

VOZES QUE PENSAM O amanhã

Convidamos especialistas de diversas áreas para tentar desenhar como será o futuro, ainda tão incerto por conta da pandemia. Em grandes entrevistas, eles compartilham suas percepções sobre as tendências e transformações nas áreas de saúde global, jornalismo, meio ambiente, sociedade brasileira, trabalho, luxo e moda. Sente-se à mesa e faça parte da conversa.

por
Maria Isabel Miquetto



ALANNA SHAIKH

Futuro da saúde

Especialista e consultora internacional em saúde global, mestre em saúde pública, autora do livro "What's Killing Us: A Practical Guide to Understanding Our Biggest Global Health Problems", sócia do projeto Tomorrow Global

Por que num mundo tão evoluído e com tanta tecnologia não estamos preparados para enfrentar uma doença viral? Não é apenas porque é viral, mas não acho que estamos necessariamente preparados para qualquer grande doença contagiosa como essa. Nós não gostamos de pensar sobre de onde vem, especialmente sobre os atos. A combinação de uma pandemia ser algo que não acontece muito frequentemente e, ainda assim, ser potencialmente muito severa, é difícil pensar em termos de séries de diferentes atos do efeitos em cadeia.

No seu TEDTalk você fala que o coronavírus é o nosso futuro. Por que? Porque a razão pela qual nós estamos vivendo este surto agora é por causa da maneira como as pessoas lidam com o planeta, com a terra, com a vida selvagem. Nós não estamos mudando nosso comportamento, nós continuamos fazendo a mesma coisa, como alguém que entrou em contato com um animal selvagem na China, a doença passou para as pessoas e começou a tomar grandes proporções [caso da Covid-19]. Humanos estão entrando em contato com animais selvagens cada vez mais. Isso poderia ter surgido em uma floresta tropical, na Amazônia, em uma floresta que está sendo cortada no sul da Ásia... Enquanto continuarmos esse comportamento [de interagir com a vida selvagem], teremos mais e mais doenças aparecendo.

O que essa pandemia mostrou ao mundo quanto à saúde global? Dois fatos. Antes de tudo, a importância de uma boa preparação de

saúde global, com funções clássicas de uma boa saúde global e pública, como epidemiologia, vigilância, entre outras. Também mostrou o quão fracos são nossos sistemas [de saúde] e o quanto nós somos dependentes.

O que precisamos mudar e aprimorar em nossos sistemas de saúde? Dois pontos principais sempre voltam à tona: acesso e qualidade. Nós precisamos ter um sistema de saúde que as pessoas se sintam confortável para usar, precisa ser gratuito ou acessível e precisa fazer um bom trabalho com as pessoas que vão até lá. Os sistemas [de saúde] que precisamos trabalhar em todos os lugares do mundo são os que sejam acessível e de qualidade. O problema mais comum, na maior parte das vezes, é de acesso. Nos locais em que os tratamentos de saúde são muito caros, as pessoas não têm acesso. Se elas não usam porque não acham que é bom, aí temos uma questão de qualidade.

O que precisamos repensar para evitar a próxima pandemia? Existem várias coisas. Uma delas é que precisamos respeitar nossa vida selvagem e nossos espaços selvagens. Precisamos parar tendências como o aumento no número de interações entre humanos e animais selvagens. Outra coisa é que precisamos ter um preparo melhor e mais vigilância sobre quando e onde começam esses surtos, precisamos ser as localizações, para que possamos pará-lo antes que chegue a este ponto.

No Tomorrow Global, você fala sobre fazer as perguntas certas. Quais são as perguntas certas para o futuro pós-pandemia? Nosso futuro será [----] pela experiência dessa pandemia.

Não podemos mais voltar ao que era antes e, agora, precisamos fazer escolhas sobre como queremos que o futuro seja. "Como queremos que seja esse futuro?", essa é a grande questão.

O que a Covid-19 nos ensinou? Temos muitos tópicos interessantes sobre saúde global que poderíamos abordar. Uma delas é que a Covid-19 nos mostrou o lado aterrorizante do controle de vírus. O que nós precisamos pensar é sobre as infecções bacterianas e o fato de que os antibióticos, que antes eram recitados, serão cada vez menos eficazes contra essas infecções. E, por isso, as infecções bacterianas que antes costumavam ser bastante inofensivas voltarão a ser perigosas – e não teremos antibióticos.

