

Ideias arejadas partem, por exemplo, do compartilhamento de conteúdo pela internet, de bens e de serviços, do *copyleft*, da desmaterialização econômica, da economia solidária e até da crescente contestação ao uso do PIB como indicador de riqueza, ao não levar em conta externalidades nem o bem-estar das pessoas. (Guerras e acidentes de trânsito, por



exemplo, fazem o PIB aumentar. E a dilapidação de recursos naturais não é contabilizada como diminuição de riqueza.)

O tradicional jornal britânico *Financial Times* mapeou, entre as principais inovações que mudarão os negócios no cenário de pós-crise e novas tecnologias, que a “cobiça não é tão boa assim, e que a obsessão pelo lucro pode quebrar as empresas”. Parece haver um germe de mudança aí.

“Porque o mundo nunca esteve tão pouco solidário, a economia solidária está em expansão”, diz Luiz Humberto Verardo. Ele coordena a Associação Nacional dos Trabalhadores e Empresas de Autogestão e Participação Acionária (Anteag) – uma das precursoras da atividade no País e realizadora do *Atlas da Economia Solidária no Brasil*, pelo qual já foram mapeados cerca de 22 mil empreendimentos do gênero em mais da metade dos municípios brasileiros.

São cooperativas, associações, grupos informais e sociedades mercantis que se apresentam como alternativa de trabalho e renda. Pressupõem cooperação, autogestão, trabalho coletivo, viabilidade econômica e atuação em rede – facilitada pelo *site* www.cirandas.net, pelo qual os empreendedores solidários do Brasil se encontram e se relacionam.

“Cada vez mais nos colocamos como um movimento social”, diz Luigi, como é conhecido. Ele explica que esta é uma forma de manter a independência e a autonomia em relação a possíveis interferências do governo e mesmo do setor privado convencional. E lembra que, embora muitas vezes tenha o significado distorcido (entendido como “caridade”), “solidariedade” vem do latim *solidum*, ou seja, “partes integradas com o todo”, assim como as pessoas e suas atividades integram-se em uma só rede.

Integração é também palavra-chave em algumas fronteiras do *design* para sustentabilidade, aquele que prevê desenhos

No Brasil nasceu como resposta de trabalhadores a transformações no mercado, como a abrupta abertura econômica no governo Collor, que na época levou à quebra de muitas empresas. Atua na produção de bens e serviços, crédito e finanças, trocas, comércio e consumo solidário

Trocadilho de *copyright*, é uma forma de usar a legislação de proteção dos direitos autorais com o objetivo de retirar barreiras à utilização, difusão e modificação de uma obra criativa



➤ A desconstrução da escolha

Escolha como você quer desconstruí-la. Da Economia à Sociologia, passando pela Psicanálise, há uma série de pressupostos que desfazem qualquer ilusão a respeito. Ricardo Abramovay, sociólogo de formação que leciona em uma faculdade de Economia, explica:

“Na Economia, o pressuposto é de que você não ‘escolhe’, você ‘renuncia a’. Sendo a ciência que estuda o comportamento resultante da alocação dos recursos escassos para fins alternativos – definição do economista britânico Lionel Robbins –, toda vez que se escolhe algo, na verdade renuncia-se àquilo que não foi escolhido”. “É sempre um *trade-off*”, diz Abramovay, “e por isso o ato do consumo envolve uma insatisfação perene”. Então, é bem preocupante o conteúdo do relatório de 2010 do Worldwatch Institute, segundo o

qual as culturas contemporâneas voltam o indivíduo para o consumo e têm o consumismo como o elemento que dá a elas um sentido existencial.

Pela Sociologia, os indivíduos não têm qualquer escolha a fazer: todas elas são condicionadas socialmente. Para Émile Durkheim, um dos pais da Sociologia moderna, não há escolha que não seja explicável por uma razão de natureza social. “Eu não invento o papel de professor, de *hippie*, de *yuppie*, ou de revoltado: esses papéis são dados antes de minha existência”, exemplifica Abramovay.

Mais uma ilusão é desfeita pela Psicanálise. Depois da decepção geocêntrica (quando percebe que o Sol não gira em torno na Terra) e da antropocêntrica (descobre que descende do macaco), o homem se depara com a

ideia de inconsciente por Sigmund Freud: dá-se conta de que não é o sujeito pleno das próprias escolhas, não tem controle sobre elas e é regido por um conjunto de pulsões que levam a determinados comportamentos.

Ao fazer escolhas, o cérebro apresenta mais falhas. Primeiro ele percebe (coleta informações), avalia (julga se são pertinentes e reais) e, então, decide. Mas, segundo a doutora em Psicologia Econômica pela PUC-SP Vera Rita de Mello Ferreira, já na primeira etapa, a de perceber, falhas fundamentais comprometem o processo. “Há de nossa parte uma má vontade com a realidade como ela é.” Assim, tendemos a entortar nossa percepção, ao escutar apenas o que nos interessa e enxergar somente aquilo com o que concordamos.

➡ As vias da democracia econômica, segundo Ignacy Sachs

O professor Ignacy Sachs tem uma definição simples para a democracia econômica: implica todos terem acesso a uma mínima renda, por meio de uma distribuição mais igualitária.

Com base na história, ele afirma que há duas vias para chegar a esse objetivo: uma revolucionária, que consiste em expropriar os ricos e redistribuir os recursos, e outra gradual, reformista – em nome da qual a social-democracia apartou-se do comunismo. Esta segunda via comporta duas ferramentas: a de um setor público capaz de proporcionar uma rede universal de serviços essenciais e gratuitos à população; e a fiscal, que cobre maiores impostos dos ricos em benefício dos mais carentes.

Como exemplo desta segunda

ferramenta, Sachs refere-se ao New Deal de Franklin Roosevelt para relembrar uma parte da história que, segundo ele, ficou totalmente esquecida: impôs-se uma taxa de confisco das maiores rendas americanas em um nível não visto nem mesmo em um país socialista. [O New Deal foi um programa implementado nos EUA entre 1933 e 1937 para reformar a economia e combater a depressão que se seguiu à crise deflagrada em 1929.]

Essa reforma do sistema fiscal que visava maior equilíbrio das contas aconteceu sob a maior crise econômica já vivida pelos EUA, mais a ameaça nazista de um lado e a stalinista de outro. “Roosevelt fez isso para proteger o capitalismo, não para destruí-lo”, diz Sachs. Ele também cita o exemplo dos países escandinavos,

que penalizam as grandes fortunas e a sua perpetuação pelas heranças, mas não as empresas.

Para o estudioso, também não escapa à agenda democrática brasileira a reforma na estrutura fundiária. “Estamos no limiar de um período no qual um novo ciclo de desenvolvimento territorial deverá ser posto nos eixos”, diz. Ele defende um melhor equilíbrio entre zonas rurais e aglomerados urbanos, rejeitando o que chama de um dos mitos do século XXI: o de que rural é sinônimo de anacronismo, e o urbano, de progresso. A isso ele conecta o desenvolvimento de uma economia de baixo carbono por meio da biomassa e sua ampla aplicação em alimentos, ração, energia, materiais de construção e fibras – por meio de um sistema socialmente inclusivo, claro.

não só de produtos, mas também de uma nova relação entre fabricante e consumidor, visando a gestão mais eficiente de recursos e a menor geração de resíduos e poluentes. Assim, em vez de se adquirir um carro, compra-se o serviço de transporte por meio do *car sharing*; em vez de comprar um equipamento de *laptop*, compra-se o seu uso, acompanhado de atualizações e de treinamento (*mais na edição 26 de PÁGINA 22*).

Aguinaldo dos Santos, professor e coordenador do Núcleo de Design & Sustentabilidade da Universidade Federal do Paraná, pesquisa há tempos o que chama de sistemas integrados “produto + serviço”, que não só contribui para a desmaterialização econômica como pressupõe um desenho que leve em conta o ciclo de vida do produto e o intercâmbio de peças, retardando ao máximo seu descarte.

A Brastemp, por exemplo, não vende um filtro, e sim o serviço de água por meio de filtros que ficam na casa do consumidor. À empresa interessa que o aparelho dure o máximo possível. Assim, Santos acredita que a aprovação do Plano Nacional de Resíduos Sólidos, que responsabiliza o fabricante em relação ao destino final de seu produto, será importante para impulsionar esse novo tipo de negócio. Aprovada na Câmara dos Deputados, a lei seguiu para o Senado.

Ainda assim, o professor não visualiza mudanças importantes no modelo de negócios em menos de 20 anos. “O problema é que não estamos educando a sociedade para o compartilhamento de bens.” E, para parte significativa da população, a grande felicidade é ter bens em casa, como uma nova geladeira ou um computador – em especial a classe C, ascendendo economicamente com uma demanda reprimida. [1]

TOME NOTA

1 Para a chamada base da pirâmide, também há inovações em curso, como a da empresa Masisa, que fornece painéis de MDF para a construção de habitações de interesse social, no sistema “faça-você-mesmo”. Acesse www.masisa.com/bra/por/News/2007/03/26/554.html

A ideia de compartilhamento é mais bem-aceita em classes mais altas, e, mesmo assim, grande parte dela se delicia com a compra dos mais sofisticados aparelhinhos tecnológicos. Mas se pode sempre rejeitar o consumismo e optar pela simplicidade. Em vez de encher a casa de “tralhas”, ter outros prazeres como dedicar mais tempo para os filhos e amigos. Pesquisas indicam que a partir de uma certa renda, o sentimento de satisfação com a vida não aumenta.

A questão é que, em países como o Brasil, há muita gente longe de atingir a renda satisfatória e o nível de informação educacional adequado. O professor Ignacy Sachs, da Escola de Altos Estudos em Ciências Sociais, da França, preocupa-se com as ideias de se limitar o crescimento. **Terá a sustentabilidade assumido uma agenda elitista demais? “A sustentabilidade é ecológica demais”, responde, entendendo que o argumento ambiental tem falado mais alto que o social.** “Redistribuir renda já é difícil em economias com crescimento, imagina sem”, diz.

Fato é que as formas viáveis de promover crescimento ainda são predominantemente materializadas, há uma urgência social e uma democracia econômica por construir. De novo, não há uma conclusão unificadora. O lado social, o ambiental e o econômico têm cada um as suas razões. Debater sobre elas é a graça disso tudo. [2]



Ouçá trechos das entrevistas com Ricardo Abramovay e Ladislau Dowbor em podcasts na versão eletrônica desta reportagem em www.fgv.br/ces/pagina22

C ≠ U / U) C *

As escolhas que temos feito não passam de variações do mesmo tema, restritas a um **único conjunto dentro do universo**

*Traduzindo: O consumo é diferente do universo tal que o universo contém o consumo

Fico incomodado com o bordão "liberdade de escolha". Hoje, bastante relacionada a mercadorias, a expressão traz uma ideia falsa — já que o consumo se inscreve em limites bem definidos — que relegou o sentido positivamente anárquico das escolhas ao segundo plano.

Em nosso dia a dia, temos a todo momento opções 1, 2, 3, 4... em menus, gravações, planos, pacotes e definições de produtos e serviços que dariam aquela sensação de o mundo se adaptando a nossas necessidades e gostos. Você analisa com parâmetros próprios e passa à próxima etapa. Ok. Enter. Senha. Assinatura. A propaganda dizia que, consumado o ato, você entraria em um estado de êxtase. Mas aposto que um plano *cliente especial bônus plus* de celular na verdade nos proporcionará em breve um suspiro enfadonho.

Não é para menos. Rotina em demasia é difícil de suportar. Recorro à imagem de conjuntos matemáticos para explicar melhor. Pensamos escolher coisas diferentes em um universo infinito e em quebrar com a mesmice. Mas, se reparamos bem, estamos sempre optando por elementos do conjunto C (onde C = Consumo). E aquela emoção diferente, prometida pela propaganda, está distante, contida em outros conjuntos que

não C, espalhados pelo universo {U}.

E se em vez de comprar aquele aparelho novo você escolhesse coisas na sua casa que estão encostadas

para trocar via **escambo eletrônico** pelo aparelho de outra pessoa? E se decidisse que comprar aquela peça de madeira não seria mais essencial do que levar as crianças na praça para plantar uma muda? E se abdicasse do *slogan* "eu consumo mesmo que a qualidade de vida na minha cidade piore"? Em vez de escolher um carro novo, com IPI reduzido, você poderia escolher os dias da

semana em que o carro usado ficaria na garagem para você ir a pé, de bicicleta, ônibus, metrô, trem ou pegar uma carona.

Com alguma criatividade, começa a aparecer uma série de opções que não passam pelas de consumo — mas pelas opções fora do consumo. Algo saudável numa economia em que até o corpo virou nicho de mercado. Na área de serviços temos cabeleireiros, clínicas e academias prometendo milagres para que esse produto básico que é seu corpo se torne um *master plus*, como só se vê na mídia. Na área de produtos, químicas e adereços prometem o mesmo aprimoramento.

Nada contra o cuidado de si.

Michel Foucault mostra que esse conceito segue a cultura ocidental há muito tempo. Já foi identificado com a experiência dos prazeres nos gregos, que determinava a ética da moral antiga; passou depois pela concepção cristã da experiência da carne — e a repressão a ela associada —; e chegou à experiência moderna da sexualidade, com todo o teor de controle que o conceito permite e que os padrões estéticos de hoje ajudam a reforçar.

O discurso atual pró-saúde, bem-estar e beleza parece criar mais uma neurose coletiva de padrões inatingíveis — que criam uma demanda sem fim por novas opções de produtos e serviços para o corpo — do que um estímulo ao equilíbrio físico e à **propriocepção**, que podem muito bem ser atingidos com uma boa aula de dança.

Quando penso nisso, tenho em mente um texto de Jean Baudrillard em que chama atenção para a possibilidade de contornarmos os sistemas à primeira vista hegemônicos — como uma espécie de jogo de corpo de capoeira, de passar pela tangente [1]. Para o filósofo, é explorando o que não foi explorado pelo sistema que encontramos opções reais de constituir algo novo.

TOME NOTA

1 Em Esquecer Foucault (Ed. Rocca, 1984), Jean Baudrillard faz provocações diretas a conceitos do colega Michel Foucault, como o foco excessivo na questão das redes de poder

O céu se torna o limite. Aliás, uma fronteira da nossa existência, já que mantendo o consumo em níveis atuais, o patrimônio que chamará atenção é o carbono acumulado na atmosfera. **g2**

Conceito que remete à capacidade de localização espacial do próprio corpo, à percepção de si em detalhes, sem o uso da visão

Troca de mercadorias via internet. Alguns exemplos: xcambo.com.br, trocaster.com, freecycle.com, paperbackswap.com, gameswap.com



O Sistema

Continua quase intocada a esfinge da reforma política. Que não será feita por iniciativa do Congresso, é indiscutível. Só sairá se o próximo presidente **mobilizar sua base a serviço dessa causa**

Há 27 partidos registrados no Brasil e outros tantos aguardando registro provisório. É relativamente fácil criar um partido. Para dar o pontapé inicial, bastam 101 assinaturas de eleitores de no mínimo um terço dos estados. Depois fica mais difícil, pois é preciso quase meio milhão de assinaturas para ganhar o *status* de partido nacional, com tudo o que isso significa. Mas o esforço compensa — como demonstra a quantidade de partidos nanicos e a sempre concorrida fila de postulantes —, principalmente para corporações que dispõem de clientela cativa para essa coleta de assinaturas, tais como sindicatos, igrejas e, é claro, para quem tem cacife econômico para bancar o investimento.

Adentrar o sistema partidário no Brasil é bom negócio. Nele permanecer é melhor ainda, pois não necessariamente envolve compromissos públicos reais. O que é muito facilitado pela geleia geral em que se transformaram os programas partidários, cada vez mais parecidos, ocós e não vinculantes.

Uma vez registrado um partido, ele tem acesso ao **Fundo Partidário**; à estrutura de funcionamento para seus representantes, e ao cobiçado mundo das coligações, onde o passe de um nanico pode valer muito em briga de cachorro grande. Passe este, em geral, trocado por uma cesta básica bancada com dinheiro público: cargos, dinheiro garantido para emendas parlamentares e favores menores. Um mandato parlamentar ainda pode garantir imunidades interessantíssimas para quem tem contas a acertar com a Justiça.

Fundo que em 2010 ultrapassa R\$ 160 milhões só em dotação orçamentária



Nesse quadro, é muito difícil vingar uma reforma política para valer, especialmente levando-se em conta que a nata do sistema partidário tem seus projetos de poder de longo prazo e, em nome deles, fazem vista grossa para muita coisa danosa à sociedade e à consolidação da democracia.

Nesse sentido, o que se poderia chamar de herança maldita de Lula é o fracasso no campo da política. De maneira muito pragmática, adotou uma forma de negociação que aprofundou os vícios do sistema e fortaleceu seus setores mais conservadores. Às vésperas do pleito de 2010, continua quase intocada a esfinge da reforma política. Que ela não será feita por iniciativa do Congresso, é indiscutível. Só sairá se o próximo presidente decidir mobilizar sua base e colocar sua legitimidade a serviço dessa causa.

Certamente terá forte apoio social, mas terá de ser um(a) estadista, disposto(a) a ousar e correr riscos. Da parte da sociedade, há acúmulo, para começo de conversa. Um exemplo: o projeto Ficha Limpa, que está sendo cozido em banho-maria na Câmara. Outro: desde 2004, uma articulação de 27 fóruns e redes sociais (www.reformapolitica.org.br) debate e formula propostas para reforma política abrangente, que não se restrinja ao sistema partidário e chegue ao cerne da tomada de decisões de interesse público no País.

Daí resultou a Plataforma dos Movimentos Sociais para a Reforma do Sistema Político, organizada em eixos: fortalecimento da democracia direta e da democracia participativa; aperfeiçoamento da democracia representativa; democratização da informação e comunicação; e democratização e transparência no Poder Judiciário. Mesmo que se discorde de muitos pontos, é um mosaico relevante, com propostas inovadoras.

Em março de 2007, essa Plataforma foi apresentada ao Congresso. Não conseguiu romper os limites da Frente Parlamentar pela Reforma Política com Participação Popular. Enquanto isso, tramitam coisas como o projeto 4.598/09, que, em resumo, permite que apenas nove parlamentares requeiram ao TSE o registro provisório de novo partido, mediante o qual terão os mesmos direitos, deveres e prerrogativas dos atuais partidos, inclusive de participar de eleições e fazer coligações. Praticamente um *fast-food* partidário.

E mesmo o ex-ministro da Justiça Tarso Genro saiu do governo pesaroso porque o próprio projeto de reforma política coordenado pelo seu ministério não avançou no Congresso. A queixa do ministro, aliás, é um *nonsense*, visto que só o governo do qual ele fez parte poderia ter dado um rumo diferente ao objeto de suas preocupações.

Dentro de pouco tempo o sistema partidário abrirá suas asas sobre nós, novamente sedento de legitimidade e oferecendo mais do mesmo. Haverá alguma surpresa? O PV de Marina Silva terá estrutura, vontade, força política e conteúdo para desafinar o coro dos contentes, mudando o rumo da conversa?