Qual a melhor maneira de lidar com doenças como essa? Precisamos começar a testar as pessoas muito rapidamente. Você precisa testar as pessoas que têm sintomas, precisa testar todas as pessoas que estiveram em contato com ela. Assim pode parar a contaminação. Precisa oferecer cuidados médicos que as pessoas sintam que vale a pena e precisa restringir a movimentação das pessoas, precisa fazer elas pararem de circular [pela cidade].

"Coronavírus é o nosso futuro"



Assista o TEDTalk "Coronavírus é o nosso futuro", de Alanna Shaikh:



FERNANDA SANTOS

Futuro do jornalismo

Jornalista brasileira, ex-editora do jornal The New York Times, professora da Arizona State University e autora do livro "The Fire Line: The Story of the Granite Mountain Hotshots"

Qual o papel do jornalismo hoje, em meio à crise? Hoje o jornalismo é mais importante do que nunca. Passamos por um desafio muito grande, que é a questão das *fake news*, que desmoralizam, minimizam o valor do trabalho do jornalista e põem dúvidas nas notícias. Isso é um grande problema porque, hoje em dia, o que a gente precisa, para enfrentar essa pandemia, é de informação – para saber como se comportar, onde ir, onde não ir, como ir nesses lugares. Então, se você não tem uma população que, de modo geral, acredita no jornalista como uma fonte confiável de notícias, a pergunta se torna: onde as pessoas vão obter informações que precisam para enfrentar, de maneira segura, o que estamos passando? Não existe outra profissão ou profissional que possa preencher esse vácuo que não seja o jornalismo. É por meio do jornalista que a gente ouve os comunicados do Ministério da Saúde, que podemos ler uma matéria que combina a opinião de diferentes profissionais de saúde sobre a situação atual.

Temos visto ataques a jornalistas aqui no Brasil. Recentemente, um jornalista do jornal Estadão foi atacado enquanto estava cobrindo uma manifestação em Brasília. Como você lê esse cenário? O que está acontecendo no Brasil é o que acontece aqui [nos Estados Unidos]. Esse fenômeno não é novo. No Brasil, se exacerbou com a campanha, e depois a eleição, de Jair Bolsonaro, e aqui nos Estados Unidos, se exacerbou com a campanha e a eleição do presidente

Donald Trump. Era uma situação que já existia, e que agora ficou ainda mais complicada, porque estamos vivendo uma crise na saúde pública mundial e esses protestos transformaram [a pandemia] numa questão política. Saúde não tem partido político. O coronavírus não escolhe a pessoa de acordo com partido político que ela apoia, com a religião que ela segue, o time de futebol que ela torce. Então, quando você mistura esses dois assuntos, fica muito perigoso. Quando você faz do jornalista o seu alvo, considerando o jornalista como a pessoa que traz a notícia ruim, que está mudando o caráter da notícia por ter uma agenda, por ter um motivo diferente do que informar, você cria uma situação de muito perigo. As pessoas, então, vão confiar em quem? Vão aprender com quem?

Até porque o jornalista tem esse compromisso com a verdade, né? Exatamente. O fundamento do jornalismo está na verdade. A verdade, muitas vezes, tem diferentes interpretações. É normal você sair e falar com uma pessoa que encara essa verdade de uma maneira e outra que encara diferente. Oferecer essas diferentes perspectivas é parte do jornalismo. Mas, no final das contas, toda matéria é feita a partir da perspectiva da verdade. Vamos reportar os fatos e como os fatos estão impactando a vida das pessoas. Não tem como deturpar. O jornalista sério, que não é um propagandista, não vai se deixar influenciar por forças políticas. É por isso que os ataques acontecem. É porque as forças políticas não gostam do que o jornalista está reportando, mas não gostar da verdade não significa que

a gente tem que esconder a verdade das pessoas.