Pergunta:

José Serra e Marina Silva têm feito elogios aos governos FHC e Lula, principalmente a este último. Mas não têm avançado no sentido de explicar por que, então, seriam melhores do que alguém que vem com a chancela de Lula. Ambos caminham num fio de navalha. Ou dizem com clareza na campanha o que trazem a mais ou estarão se colocando numa armadilha: já que o cara foi tão bom, por que não votar na candidata dele? **g2**



Amizade Itamar Assumpção apreciava tanto plantas e flores que, no início dos anos 90, aproveitou para batizar sua banda feminina de "Orquídeas do Brasil". Aí estão elas, amigas de toda uma vida, e parceiras diletas do grande cantor e compositor paulista

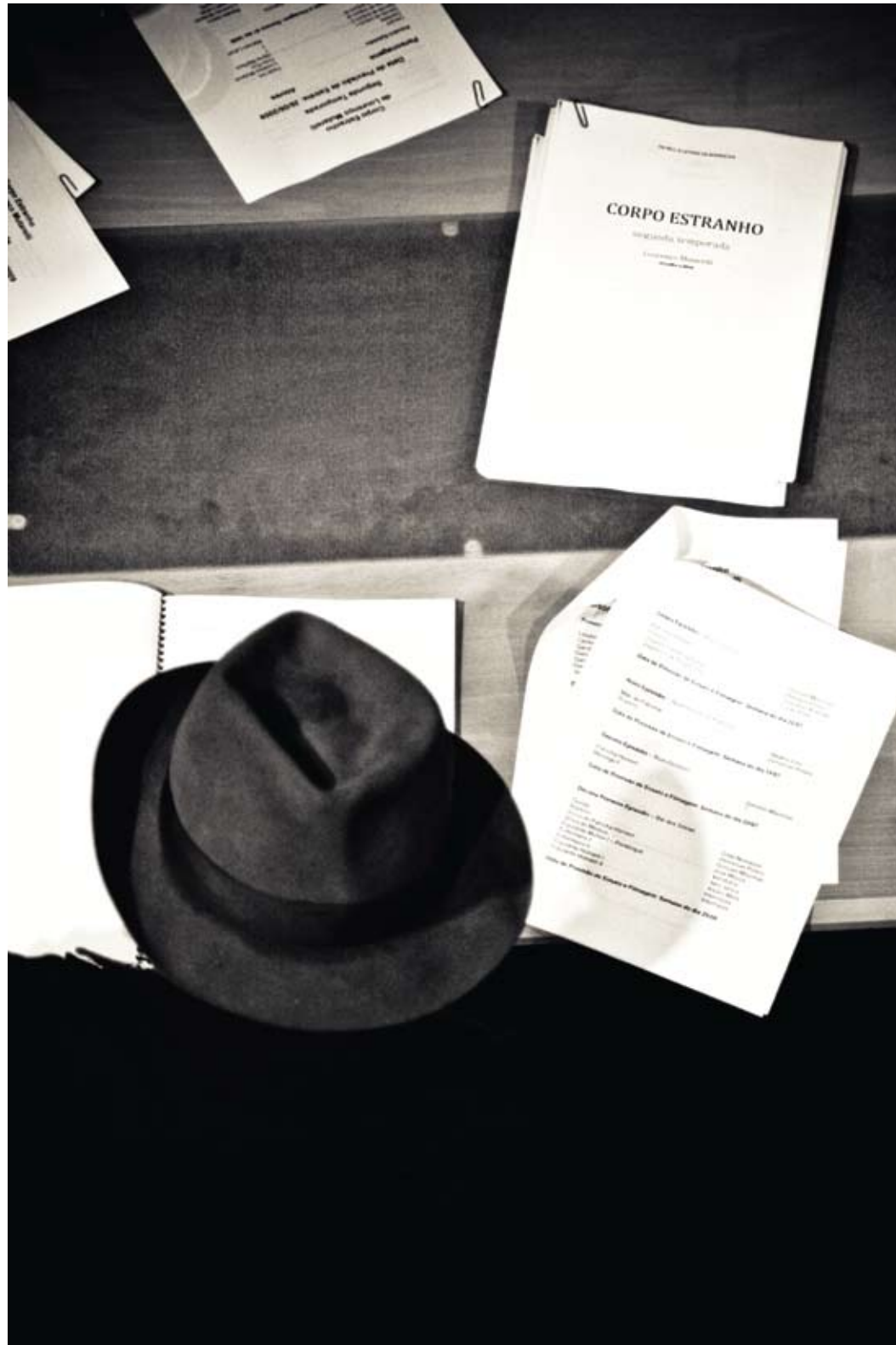
O espetáculo da vida

FOTOS Alessandra Fratus # TEXTO Ana Cristina d'Angelo

O nome do ensaio poderia sugerir plantas exóticas nascendo no deserto ou uma cópula entre animais selvagens, mas aqui o espetáculo significa teatro. O teatro da vida que nos oferece escolhas e nos impõe tantas outras. A vida que moldamos e que por ela somos moldados.

A fotógrafa Alessandra Fratus gosta de fotografar espetáculos, sem ser de maneira documental. Sua aposta é na própria subjetividade e na das pessoas em cena. Adepta da fotografia digital, Alessandra pode recriar o 'ao vivo' daquele momento e ainda ampliar as sensações com as possibilidades do tratamento de imagem. "A complexidade de fotografar gente é o que me interessa", diz. [LZZ](#)

O trabalho Por baixo do chapéu, o ator Paulo César Peréio centrava fogo em leitura da minissérie *Corpo Estranho*, de Lourenço Mutarelli, feita para o projeto Teatro Para Alguém. Assim que filmado, o trabalho foi para a internet. Mãos à obra



A alegria Otimista, nem que seja de raiva. O grupo Amapá em Canto fez uma apresentação na capital paulista. Cores, movimento dos corpos



As crianças Na festinha de final de ano, as crianças dedicam olhares e surpresas diante de... um relógio que uma delas ganhou.
Abertas ao novo. O eterno primeiro olhar



Vício O escritor e ator e seu cigarro durante leitura de peça para o Teatro Para Alguém. Companhia?



Desejo Um beijo suave e um abraço apertado. Calor e querença em momento da peça do Teatro Para Alguém, no Rio de Janeiro



O lado

Se existe outro lado da força, ele nasceu ou faz uso da **internet & companhia ilimitada**

POR Ana Cristina d'Angelo # FOTOS Bruno Bernardi

O alcance pode ser discutido, mas é inegável que o espectro cultural contemporâneo é diverso, complexo, potente e bambeou os pilares da indústria cultural de voz e distribuição únicos.

Internet e novas tecnologias têm papel fundamental nessa reorganização da sociedade do conhecimento, permitindo ampliação da escolha cultural – da inserção à distribuição –, a despeito de grandes grupos ainda terem muito dinheiro e poder na definição do que chega até nós.

Ainda é pertinente falar de indústria cultural e contracultura? Onde está o lado B nestes dias? É certo dizer que, se não está, nasceu ou faz uso da *web* ou de ferramentas tecnológicas, em suas múltiplas possibilidades.

A indústria cultural, termo cunhado pela Escola de Frankfurt no século passado para caracterizar a organização de verdadeiros impérios que controlavam a produção cultural repassada aos veículos de comunicação de massa, ainda existe. Haja vista a audiência de programas como o *Big Brother Brasil* ou as telenovelas da Rede Globo. O grupo produz e distribui em escala equivalente a uma indústria siderúrgica. Mas a Rainha Platinada hoje coexiste com outras redes, canais a cabo e a produção audiovisual que encontra abrigo e público na internet.

Ampliação da mente

Na sua própria origem, a internet encontrou-se com a contracultura. O termo e movimento, que se popularizam a partir dos 60 como uma negação da produção *mainstream* da indústria cultural, fomentaram a arquitetura da rede mundial.

Um dos livros que tratam disso é *What the Dormouse Said: How the Sixties Counterculture Shaped the Personal Computer Industry* (ou *Como a Contracultura dos Anos 60 moldou a Indústria do Computador Pessoal*), de John Markoff, mostrando a influência que a contracultura, o movimento *hippie*, as drogas e a Guerra do Vietnã tiveram no desenvolvimento da tecnologia.

Ao longo das páginas do livro, ainda sem tradução brasileira, são reapresentadas a nós inúmeras personalidades do início da internet e até o conflito de consciência dos pesquisadores envolvidos com os centros de pesquisa financiados pelo Exército dos EUA e a filosofia pacifista e subversiva do período.

O embrião do movimento do *software* livre também surge nessa época, influenciado pela cultura de compartilhamento e troca de ideias do ambiente acadêmico e do movimento *hippie*. Interessante é notar o paralelo que os pioneiros faziam entre drogas e os primeiros computadores. Eles realmente acreditavam que, assim como as drogas, os computadores ampliariam a mente e seu uso culminaria em uma sociedade melhor.

“A internet nasceu com esse princípio livre de que qualquer um pode falar, se manifestar, produzir e distribuir conteúdo. O difícil hoje é ser ouvido, mas não sou impedido de falar”, afirma Sérgio Amadeu da Silveira, sociólogo e doutor em Ciência Política pela Universidade de São Paulo.

E, ao contrário do que ocorria há bem pouco tempo, a rede muda padrões e estéticas, fazendo com que a indústria da cultura “corra atrás”. Essa inversão ficou muito clara no meio musical, dominado por gravadoras e rádios que abocanhavam tanto uma parcela assombrosa das vendas de discos como definiam os rumos do conteúdo a ser veiculado.

O produtor e crítico musical Israel do Vale nota que houve uma desmaterialização da música em favor do trânsito irrestrito e da multiplicação de janelas e plataformas. “A música não é mais o disco como objeto e a facilidade crescente para gravar, distribuir e promover traz uma cultura de comunidade”, afirma. O desafio,

próprio dos tempos de internet, é como sobressair-se.

Amadeu acrescenta ainda que hoje não há mais aquele número gigantesco de fãs de apenas uma banda de rock, “porque hoje posso ter acesso a uma banda romena, cada um pode ter a sua janela e eu posso buscar aquilo com que tenho afinidade, e não o que me é imposto”.

Vírus digital

Fenômeno da rede e exemplo da reviravolta no mundo da música, o grupo Teatro Mágico diz ter lançado o movimento MPB (Música Para Baixar). O grupo começou a oferecer seus discos de graça para *download* no *site* e amealhou fãs em todo o Brasil, antes mesmo do Radiohead, banda inglesa que adotou estratégia parecida, deixando para os fãs a opção de quanto pagar pelas músicas disponíveis na internet.

O *site* do Teatro Mágico é desenvolvido inteiramente com *software* livre e permite baixar músicas de graça. A trupe comemora a marca de 1 milhão de *downloads* feitos e mais de 5 milhões de transmissões de músicas do primeiro e do segundo CD. O grupo primeiro ganhou consistência na internet, seus *shows* conquistaram públicos recordes (são a fonte principal de ganho) e a agenda está tomada até o final do ano. Mas tem gente que nunca ouviu falar.

Claro, o Teatro Mágico não se apresenta em programas de TV e aparece raramente nos jornais. *A Folha de S. Paulo* publicou matéria com o título “Longe da Crítica, Perto do Público”, para resumir a trajetória do grupo que é uma espécie de companhia musical e circense inspirada na *Commedia Dell’Arte*.

O líder da trupe, Fernando Anitelli, está muito consciente dos caminhos que o grupo escolhe. “É dessa forma, a partir da grande participação do público em sites de relacionamento como Orkut, YouTube e outras mídias da rede, que se inicia o processo de ‘viralizar sem pagar jabá’”, diz, no *site* do grupo.

Outros nomes saíram diretamente da internet para uma certa absorção pela indústria cultural, como a cantora Mallu Magalhães, a adolescente que gravava e postava suas canções *folk* de forma caseira e ganhou fãs e acessos potentes no YouTube e MySpace. Mallu foi catapultada para revistas, programas de TV e logo entrou na mira das gravadoras. Entrou no mercado, mas não perdeu sua originalidade e a intimidade com as redes sociais cibernéticas.

Mais que contabilizar discos vendidos, o antigo troféu dos artistas da música nas décadas de 80 e 90, hoje os trunfos passam pelo número de acessos no MySpace e número de vezes em que as músicas são ouvidas neste espaço virtual.

Blogs e editoras

Em outras áreas, como a literatura, os *blogs* têm atendido à necessidade de se lerem novos nomes. Gratuitos e de fácil atualização e manutenção, estes *sites* pessoais revelaram nomes da nova geração que escreve. Um deles é Clarah Averbuck, que começou a escrever a primeira novela em seu *blog* *Brazileira! Preta*, que chegou a ter 1.800 acessos diários. A popularidade de seus escritos chamou a atenção de editoras e também de diretores de teatro e cinema. Publicou três livros e teve sua obra adaptada por Antonio Abujamra para o teatro e Murilo Salles a levou para as telas com o filme *Nome Próprio*, com Leandra Leal no papel principal.

Pequenas editoras se valeram das facilidades tecnológicas e da segmentação do mercado para levar adiante os sonhos de publicação independente. Como no cinema (*leia sobre a saga dos independentes à pág. 38*), os lucros são discretos no começo, mas a disposição em oferecer novas vozes é certa. Geralmente o surgimento de uma pequena editora coincide com a publicação de um título do próprio editor, caso da editora Livros do Mal, fruto da sociedade entre Daniel Galera e Daniel Pellizzari, que lançou o primeiro livro de Galera, *Dentes Guardados*, que também pode ser lido na internet.

Os patrocínios de empresas e o financiamento de órgãos públicos costumam ser fundamentais para garantir a sobrevivência desses pequenos negócios de autor. Como em todos os setores, o grande obstáculo do pequeno editor é a distribuição.

Outra proposta original remando na *web* é a Mojo Books, uma editora 100% digital. A proposta é simples: se literatura fosse música, que história você contaria? Qualquer internauta interessado em escrever um livro, escolhe um disco de sua preferência e nele se inspira para sua empreitada literária. As propostas são avaliadas pelos editores da Mojo e, se aprovadas, você ganha o espaço no *site* da editora, com direito a capinha digital e o seu livro disponível

vel para *download*. O *site* acabou se tornando um portal de música, com os respectivos livros e notícias sobre as bandas, festivais e *shows*.

São espaços não controlados por gravadoras, rádios e editoras convencionais, como explica Sérgio Amadeu. “É uma rede distribuída, que não anula o *mainstream*, mas que convive com ele. Não se consegue mais controlar o canal de sucesso, o que deve ser sucesso agora. A disputa pelo público se dá com multiplicidade”, afirma, notando que a nova conformação elimina o intermediário. O artista tem hoje um canal mais direto com seu público. [1]

TOME NOTA

1 Mais em www.samadeu.wordpress.com (à direita na tela, baixe gratuitamente textos e artigos sobre a cibercultura)

O alcance das *lan houses*

Mas e os limites impostos pela exclusão digital no Brasil? Pesquisa de 2007 do comitê gestor da internet no Brasil (www.cgi.br) aponta que 69 milhões de brasileiros já usaram computador e 53 milhões a internet, mas 77 milhões nunca chegaram perto da rede. E o mapa mostra que a exclusão digital continua acompanhando a exclusão social no País. Mas um ingrediente interessante é que as *lan houses* se tornaram o local mais utilizado para o acesso à internet no país. Pessoas das classes C e D que não têm computador nem internet em casa devido ao alto custo vão para a *lan house*. O levantamento do Comitê mostra que 49% dos internautas brasileiros usam esses espaços.

Amadeu acredita ser este um paliativo para a falta de acesso digital das classes mais pobres e também o grande desafio para os próximos anos.

A experiência dos **Pontos de Cultura** tenta amenizar o disparate digital e, ao mesmo tempo, valorizar a diversidade cultural brasileira sem a “mão” do gabinete. São cerca de 2.500 pontos de cultura em todo o País, escolhidos através de licitação do Ministério da Cultura. O governo repassa recursos e equipamentos digitais para ampliar a atuação do ponto de cultura. O secretário da Cidadania Cultural, Célio Turino, ressalta que o repasse dos recursos é direcionado à ponta do projeto, evitando que o dinheiro se perca nos meandros da administração pública. São apoiados projetos de baixo valor unitário, cerca de R\$ 60 mil ao ano, mas com grande alcance na comunidade em que estão.

Surgida entre os séculos XV e XVI, na Itália, em oposição à *Commedia Erudita*, a *Commedia Dell’Arte* apresentava-se em ruas e praças públicas. As companhias eram itinerantes e possuíam uma estrutura familiar

Criados em 2003, os Pontos de Cultura são iniciativas da sociedade civil que formaram convênio com o Ministério da Cultura, com objetivo de articular e impulsionar ações culturais já existentes nas comunidades. Acesse o mapa dos Pontos: mapasdarede.ipso.org.br/mapa/

Inversão: a web muda padrões e estéticas e a indústria cultural “corre atrás”

Entradas e saídas do cinema

A dificuldade de distribuição e as alternativas encontradas **pela produção independente**

E as leis de incentivo propiciaram maior acesso à produção cinematográfica, a outra ponta – distribuição e exibição dos filmes – constitui um conjunto de impossibilidades e dúvidas que não poupa novatos nem autores mais reconhecidos. A insistência quase heroica e a criatividade de muitos permitem que a saga continue e a diversidade exista – menos do que de fato poderia.

Filme pronto, os cineastas independentes percorrem uma maratona para garantir que sua obra chegue ao espectador. A despeito de precisar das leis de incentivo federais, estaduais e municipais, pensamos aqui que praticamente todo cinema feito no Brasil é independente, já que não existe uma indústria do cinema constituída. Filmes produzidos pela GloboFilmes levam alguma vantagem nas inserções pela TV e na distribuição pelas salas de cinema.

O mineiro Rafael Conde, autor de *Samba-Canção* (2002) – paródia da retomada do cinema brasileiro e as incongruências da busca de financiamento junto a homens do dinheiro – sabia, à época, que um hipotético *Samba-Canção 2* poderia dar conta da fase seguinte e ainda sem desfecho, relativa à chegada do filme à tela grande. *Samba-Canção*, o filme feito, foi exibido em circuitos alternativos e festivais, mas só veio a ser comprado por um canal de TV após um entreato de quase seis anos.

Premiado em Cannes e concorrente ao Oscar de Melhor Filme Estrangeiro, *Cinema, Aspirinas e Urubus* (2005), de Marcelo Gomes, foi rejeitado por exibidores cariocas em razão de seu nome estranho, ritmo lento e cor estranha – é o que relata a produtora Sara Silveira. Depois que o filme bombou nos festivais, os distribuidores voltaram atrás para exibi-lo em circuito comercial.

Selecionado para o Festival de Veneza e vencedor de competições na América Latina e no Brasil, *O Andarilho* (2006), de Cao Guimarães conseguiu seis dias de exibição, uma vez ao dia, no CineSesc em São Paulo, a duras penas. Os trabalhos anteriores de Guimarães, também festejados fora do Brasil, ainda são dívida para o público que vai ao cinema.

Estes últimos dois casos mostram a desigual relação entre

filmes autorais de reconhecida qualidade e premiados em festivais e os que encontram ampla repartição pelas salas nacionais, como os produzidos pela GloboFilmes. A disputa é extremamente desigual. *Avatar* ou qualquer outra grande produção de estúdios americanos não chega ao Brasil com menos de algumas centenas de salas reservadas para exibição e por alguns meses.