Em maio, Jair Bolsonaro mandou um jornalista calar a boca em coletiva de imprensa e, em outras ocasiões, proferiu xingamentos ao jornal Folha de S. Paulo, o que gerou indignação por parte da imprensa. Por que um presidente age assim? É uma estratégia política que foi usada não só pelo Bolsonaro como também pelo Trump aqui, e outros líderes mais autoritários em outras partes do mundo. Se você retrata a imprensa como seu inimigo e como aquele que traz notícias falsas e tendenciosas para as pessoas, e faz um segmento grande o suficiente da população acreditar nessa descrição da imprensa, você, automaticamente, tem a capacidade de exercer um controle maior nesse segmento. Ou seja, se você está falando mal da Folha de S. Paulo, e os seus eleitores e as pessoas que estão aí te apoiando, acreditam em tudo o que você fala como presidente, então a partir daquele momento eles não só não vão acreditar na Folha de S. Paulo, como vão começar a falar mal da Folha também. O que obviamente enfraquece o jornal porque, quanto mais pessoas falam mal e menos pessoas o assinam, por exemplo, mais difícil fica para o jornal sobreviver.

No final das contas, é uma batalha pela sobrevivência do jornalismo sério, de qualidade, que sempre foi feito aí no Brasil por jornais como a Folha de S. Paulo. É uma estratégia puramente política. A melhor maneira de controlar o seu eleitorado é se tornar a única fonte confiável de notícias para esse eleitorado. Mas como você pode confiar num presidente que fala para as pessoas

saírem na rua e irem trabalhar, que faz eventos onde ninguém usa máscaras, e ele mesmo está apertando a mão das pessoas, enquanto no Brasil o número de caso de coronavírus tem crescido exponencialmente?

O interessante é que tanto os Estados Unidos quanto o Brasil são dois países que têm presidentes com uma postura muito parecida em relação à imprensa e à abertura da economia. É uma loteria e nessa loteria estão jogando com a vida das pessoas. É um jogo muito perigoso.

Vemos nesse cenário, também, a descença da ciência e de suas indicações de isolamento social. Isso vem exatamente do que eu estava falando. Se o controle da informação está nas mãos de uma pessoa que tem interesse em caracterizar o que está acontecendo de uma maneira que seja vantajosa para ela, então fica muito difícil de as pessoas saberem o que é verdade e o que não é. Se o cientista fala uma coisa que não é favorável, como os dois ministros da saúde no Brasil fizeram – um foi demitido e outro pediu demissão. Por que? Porque eles falaram coisas que foram contra ao que o presidente tinha falado. Por essa razão, o presidente eliminou essa pessoa e vai botar outra, e outra, até que apareça um que diga exatamente o que ele quer dizer. Não é assim que a ciência funciona, nem a verdade. Muito menos a democracia. Esse é um grande perigo, porque, no fundo, uma imprensa forte é o grande sinal de uma democracia bem estabelecida. Em momentos como esse, no qual a ameaça a credibilidade da imprensa e sua viabilidade econômica é tão grande, a grande preocupação é que o enfraquecimento da democracia seja tal que possamos sofrer consequências muito grandes. No Brasil, a democracia é muito recente. Uma democracia que não tem nem 40 anos ainda e já está sendo colocada à prova de volta. É um país que tem como vice-presidente um general. Então, que tipo de mensagem que isso passa para as pessoas?

Como podemos fortalecer o jornalismo nesse momento? Pri-

meiro de tudo, continuar fazendo um jornalismo sério, de qualidade. Seguir em frente. A ameaça das *fake news* existe porque cada vez mais pessoas consomem as notícias pelas mídias sociais. Então o jornalismo sério e os meios de comunicação têm que estar presentes nas mídias sociais. Tem que, cada vez mais, estar participando dessa conversa nesse universo paralelo, para que possa, de certa forma, dar o contra-golpe nas *fake news*. Hoje em dia, temos um problema muito sério, tanto aí no Brasil quanto aqui nos Estados Unidos, que as pessoas têm uma capacidade muito pequena de reter a atenção em uma coisa. Essa geração do iPhone cresceu com a resposta imediata na ponta dos dedos. Com isso, o que acontece é que as pessoas estão perdendo, também, a capacidade de análise. Durante as eleições, nós vimos muito no Brasil, como aqui também, na época das eleições do Trump, uma quantidade enorme de *fake news*, que influenciaram a escolha de várias pessoas. Hoje, com a pandemia, temos que ficar um pouco mais suspeitos do que a gente vê. Não acreditar de cara, não ler a manchete e repassar, vamos parar e nos perguntar: "de onde veio? É possível? É plausível o que essa matéria está falando?". Da mesma maneira que o Google responde rapidinho a pergunta de "qual restaurante está aberto mais perto da minha casa?", o Google também pode responder "é verdade esse rumor?".