Diante da charada, os festivais se tornam peças fundamentais na engrenagem da distribuição do cinema independente. Foi assim com *O Cheiro do Ralo* (2006), sucesso de público e crítica em festival carioca no qual chamou a atenção de um exibidor. O diretor Heitor Dhalia diz que, sem o festival, o filme, feito de maneira totalmente independente, poderia passar despercebido. As 20 cópias exibidas no Brasil chegaram aonde Dhalia não havia imaginado: 150 mil espectadores.

Um conhecido nome do cinema nacional não escapuliu das dificuldades. Com Leandra Leal no elenco de seu *Nome Próprio*, Murilo Salles telefonou para os exibidores pedindo espaço para seu novo filme. Usou a internet, corrente de e-mails e apostou no corpo a corpo no circuito *cult*. O resultado foram mais de oito semanas em cartaz, a 12ª melhor renda do ano para quem não tinha recursos para o lançamento. (ACD)

O mundo na telinha

NA TECNOLOGIA DIGITAL, O POTENCIAL DE IR MUITO ALÉM EM INTERATIVIDADE, DEMOCRATIZAÇÃO E MULTIPLICIDADE DE VOZES

Baseada em concessões dadas pelo poder público e concentrada em grandes grupos, a TV no Brasil ainda engatinha quando o assunto é acesso à diversidade.

O coordenador do Núcleo de Conteúdo e Qualidade da TV Cultura, Gabriel Priolli, disse, durante um recente debate sobre o tema, que o Brasil precisa romper a verticalização da produção televisiva, mas que “o poder político das tevês privadas bloqueia todas as tentativas legislativas nesse sentido”.

Ou seja, as tevês abertas privadas produzem o próprio conteúdo audiovisual e definem como e quando vão exibi-lo, conformando um monopólio que completa 50 anos em 2010.

Segundo o sociólogo Sérgio Amadeu, mesmo o padrão tecnológico escolhido no País para a digitalização da TV foi pensado de forma a atrasar a convergência da TV com outros meios. “Tínhamos conhecimento técnico e pesquisa suficiente para criar o padrão brasileiro, mas optaram por um padrão nipo-brasileiro que bloqueia, em muito, a interatividade.”

Em dezembro de 2007, começaram as transmissões digitais na Grande São Paulo, que depois se estenderam para Rio de Janeiro, Belo Horizonte, Goiânia, Curitiba, Porto Alegre, Salvador, Campinas, Cuiabá, Florianópolis, Vitória, Uberlândia,

Santos, Brasília, Campo Grande, Fortaleza e Recife. A digitalização depende de cronograma elaborado pelo governo. E os telespectadores, de aparelho digital para receber as imagens e sons em alta definição.

Para os radiodifusores, a TV digital atende ao objetivo principal de alcançar a altíssima definição. Para os pesquisadores e ativistas da democratização das telecomunicações, a TV digital poderia ir além e explorar a interatividade. “Tal como os celulares viraram pequenos computadores nas nossas mãos, a TV digital também tem esse potencial”, afirma Amadeu. 

Além do consumo-cidadão

Sem **articulação**, o poder de influência do consumidor sobre a cidadania e a democracia é apenas ilusório



Mesmo tendo a crise financeira mundial de 2008/2009 causado um certo arrefecimento no entusiasmo neoliberal que dominou o cenário após o final da Guerra Fria, ainda vivemos um período marcado pelo descrédito geral nas instituições políticas e no próprio papel do Estado. Parte disso vem mesmo da ojeriza aos políticos profissionais e à tecnoburocracia, percebidos como cupins da máquina pública. Mas outra origem desse quadro é a percepção (realista) de que países e governos podem cada vez menos diante de fatores globais emergentes, como os capitais, os mercados e as corporações supranacionais. Sem falar nos fatores naturais – biológicos, climáticos e ecológicos.

Crescemos aprendendo que todo poder emana do povo, e em seu nome é exercido. Idealmente, isso seria traduzido, na prática, pelo equilíbrio entre o poder do Estado e o contrapoder dos cidadãos, os quais, de modo mais ou menos direto, designariam seus governantes.

Ao emergirem os poderes supranacionais – capazes de subordinar até mesmo os governos de países –, brota uma questão essencial: onde está o contrapoder a eles? Se o cidadão manda apenas no ente subordinado, quem será o contraponto ao poder supremo? Sendo parte da mesma lógica de mercado que criou tal situação, tem sido apontado como candidato natural o consumidor, agora elevado a consumidor-cidadão.

Tal raciocínio não apenas é lógico, como também muito atraente: afinal, nada mais *sexy* que se livrar do figurino antiquado de cidadão-eleitor e assumir a estampa charmosa de quem, todo dia, vota com a carteira, e ainda com a vantagem de agir sobre o Rei Mercado, e não perante um reles Estado decadente. Não é surpresa, então, que ganhem aceitação cada vez maior as propostas que unem consumo e cidadania. Mas as coisas não são assim tão simples: um olhar mais atento sobre esse novo personagem revela que, se existe, sem dúvida, um potencial para exercício de cidadania por meio das escolhas de consumo, existe também o risco de que a (con) fusão entre consumo e cidadania acabe de vez com as chances de um controle democrático sobre os poderes sociais máximos.

Há várias razões para isso, incluindo, por exemplo, os questionamentos sobre *iniquidade* (se o voto/cidadania se dá pelo consumo, quem mais pode consumir é mais cidadão?) e sobre *autonomia* (se a mídia/indústria cultural "faz a cabeça" do consumidor, que capacidade crítica terá ele como cidadão?). Temos também as questões dos *valores* (se, como quer a ciência econômica, o consumidor decide visando maximizar sua própria satisfação, qual seria o objetivo de seu "voto com a carteira"?) e a da *informação* (com base em que informações/discernimento o consumidor-cidadão

exerceria sua cidadania?). Além dessas questões que, sozinhas, já podem alimentar extensos debates, temos outra, destacada por sua natureza intrinsecamente política: o consumo-cidadão alimenta ou combate os riscos de *atomização* da sociedade?

Em termos simples, a atomização corresponde à total desarticulação entre os indivíduos que compõem a base social: é a situação em que cada pessoa pode até ter seus direitos e bens garantidos individualmente (por exemplo, por uma eficiente legislação e sistema judiciário), mas na qual, pela inexistência de interações e organizações visando o interesse comum (o "público"), perde-se totalmente a capacidade de ação política "de baixo para cima". Chega-se a uma sociedade que, mesmo próspera, ordeira e segura, está privada de sua capacidade crítica coletiva, ou seja, da possibilidade de contestar, confrontar e resistir ao poder. Torna-se um aglomerado de pseudocidadãos estéreis.

As propostas que enfatizam o impacto das "pequenas ações cotidianas de consumo" e a defesa dos direitos do consumidor (apropriáveis individualmente) têm seu lado positivo, na medida em que buscam, respectivamente, direcionar para o bem comum os impactos de ações individuais, e salvaguardar direitos legítimos. Mas, ao valorizar sobremaneira fatos que transcorrem nessa dimensão estritamente individual, correm o risco de promover como sinônimos de cidadania situações que, em última instância, podem levar à esterilização da mesma.

A saída, ao que tudo indica (e como já fazem algumas entidades), é **combinar, de forma permanente e inseparável, as referidas ações individuais com práticas que conduzam à valorização e ao fortalecimento das redes de cooperação e articulação social**. Só assim ajudaremos para que cada indivíduo se torne não apenas um praticante do consumo-cidadão, mas sim um verdadeiro *consumidor-cidadão democrático*. [1] az

TOME NOTA

1 Este artigo baseou-se na dissertação Consumo, Cidadania e a Construção da Democracia no Brasil Contemporâneo: observações e reflexões sobre a história do Idec, apresentada pelo autor na FGV-Eaesp, em fevereiro de 2010.

O Direito em questão. E em Praça Pública.

O novo site e a nova publicação *[em]*Revista estão no ar.
www.rubensnaves.com.br

Rubens Naves ■ Santos Jr ■ Hesketh

Escritórios Associados de Advocacia

PRA COMEÇO



COMO

FIM!

DE CONVERSA

Passados quase 20 anos do Código de Defesa do Consumidor, o cliente ainda espera de empresas – socialmente responsáveis – **que avancem na sua agenda mais básica**

POR Eduardo Shor # FOTOS Bruno Bernardi

Caro leitor”, o escritor Machado de Assis já se referia a você assim, sugerindo até que abandonasse a leitura, em caso de maiores bocejos. No entanto, com o desenvolvimento da comunicação e da publicidade, ninguém mais quis te dispensar. O rádio surgiu como um companheiro inseparável. Amigo ouvinte, você que acabou de acordar, você que está indo tirar um cochilo, você que está na hora do almoço. A TV jamais quis perder sua atenção, ainda que lhe empurrasse tempos de propaganda cada vez mais extensos, entre um bloco e outro da programação. Caro telespectador, não saia daí, porque a gente volta já.

O mercado evoluiu tanto que, se antes o vendedor batia à porta, hoje invade a nossa janela eletrônica sem pedir licença. E todo mundo quer chamar a atenção do freguês, palavra que já foi substituída, pelas altas cabeças do *marketing* moderno, por cliente. No consultório médico, ninguém é paciente, mesmo que aguarde duas horas por uma consulta. Na empresa, em vez de funcionário, o sujeito é cliente interno. Nas companhias aéreas, o termo passageiro deve ter pousado em alguma terra muito distante do Brasil.

Daqui a pouco, pai e mãe, dois dos principais *stakeholders*

da família, vão fazer carteira do clube de vantagens especiais para cliente-filho. Dá direito a escola, curso de inglês e clube no fim de semana. Com uma nota azul no boletim escolar, ainda ganha sorvete no sábado. O cadastro pode ser feito no próprio quarto dos pais, com apresentação da certidão de nascimento e uma foto 3x4. Depois do horário comercial, no intervalo da novela das 8.

É verdade, caro leitor. Você virou cliente, ou consumidor. Aguarde atrás da linha amarela, dê passagem a gestantes ou maiores de 65 anos, escreva o número do protocolo, se não der para anotar a placa. Parcela em três, quatro, cinco vezes. Doze com juros no cartão, jure. Porque fiado só amanhã. Dirija-se àquele caixa. Neste, até dez volumes. Eu podia estar roubando, eu podia estar levando, eu podia estar *mensalando*, mas sou o passatempo da sua leitura.

O primeiro entrevistado está na fila, sem necessidade de pegar senha. “É perigoso quando, na escola, o aluno passa a ser tratado como cliente, tendo sempre razão. A educação forma cidadãos. Cobra das pessoas comportamentos que exigem esforço do estudante e impõem limites. É grave quando jovens ou crianças não aceitam esses limites. E, pior, têm o apoio dos

Com a ascensão social de 30 milhões de pessoas, cresceram o consumo e os problemas a ele relacionados

pais ao reclamarem, injustamente, da conduta dos professores”, constata o psicólogo e psicanalista Fábio Thá, doutor em Estudos Linguísticos pela Universidade Federal do Paraná.

Quanto mais o mercado se mostra como grande regente das relações humanas, mais a sua lógica tem se estendido por áreas que, na origem, não têm a ver com ele. O problema é que ninguém encontra felicidade, carinho ou acolhimento na prateleira da loja de conveniências do posto de gasolina.

Há pessoas que não conseguem ficar tristes, são incapazes de viver o luto. Carregam consigo um modelo que tem a tristeza

como um simples produto, entre os sentimentos disponíveis sobre o balcão. Livrar-se disso passa a ser uma necessidade imediata. “Vão ao médico e não saem do consultório sem uma pilula. Esquecem que a vida não é um caminho de rosas. Sofrimento, decepções e fatos desagradáveis existem. Há limite até para a felicidade”, destaca Thá.

Do pastel alemão ao call center

Caro leitor, costuro parágrafos e vendo salgados ou doces pra fora. Aceito encomendas. Tenho bolinho de aipim, rissole

de camarão, empada de palmito, brigadeiro, maria-mole, que a vida é dura. Vai levar? Guaraná ou Coca? Laranja ou Limão? CPF na nota? Débito ou crédito? Maior ou menor? Pra agora ou pra viagem? Ingresso sobrando, eu compro. Quer que embrulhe pra presente? Na minha mão é 1 real. Açúcar ou adoçante? Está de bom gosto, negócio fechado: por mais apenas 50 centavos, não te ligo mais.

Quem liga é o operador da central de relacionamento da empresa. Alô, alô, Terezinha? Olha o bacalhau, olha o melhor plano, com a melhor tarifa entre todos os planetas do sistema solar. Olha a feira pelos cabos telefônicos mundo afora. Quem não se comunica se trumbica. De acordo com informações do site da Associação Brasileira de Telesserviços (ABT), o uso do telefone para fins comerciais remonta a 1880, quando um pasteleiro de Berlim, na Alemanha, usava a linha com objetivo de vender seu produto aos clientes cadastrados.

Em solo (ou fone) brasileiro, na década de 1950, funcionários das *Páginas Amarelas* ofereciam espaços publicitários nos catálogos telefônicos. No fim dos anos 1980, filiais de empresas estrangeiras, marcas de cartão de crédito e editoras aumentaram o uso da ferramenta. As operadoras de telefonia incentivaram a prática, com intenção de incrementar o ganho com as ligações.

Ainda segundo a ABT, a expansão e a privatização do setor de telecomunicações, o desenvolvimento da informática, questões culturais e a aprovação do Código de Defesa do Consumidor consolidaram as centrais de relacionamento [1].

TOME NOTA

1 Aprovado em setembro de 1990, pode ser acessado em www.planalto.gov.br/ccivil/leis/L8078.htm

Com o telefone ao pé do ouvido, a ideia é que o cliente possa ter à mão não somente o canal de vendas das companhias, mas ferramentas para esclarecer dúvidas, reclamar, elogiar e pedir alterações no serviço prestado. A chance de entrar em contato com as corporações aumentou depois da crescente popularização da internet em território nacional, o que exigiu grandes transformações dentro das próprias organizações.

O presidente da Associação Brasileira das Relações Empresa Cliente (Abrarec) e *publisher* da revista *Consumidor Moderno*, Roberto Meir, lembra que o Serviço de Atendimento ao Consumidor (SAC) da Nestlé, no Brasil, tem 50 anos, mas destaca ser uma exceção. A partir de 1991 é que o atendimento ao cliente, pelo telefone, começou a ganhar corpo no cenário empresarial do País.

Dados da ABT apontam que o setor emprega, hoje, 1 milhão de pessoas. Quase a metade delas é jovem, em sua primeira oportunidade de trabalho. A estimativa da associação é que a média

de crescimento do mercado, nos últimos cinco anos, seja mantida para 2010 – em torno de 10%, com faturamento aproximado de mais de 6,5 bilhões de reais.

Em que mundo estamos?

Prezado leitor, sua leitura é muito importante para nós. Para experiências no exterior, leia o parágrafo 2 deste tópico. Tecnologia nos SACs dos EUA, parágrafo 3. Uma informação sobre aspectos econômicos, parágrafo 5. Cartão de crédito, parágrafo 6. Reclamações no Procon, parágrafo 7. Defesa do consumidor, parágrafo 8. Para entrar em contato com um de nossos repórteres, escreva para leitor@pagina22.com.br.

Meir avalia que, no quesito relações de consumo, “o Brasil é Primeiro Mundo”. Ele conta que, certa vez, visitou os EUA e comprou um remédio que só descobriu estar com o prazo de validade vencido na hora de abrir a caixa do medicamento. O especialista defende que isso não ocorreria em uma farmácia brasileira, visto que a legislação obriga a impressão das datas de fabricação e validade nos produtos, como protetores solares, bebidas e alimentos.

Outra questão apontada pelo presidente da Abrarec é que muitas companhias americanas acreditaram que a tecnologia pudesse resolver todos os problemas dos clientes.

Segundo Meir, elas criaram longos menus em suas centrais de relacionamento, priorizando o contato com a voz gravada, em vez de tornar disponível um atendente. “Lá você fica uma hora falando com máquina. Aqui, a lei dos SACs obriga a empresa a oferecer a opção de falar com um ser humano, impede a transferência abusiva da ligação para outros setores e dá prazo de cinco dias para solução do problema”, diz.

Um artigo publicado no jornal *Valor Econômico*, em fevereiro, de autoria do professor Yoshiaki Nakano, da Fundação Getúlio Vargas (FGV), aponta que, no Brasil, entre 2004 e 2009, “mais de 30 milhões de pessoas tiveram ascensão social”. Isso contribui para o aumento do consumo e, consequentemente, de problemas relacionados a produtos e serviços.

Indivíduos que não usavam cartão de crédito, por exemplo, adquirem um e precisam se adaptar ao seu uso. As empresas, por sua vez, necessitam atender a exigências maiores, treinando funcionários, incrementando pontos de atendimento e investindo em infraestrutura.

Na opinião de Meir, é natural que organizações com milhões de clientes, como as de telefonia, contabilizem mais reclamações. Em 2009, foram registradas 15.337 demandas não solucionadas contra a Telefônica, no Procon-SP, que viraram processos no órgão de defesa do consumidor. O natural também é caro. Pelo quarto ano consecutivo, a companhia lidera o *ranking* de reclamações, e pode ter de pagar multas que ultrapassam R\$ 25 milhões.

Em nota, a Telefônica informa que o número de clientes da empresa que buscaram atendimento no Procon-SP “caiu 78,6% na comparação entre os números de dezembro de 2009 e os de abril do mesmo ano, quando houve o pico de reclamações con-

Se as empresas tanto perseguem a responsabilidade social, não deveriam excluir o consumidor dos beneficiários

tra a companhia”. E acrescenta “A empresa continua empenhada em melhorar ainda mais suas relações com os consumidores.”

Carlos Thadeu de Oliveira, gerente de informação do Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor (Idec), acredita que, no caso de algumas companhias telefônicas, houve expansão maior de capacidade comercial e publicitária do que, propriamente, do sistema. E isso levaria às falhas. Além desse fator, a comunicação de detalhes importantes, por meio de letras pequenas dos anúncios, e as informações pouco claras da propaganda deixariam o consumidor frustrado, esperando por algo que não terá.

Oliveira crê também que deveria haver mudanças e maiores investimentos nas agências reguladoras, como a Anatel, na área de telefonia, ou ANS, de saúde. “Aumentar a fiscalização sobre as prestadoras de serviço e agilizar processos é importante. Às vezes, elas levam entre seis meses e um ano para definir questões básicas. As agências precisam ser fortes, com objetivo de enfrentar interesses”, sugere.

Maria Inês Dolci, coordenadora institucional da Associação Brasileira de Defesa do Consumidor (Pro Teste), chama atenção para a dificuldade de punição das falhas. “A lei oferece às empresas a possibilidade de recorrer diversas vezes, o que atrasa o pagamento das multas e permite a repetição dos erros, sem motivar o aperfeiçoamento de serviços e produtos”, afirma.