Você fez uma parte da sua carreira aí nos Estados Unidos, onde mora até hoje. Quais as diferenças entre a imprensa brasileira e a norte-americana? A grande diferença é que, no Brasil, os órgãos de imprensa dependem muito do governo para se sustentar. Em época de campanha, por exemplo, os jornais e canais de televisão ganhavam muito dinheiro. Só que o Bolsonaro introduziu uma maneira de fazer campanha totalmente diferente, esse universo paralelo por meio de mídias sociais. Por essa razão, a imprensa se deu conta de que essa ideia de ganhar muito dinheiro durante

"Uma imprensa forte é o grande sinal de uma democracia bem estabelecida"

as eleições, que talvez sustentassem as operações por algum tempo, já não ia ser algo com que pudessem contar.

Aqui, nos Estados Unidos, a dependência da mídia nos órgãos públicos é muito menor. Cada vez mais existe um mercado crescente de organizações jornalísticas e meios de comunicação sem fins lucrativos, que estão sobrevivendo, basicamente, de assinaturas de pessoas que acreditam na missão deles e de dinheiro que recebem de fundações que trabalham em fortalecer a democracia. Ou até de organizações que trabalham para educar a população de seus direitos em relação à educação pública, por exemplo. Tem um crescimento muito grande e uma fragmentação do mercado através desses meios de comunicação que exploram nichos. Existe um website, O The Marshall Project, por exemplo, que é sobre lei e justiça. Eles tem uma equipe mais enxuta, altamente qualificada e altamente conhecedora daquele assunto, e uma audiência mais fiel, porque está altamente interessada. Isso no Brasil ainda não ocorre muito.

Aqui existe muito mais independência na relação entre a mídia e o governo. Eu não estou falando de repórteres individuais, mas algumas instituições, no Brasil, foram contaminadas pela influência política. Seja atual, em canais de televisão que trabalham muito próximos a administração do presidente Bolsonaro, e no passado também, entre certos canais de televisão, jornais e revistas que trabalharam muito próximos ao governo. A distância sempre tem que existir. A imprensa aqui nos Estados Unidos é conhecida como o quarto poder. Tem o poder legislativo,

"[Os ataques acontecem] porque as forças políticas não gostam do que o jornalista está reportando, mas não gostar da verdade não significa que a gente tem que esconder a verdade das pessoas"

executivo, judiciário e a imprensa. Esses poderes não se misturam. Da mesma maneira como os poderes que definem a estrutura democrática de governo não se misturam – um existe para controlar o poder do outro, a imprensa existe para observar o funcionamento destes três poderes, a reação da sociedade em relação às decisões que esses poderes tomam e para relatar os fatos. Dessa maneira, informar a população e permitir que possam tomar melhores decisões, seja se as pessoas devem sair ou não de máscaras de casa, ou até em quem elas devem votar nas próximas eleições.

Você acha que os jornais têm que deixar o posicionamento claro? Todos os jornais têm um posicionamento claro, mas o problema é que muitas pessoas não conhecem o que compõe um jornal. O editorial é a visão institucional do jornal. O [norte-americano] New York Times, em que trabalhei por 12 anos, é um jornal que tem uma posição mais liberal nas suas páginas editoriais. Isso não significa que a cobertura jornalística do dia a dia, feita pelos jornalistas empregados, seja, também, liberal. Os editoriais do Wall Street Journal são mais conservadores, mas isso não significa que os jornalistas que trabalham lá, fazendo a cobertura diária das notícias, sejam conservadores. Existe uma confusão muito grande e uma falta de educação [sobre isso]. A maior culpa disso é dos próprios jornais, que nunca

educaram as suas audiências com relação às diferenças entre as seções do jornal. Se você lê a coluna da Miriam Leitão, é a opinião dela que está exposta nessa coluna, não é a opinião do jornal nem dos jornalistas que cobrem o governo ou a economia. Nos 12 anos no NYT, nunca, em nenhum momento, algum editor me pediu para fazer uma matéria de uma maneira ou de outra, eu sempre fui atrás da notícia.

Com o distanciamento físico, nós, jornalistas, não podemos encontrar as pessoas para uma entrevista. Isso pode atrapalhar o desenvolvimento de uma reportagem? Como suprir?