O Idec e a Pro Teste realizam pesquisas, estudos e testes para melhor orientar o consumidor. No começo de 2009, o Idec abriu conta em dez bancos, para examinar o relacionamento das instituições com o correntista, os canais de comunicação, as tarifas cobradas, entre outros tópicos. A Pro Teste observa marcas de diversos setores e recomenda aos associados os itens que mais atendem à legislação e se destacam na relação custo vs. benefício, elaborando *rankings*.

Se as empresas tanto perseguem a excelência em responsabilidade social – por, teoricamente, estarem preocupadas com o bem-estar do ser humano e do planeta –, as corporações não deveriam excluir da lista de “beneficiados” por essa responsabilidade o consumidor, que até onde se sabe também é ser humano, com direito a bem-estar na vida e respeito em suas trocas comerciais.

Maria Inês observa que existem fabricantes, ainda, que esperam o aumento do número de reclamações ou o surgimento de casos de maior repercussão para começar uma campanha de **recall**. “O recall deveria ser feito assim que o defeito fosse percebido na organização, sem esperar o estímulo externo”, destaca.

Na área de alimentos, ela prossegue, “há itens que não deveriam ser oferecidos às crianças na publicidade”, por seu alto teor de açúcar e gordura. “Mas isso acaba passando batido.”

Batizado pelo Código

Em junho de 2006, o advogado carioca Maurício Balaciano, então com 24 anos e formado havia seis meses, viajou com um grupo de amigos para passar férias em Israel. Na volta, o voo que faria escala em Madri atrasou. E o grupo perdeu o horário do avião que completaria o trajeto seguinte, entre a capital espanhola e o Rio de Janeiro.

Balaciano e os amigos ficaram nove horas no aeroporto, em busca de informações sobre o que deveriam fazer, bem como se embarcariam para casa naquela data. Não foi possível. Assim, o grupo passou a noite em um hotel e retornou ao aeroporto no dia seguinte. Acabou aterrissando no Rio com 24 horas de atraso.

O jovem tinha recebido a carteira da Ordem dos Advogados do Brasil (OAB) alguns dias antes de viajar. O documento lhe deu a possibilidade de exercer a profissão de maneira independente, diferente de quando era estagiário, podendo assinar petições e entrar com processos na Justiça. Foi o que fez, pela primeira vez. Por si próprio e por dez companheiros de passeio. Todos ganharam indenização relacionada a danos morais, pelo “abalo psicológico e íntimo”, além da “situação desgastante e desrespeitosa causada”.

Hoje, o advogado cuida de cerca de 40 ações contra empresas aéreas, já tendo finalizado, aproximadamente, 30. Mas não faltam processos também contra operadoras de telefonia e empresas de cartão de crédito.

Maria Rita Borba não é advogada, mas, graças a problemas no relacionamento com algumas empresas, passou a entender um pouco mais sobre seus direitos. Quando voltou de viagem à França, teve problemas no transporte que a companhia aérea

fez de sua bicicleta, a qual teria sido danificada durante o voo. Geógrafa, ela entrou com uma ação no juizado de pequenas causas, depois de não ter obtido resposta em suas reclamações por telefone ou correio eletrônico.

O processo levou um ano e meio até a tentativa de acordo. Como não houve maneira de conciliar, no total, foram quase três anos, até que recebesse a indenização.

A ideia dos juzizados seria a de reduzir ainda mais o tempo dos processos. No entanto, no estado de São Paulo, há pouco mais de 300 unidades para uma população de 42 milhões de pessoas. A estatística é apontada por José Geraldo Filomeno, um dos autores do anteprojeto do Código de Defesa do Consumidor. No *site* da PÁGINA22, ele fala sobre as novidades que o Código trouxe ao relacionamento entre empresas e clientes no País.

Caro leitor, obrigado pela sua leitura e volte sempre. 

 Conheça algumas das novidades que o Código de Defesa do Consumidor trouxe, na versão digital desta reportagem, em www.fgv.br/ces/pagina22.

Decifra-me ou te devoro

Nas prateleiras do mundo moderno, a informação pode atrapalhar mais que ajudar. **Melhor é confiar nos instintos**

Você está no supermercado e quer comprar sorvete. Ao chegar na prateleira, pega seu iPhone, direciona para o código de barras do pote escolhido e imediatamente recebe informações detalhadas sobre aquele Menta Choc Chip: valor nutricional, produtos químicos na fórmula, corantes artificiais, além do desempenho da empresa em relação à energia, resíduos, poluição, bem como questões trabalhistas. Parece futuro? Pois é presente. O site GoodGuide (www.goodguide.com) disponibiliza relatórios de mais de 70 mil produtos para ajudar o consumidor a escolher melhor.

A iniciativa é do professor Dara O'Rourke, da Universidade da Califórnia, em Berkeley, que um dia decidiu investigar o que continha no filtro solar que pretendia passar no rosto da filha. Descobriu duas substâncias tóxicas. A partir daí, passou a investigar produtos e a atribuir notas por seu desempenho nas áreas de saúde, ambiental e social. A ideia é ajudar o consumidor a ser menos refém das letrinhas miúdas e impronunciáveis que compõem a lista de ingredientes dos produtos, na busca de compras que garantam melhor saúde para nós e para o planeta.

Mas no mundo de hoje, tão cheio de escolhas, e cada vez mais difíceis, será mesmo informação o que nos falta? Ou a informação nos torna ainda mais reféns na sociedade de consumo?

"Manhê, acabou a proteína!"

Tomemos o caso dos produtos alimentícios. Quando eu era pequena, adorava tomar Yakult e imaginar que estava ingerindo uma trupe de lactobacilos vivos. Sentia-me o próprio Yuri Gagarin, consumindo algo com "nome científico". Hoje, somos todos astronautas. Um dia comprei um ovo com data de validade na casca e enriquecido com três vitaminas. Outro dia escutei de um amigo: "Hoje, preciso comer na rua, não tem proteína em casa".

Eu fico desolada. Quando foi que comida

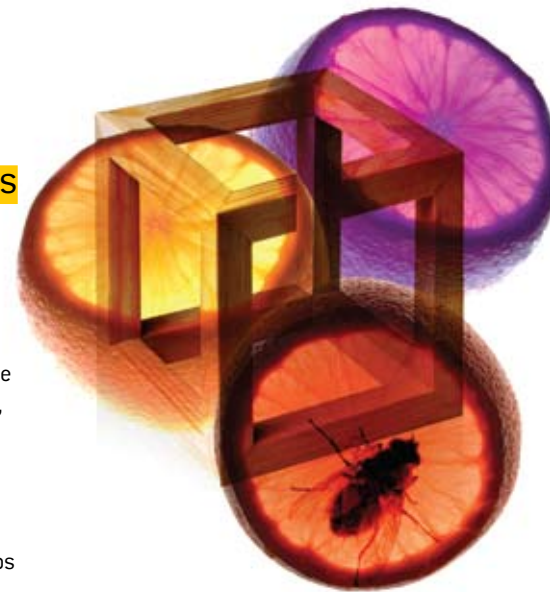
virou coisa? Quando foi que brócolis, ovo e bacon viraram fibra, colesterol e gordura saturada? Macarrão e bife não existem mais. Agora é carboidrato e proteína. Peixe é ômega 3. Arrancaram da gente a comida e nos devolveram nutrientes, antioxidantes, vitaminas. O problema é que, ao fazer isso, deslocaram a capacidade de escolha da gente para os especialistas. E, assim, sucumbimos a eles...

O escritor Michael Pollan, autor de vários livros sobre alimentação, compartilha da minha desolação [1]. E alerta para os perigos dessa simplificação. As pessoas não comem nutrientes. Comem comida. A ciência reducionista aplicada pelos nutricionistas modernos desconsidera, de um lado, a complexidade da comida e, do outro, a complexidade do ser humano que a come. O betacaroteno da cenoura foi identificado como poderoso para evitar o câncer. O que os cientistas fizeram? Desenvolveram suplementos de betacaroteno que, isolados, eram ou inertes ou mesmo aumentavam o risco de câncer! Nós simplesmente não sabemos absolutamente nada sobre as cenouras, nada sobre as interações dentro da cenoura, e dela com o nosso corpo.

TOME NOTA
1 Pollan é também ativista e professor de jornalismo na Universidade da Califórnia. Em Defesa da Comida – Um manifesto e O Dilema do Onívoro, publicados pela editora Intrínseca, são alguns de seus livros. Mais em www.michaelpollan.com.

Para Pollan, a comida não é uma coisa, é uma relação. Se você tomar café preto com seu bife, seu corpo não vai absorver direito o ferro da carne. Dependendo de minha herança evolucionária, sou mais ou menos apto a digerir lactose. A ecologia intransferível do meu intestino define o quanto vou conseguir transformar calorias ingeridas em energia. A relação homem-comida não pode ser considerada uma relação de combustível-veículo.

Nessa confusão de informações e escolhas, Pollan sugere que o melhor a fazer é



depende de nós mesmos. De nossa cultura, da sabedoria de nossa "tribo", de nossas mães, avós e amigos. Sempre soubemos quando um ovo está podre, quando um iogurte talhou, quando uma verdura está fresca.

O que fazer? Coma comida, aconselha Pollan. **Não coma nada que sua tataravó não reconheceria como "comida"**. Hoje existe uma série de substâncias comestíveis no supermercado, com cara de comida. Em geral, elas vêm com avisos insistentes de que fazem bem à saúde. Fuja delas. Uma declaração acintosa de "saudável" é forte indício de que aquele produto não é comida. Evite produtos que contêm muitos ingredientes que você não consegue pronunciar: é, no mínimo, sinal que aquilo foi muito processado. Coma plantas, especialmente folhas. Coma mais do jeito dos franceses – eles têm uma dieta rica em gordura e álcool, mas são saudáveis por conta de seus hábitos: porções pequenas, sem "lanches", e refeições sempre coletivas – quando a gente conversa mais, come menos.

Ferramentas como o GoodGuide podem ajudar nas escolhas, mas em última instância, siga seus instintos. Deixe sua cultura e sua história serem seus guias, não a ciência. Eu acrescentaria: quando der vontade de comer *bacon*, desligue seu iPhone e vá fundo. Os cientistas têm feito a gente acreditar que comemos apenas para manter nosso corpo eficientemente saudável e em funcionamento. Mas a gente também come porque é bom. Muito bom. [2]

Voltando ao planejamento

A interação entre o Estado proativo, os empresários, os trabalhadores e a sociedade civil fica mais fácil por termos saído **da era do ábaco para a dos computadores**

O filósofo francês Jean-Paul Sartre costumava dizer que o homem é um projeto. Se assim for, as sociedades humanas deveriam ter a mesma ambição.

A palavra "projeto" remete à antecipação e, em boa parte, ao voluntarismo. Não se trata unicamente de prever o futuro e, sim, de mudar o seu rumo em consequência de um conjunto de valores e de necessidades. Porém, precisamos de um voluntarismo responsável que se esforça por formular propostas viáveis, sem cair na ilusão de que é possível medir as forças pelas intenções generosas, como sugeria o poeta romântico polonês, Adam Mickiewicz.

Em outras palavras, para ganhar a guerra contra a pobreza e o atraso, devemos voltar ao planejamento, um conceito oriundo na economia de guerra, indispensável à ecossocioeconomia de desenvolvimento.

Quando Friedrich August von Hayek, Prêmio Nobel de Economia em 1974, publicou em 1944 em Londres o seu libelo contra o planejamento – *O Caminho da Servidão* –, todo o mundo ao redor dele estava planejando. Ele era o dissidente. O planejamento caiu em descrédito com a queda do Muro de Berlim, a implosão da União Soviética e a contrarreforma neoliberal baseada no mito dos mercados que se autorregulam.

Seria ingênuo pensar que esse mito desapareceu com a recente crise, mas, que ele está mal das pernas, está. Chegou, portanto, o momento de reabilitar e atualizar o planejamento. Até o meu xará Jeffrey Sachs (nenhum parentesco) – diretor do Earth Institute, da Columbia University, em New York, e conselheiro do secretário-geral das Nações Unidas –, pronuncia-se em favor de um planejamento flexível a longo prazo, voltado para o enfrentamento dos três desafios simultâneos da segurança energética, segurança alimentar e redução da pobreza,

buscando uma cooperação tripartite entre os setores público, privado e a sociedade civil [1].

TOME NOTA
1 Em "Rethinking Macroeconomics", artigo publicado na edição 18 da revista The Broker (fev. 2010), págs. 14 a 16. Download disponível em www.thebrokeronline.eu

Sejamos claros. Não vamos voltar aos primórdios do planejamento implantado na União Soviética a partir dos anos 1920 a serviço de um regime autoritário, propenso a um voluntarismo descabelado e disposto do ábaco como único instrumento à mão.

O *aggiornamento* do planejamento neste princípio do século XXI deve começar por fazer um balanço crítico de todas suas experiências além da evolução na União Soviética e acessoriamente na China maoista, que passou pelo desastre do grande salto para a frente, belo exemplo de voluntarismo irresponsável:

- os notáveis avanços conceituais ocorridos nos anos 1960 na Europa Oriental, liderados por quatro eminentes economistas – Michael Kalecki, Oskar Lange e Czeslaw Bobrowski, na Polônia, e János Kornai, na Hungria;
- o breve episódio do socialismo com rosto humano na então Tchecoslováquia nos anos 1967 e 1968;
- fora do antigo bloco soviético, o planejamento da França e da Índia, sem esquecer a Aliança para o Progresso na América Latina;
- por fim, os avanços do planejamento no âmbito das empresas, inclusive nos Estados Unidos, no qual se destacaram centros como o Bush Center da Wharton School of Commerce, da Universidade da Pennsylvania.

Deve-se a Kalecki a mais breve definição do planejamento: "Pensar por variantes". Seria ilusório tentar definir um ótimo num universo pluridimensional. Por isso, havemos de nos dar por satisfeitos

ao propor soluções razoáveis no plano de eficiência econômica, de impactos sociais e de impactos ambientais, superiores às que seriam alcançadas pelo livre jogo das forças de mercado.

O planejamento democrático dessas soluções triplamente ganhadoras em economias mistas público-privadas, com um forte setor de economia de mercado, implica um diálogo intenso e uma pactuação entre os quatro grupos protagonistas do desenvolvimento: o Estado proativo, os empresários, os trabalhadores e a sociedade civil organizada. Para tanto, convém prever vários níveis territoriais de planejamento, desde o nacional até o local, com um processo iterativo de cima para baixo e de baixo para cima. No nível técnico, essa tarefa se torna hoje mais fácil por termos saído da era do ábaco para a dos computadores.

O fenomenal crescimento da economia mundial no decorrer dos dois últimos séculos, baseado no uso das energias fósseis, provocou um aquecimento global de consequências deletérias e em parte irreversíveis. Seria, no entanto, um erro considerar que o clima é a bola da vez e as urgências sociais podem esperar. Em 2007 existiam no Brasil 10,7 milhões de indigentes e 46,3 milhões de pobres. E, enquanto os latifúndios de mais mil hectares – 3% do total das propriedades rurais do Brasil – ocupam 57% das terras agriculturáveis, 4,8 milhões de famílias sem-terra estão à espera do chão para plantar [2].

TOME NOTA
2 Mais em "Economia centrada na vida", de Frei Betto, em Mercado Ético. Acesse em: mercadoetico.terra.com.br/arquivo/economia-centrada-na-vida

O planejamento digno deste nome deve enfrentar simultaneamente os desafios ambientais e sociais. [2]



Adeus árvores

24 anos embelezando, arfando, comendo sombra, flor, oxigenando o ambiente, flocos de neve, à sua Agostinho Azevedo. Foi um tempo de uma rua, dado a um porte, com Capote Grandora. Durante a permanência das 12 árvores na rua, havia de tudo, quanto aos moradores: a maioria era amiga, alguns poucos, cabia, chegando mesmo uma criança na rua fundando, por mais provocada junto a suas raízes; alguns diziam que elas se lixavam a rua, entopiam as calçadas, tiravam a visibilidade do horizonte e por aí vai. Difícil atender a todos. Cada delas ficou manuseada por duas dúzias de anos, e mantiveram alegre, colorida o chão de amarelo pelas flores, mas sombra era apreciada e os carros paravam na sombra das árvores. O tempo foi passando, elas foram crescendo, desganhando, ficando num grande porte. Depois de análises e ponderações, chegou-se à conclusão fatal: cortar, derrubar [...]"

[...] "Numa manhã ensolarada do dia 22 de fevereiro de 2010, às 7h, chegaram os profissionais para o abate. As serras penetrando nos troncos, galhos caindo e, de repente, tudo no chão. Foi um momento doloroso, principalmente para quem as plantou; parecia que a seiva chorava e os meus olhos lacrimejavam [...]"

[...] "Resta agora fazer a revitalização da rua, substituí-las por outras de menor porte. Desconfio se verei as novas adultas, floridas, embelezando o ambiente, esperar mais 20 anos, será? Fica a lembrança, a saudade das 12 sibipirunas que foram as donas da minha rua por 24 anos, na esperança de as substitutas trazerem a beleza, o perfume e o oxigênio para nossos filhos e netos".

Adeus, árvores

"[...] Foi um tempo de alegria, coloriam o chão de amarelo das flores, a sombra era apreciada e o vento fresco constante na rua. O tempo foi passando, elas foram crescendo, desganhando, ficando num grande porte. Depois de análises e ponderações, chegou-se à conclusão fatal: cortar, derrubar [...]"

[...] "Numa manhã ensolarada do dia 22 de fevereiro de 2010, às 7h, chegaram os profissionais para o abate. As serras penetrando nos troncos, galhos caindo e, de repente, tudo no chão. Foi um momento doloroso, principalmente para quem as plantou; parecia que a seiva chorava e os meus olhos lacrimejavam [...]"

[...] "Resta agora fazer a revitalização da rua, substituí-las por outras de menor porte. Desconfio se verei as novas adultas, floridas, embelezando o ambiente, esperar mais 20 anos, será? Fica a lembrança, a saudade das 12 sibipirunas que foram as donas da minha rua por 24 anos, na esperança de as substitutas trazerem a beleza, o perfume e o oxigênio para nossos filhos e netos".

Trechos da carta-crônica manuscrita pelo professor Antônio Braga, 68 anos, em memória às 12 árvores que plantou na rua onde mora, em São João Del Rei (MG). Que foram cortadas, pois "cresceram demais".



26 a 28 de maio de 2010

The Amsterdam Global Conference on Sustainability and Transparency

Repense. Refaça. Relate.

www.amsterdamGRIconference.org

Com a linha Ekos, a Natura inaugurou um modelo de fazer negócios baseado numa pergunta simples: por quê?



Observando a natureza e a maneira como tudo nela se relaciona, a Natura aprendeu que para tudo existe um porquê. Isso nos motivou a lançar, em 2000, a linha Natura Ekos. Com ela, apresentamos ao consumidor o porquê de desenvolver produtos mantendo a floresta em pé e produtiva. O porquê de pesquisar os ativos da floresta preservando a tradição das comunidades que lá vivem.



O porquê de ter responsabilidade socio-ambiental. Nesses 10 anos, 1.714 famílias de 20 comunidades foram beneficiadas, colaborando para a preservação da floresta. Esses são os nossos porquês. E essa é a nossa maneira de valorizar as riquezas da nossa terra e da nossa gente. E de contribuir para a conservação dos patrimônios natural e cultural brasileiros.