Eu penso muito na minha relação com a minha família no Brasil. A minha família inteira está aí e eu já participei de vários aniversários e nascimentos, geralmente por Whatsapp. Da mesma maneira que eu me senti conectadas com eles, acredito que um jornalista pode fazer as conexões com as pessoas. É a mesma coisa? Não. Mas no momento é a melhor opção que nós temos, então a gente tem mais é que se acostumar com essa situação e usá-la da melhor maneira possível para atingir o objetivo, que é poder entrar na vida das pessoas que estão sofrendo as consequências dessa pandemia e reportar para o mundo. Com meus estudantes de jornalismo narrativo, nós fizemos uma lista de diferentes estratégias para reportar quando você não pode estar presente. Uma das sugestões foi de pedir para as fontes fazerem um vídeo dela mesma falando como se sente e o que está acontecendo. A maior qualidade do jornalista é saber se adaptar.

Como você tem conversado com seus alunos, como tem preparado eles?

O que eu falo para eles é que tudo passa. As aulas que hoje são virtuais, eventualmente vão voltar a ser numa sala de aula. O mercado de trabalho que está contraído, em algum momento vai se abrir. A limitação do contato social, que estamos vivendo hoje, não vai ser para sempre. Esse é o momento de encarar os desafios como oportunidades. O que eu posso aprender? Quais são as ferramentas que eu posso incorporar a essa caixa de ferramentas de jornalismo, que vão me fazer ainda mais valioso no futuro e mais atraente para um editor de jornal que esteja querendo contratar um novo redator? O jornalista deve, também, usar os desafios que estão enfrentando como possíveis ideias para matérias. A vida é uma grande pauta.



NATALIE UNTERSTELL Futuro do planeta

Mestre em administração pública pela Universidade de Harvard (EUA), estrategista de políticas públicas com passagem pelo governo de Amazonas e governo federal.

que a pandemia nos fez ver sobre o planeta e a nossa relação com ele? Em nível planetário, a gente tem

um desafio, que cada vez mais pessoas já compreendem, que é a questão de ter um futuro mais quente e instável, com o aquecimento global e os impactos da mudança do clima. É uma crise que não é aguda como a pandemia, por enquanto – é uma coisa mais crônica, um pouco mais devagar. Já vínhamos observando uma série de impactos e a aceleração disso, algo que a ciência já fala há 30 anos, mas que ainda estávamos tratando como algo para 2050, para o final do século. No entanto, nos últimos cinco anos, principalmente, a ciência começou a nos dar alertas muito mais graves, de que as soluções serão para a metade do século. Precisamos implementar um plano de descarbonização até 2030 no mundo todo. É um problema público, coletivo. Todos os países terão que transformar sua economia e a gente não tem tempo a perder.

Fiz todo esse contexto pré-pandemia, porque quando vivemos um momento como esse, que temos tantas perdas – de amigos, de pessoas que a gente gosta, dos nossos das nossas rotinas –, começaram a surgir várias coisas na mídia, como “a natureza está se recuperando, a poluição diminuiu, as águas estão mais limpas, as emissões de carbono estão reduzidas nesse período”. Com isso, as pessoas podem começar a achar que a gente só vai conseguir fazer uma transição para um novo modo de vida, para um mundo de baixo carbono, se a gente passar pelo sacrifício. Esse é o ponto mais

importante: quero dizer que não é assim. Porque, uma vez que a gente passe por esse período doloroso, e a gente ache que é só com tamanho sacrifício que a gente consegue fazer uma transformação positiva, o que vai acontecer no momento seguinte? A gente vai para o pior. É aquela coisa de quem nunca come doce, aí quando come se lambuzar. Pode vir a ser uma coisa do tipo “vamos agora explodir em emissão, explodir em viajar, explodir em comer tudo o que pode”. Não quer dizer que tenhamos que parar tudo o que a gente faz, não é adotar um regime comunista e tampouco achar que é uma coisa incremental, que eu vou lá e digo “agora eu não mais carne e o problema está resolvido”. É mais profundo.

As pessoas têm falado isso sobre o consumo, a exemplo do “revenge buying”, a compra por vingança no pós-crise. Existe na literatura científica o termo “poluição por vingança”. Isso acontece quando você tem um período de pausa da poluição, por conta de uma guerra ou de uma crise. Mas o que aconteceu um ou dois anos depois que retomamos a nossa atividade econômica? Ela [poluição] aumentou muito mais, porque as pessoas meio que se vingam. Acho que a gente tem que ser muito cuidadoso agora para não vender o sacrifício como a única maneira de fazer uma transição, porque não vai dar certo. Vai ser a chance de transformação perdida.

E como você acha que pode ser essa transformação? Eu nunca acreditei que o sacrifício ou a dor serão [forças] mobilizadoras para o tamanho de transformação que

a gente precisa fazer. Tem vários aspectos dessa transformação que são conectados com o que estamos vivendo agora. Uma transformação interessantíssima é a de consumir mais localmente, que há muito tempo falamos. Consumir mais dos produtores orgânicos locais, das pessoas que estão mais próximas. Isso que muitos de nós estamos experimentando pela primeira vez, que outros já faziam antes, pode ter um efeito muito legal não só para as economias, mas para nós mesmos. Saber de quem estamos comprando, qual a qualidade. Além de ser legal para o planeta, já que são fluxos mais diretos entre as pessoas e empresas. Sou super a favor da globalização, mas acho que isso pode ser parte da globalização. A gente entrou num modo de produção e consumo muito descartável. Agora estamos vivendo uma experiência mais de reuse, de contato.

Falando em globalização, como você vê a questão da mobilidade? Você, por exemplo, viaja bastante de avião. Pensando aqui em mobilidade não só como a gente anda na nossa cidade, mas como nos transportamos de um lado para o outro. Eu viajo bastante, mas tinha uma solução, falava: “eu compenso as minhas emissões pagando por créditos de carbono”. Estava em campanha para mais pessoas adotarem isso. Achava que a gente nunca ia parar a indústria da aviação, mas que ela ia se transformar, e estava nesse caminho mesmo. Por um lado, muito bom. Num país grande como o Brasil, viajar e estar em conexão com vários lugares é muito legal e importante. Mas teve o outro lado, que se tornou comum morar numa

“Eu nunca acreditei que o sacrifício ou a dor serão [forças] mobilizadoras para o tamanho de transformação que a gente precisa fazer”

cidade e trabalhar na outra – e sempre pegar um voo.

[Ao mesmo tempo], a gente vinha numa trajetória de digitalizar as nossas vidas. O próprio governo já estava nesse esforço. Mas agora não é mais um esforço, é norma. Então pra que eu vou para São Paulo fazer uma reunião de uma hora, se eu tenho Zoom e trezentas outras ferramentas? Isso é uma potência gigante. Tenho um exemplo recente: tive uma reunião com o pessoal do Ministério do Meio Ambiente do Peru semana passada. Falamos de oportunidades na pandemia, o que eles vão fazer. Eles falaram que a oportunidade mais legal é que estão fazendo a transformação digital, que é passar tudo o que o governo faz para um meio digital melhorado. No Peru, tem muitos povos indígenas remotos e isolados, e estão fazendo questão de aumentar a capacidade de conexão dessas populações. É uma galera que nunca ia pegar um avião para ir até a capital do Peru para discutir por uma hora e voltar para casa. Então o governo está com o objetivo de garantir a banda larga para eles e começar uma relação digital para assegurar que, quando tiver que implementar determinadas políticas, eles foram consultados. Temos que aproveitar essa onda.

Outros países têm relações diferentes com a natureza. No Equador, por exemplo, a natureza possui direitos. Essa é outra grande oportunidade. Estou vendo movimentações inacreditáveis. Ninguém poderia acreditar, três meses atrás, se a gente contasse. Muitos países vão sair dessa pandemia com pacotes verdes de estímulos na economia. Vão despejar dinheiro público em coisas que já vão, nessa transição, fazer uma diferença brutal. Por exemplo, nos transportes públicos, as empresas todas quebraram. Vou recuperar essas empresas comprando ônibus elétrico ou fazendo o que

já era feito antes? Compro o elétrico e vou apostar numa tecnologia mais interessante. São esses macro planos. A China está com um plano que vai ser interessantíssimo. Eles estão preparando um pacote de alguns trilhões de dólares, o dobro dos Estados Unidos. A China vinha aumento bastante o seu consumo de carne. O que estão discutindo agora é uma mudança na dieta, com planos bem sérios de apostar numa dieta, e numa economia, baseada em plantas. O tal do *plant based*. Se eles realmente adotarem essa medida, é uma guinada sensacional. Tem uma parte bem importante da relação com a natureza que é comer animais, é algo polêmico, porque os humanos comem animais há muito tempo. É difícil fazer uma conversa, é um tabu. Mas a gente tá vendo uma mudança em relação ao consumo de animais silvestres, que estão totalmente ligados às pandemias. Ebola, AIDS, que daí não é o consumo, mas o contato, agora a Covid-19. Esse é um ponto que cada vez mais vai ser o novo *zeitgeist*. E aí tem uma discussão mais bonita, que é essa dos direitos da Pachamama, de como a gente passa a respeitar todos os seres vivos e não só achar que o homem é separado da natureza. Tem toda uma discussão filosófica de que somos todos Gaia. Somos mesmo. Acho que as pessoas estão pensando isso. Acho que essa consciência coletiva sobre Gaia está presente em todos nós, ou boa parte de nós.

Muita gente tem postado sobre como “a natureza está se curando”, sem a presença das pessoas. Às vezes não é que os bichos não estavam antes lá, é a gente que não tinha tempo e nem capacidade de perceber. Então é aquela coisa: você nunca percebeu a natureza como está percebendo agora. Isso é maravilhoso. Mas não vamos exagerar e dizer que a natureza está

se recuperando, sabe? Eu acho que a recuperação da natureza requer muito mais da gente do que só esse sacrifício momentâneo.

Qual é a maior barreira para mudar essa chave? O principal obstáculo é as pessoas adotarem uma perspectiva de longo prazo. Para realmente fazermos essa transição, precisamos conciliar nossa visão de longo prazo com as nossas decisões do hoje. Se eu não quero ter novas pandemias, vamos ter que fazer certas transformações individuais e coletivas. Só que, para isso, temos que ter clareza de que estamos fazendo.

Em geral, os governos, e principalmente os políticos, estão sempre pensando a curto prazo. Agora, o “curto prazismo” dos políticos é “como eu apareço na pandemia? Como faço coisas que as pessoas vão lembrar depois?”. Muitos não estão preocupados com o longo prazo, eles querem simplesmente ter uma recompensa de curto prazo. E isso é muito ruim, porque quanto menos a gente conciliar, piores vão ser as medidas adotadas. Ao mesmo tempo, temos visto bons exemplos. Eu citei a China, o Peru, a própria União Europeia, eles estão discutindo coisas que podem nos dar um bem-estar mais duradouro. Espero que no Brasil a gente consiga fazer essa discussão. Acho que ainda não conseguimos, porque tem uma crise política muito forte. A pandemia vai passar, a crise política, não sei. Mas vamos dar um jeito.

No Brasil, temos visto o aumento nos índices de desmatamento. É uma regressão na consciência ambiental? O desmatamento tem duas principais questões. Uma, ele dobrou, aumentando 60% na pandemia. O que isso quer dizer? Quem desmata não está fazendo distanciamento social. Essas figuras praticam atividades ilegais, eles não têm consciência ambiental. A se-

gunda razão é que a máquina, o trator com correntão que passa tirando todas as árvores da floresta, só vai ser desligado quando o presidente da república [Jair Bolsonaro] parar de estimular o desmatamento. Ele continua estimulando. Essa semana, estamos lidando com uma grande negociação no Congresso Nacional que também estimula. E não é gente pobre que desmata, tá? São grandes esquemas, é crime organizado. Só esse trator custa entre meio milhão e um milhão de reais.

60% do nosso território nacional é amazônico. A gente é muito mais amazônico do que lembramos no dia a dia. É meio engraçado, mas quando a gente fala de proteger a floresta, estamos falando de combater a ilegalidade, de ser tão rígido contra crimes na Amazônia quanto a gente é contra crimes na política, sabe? É mais do que ambiental, é um problema de não aceitar. Não aceitar que madeireiros ilegais, garimpeiros ilegais, gente que rouba terra, que continuem a ser tratadas como se estivesse tudo bem. Não, não está tudo bem.

Como você analisa a forma como o Governo vem tratando o meio ambiente? O cenário é muito ruim, porque não houve qualquer mudança, do ponto de vista desse governo, para ajustar. A gente tem que lembrar que o [Jair] Bolsonaro falou coisas inacreditáveis sobre a Amazônia, os filhos também. Só pra lembrar um exemplo, que me dá até um mal estar falar: ele disse que a Amazônia é como se fosse uma virgem, que um monte de tarados queriam... [preferiu não falar]. Ele não tem essa vivência, nem esse entendimento. Apesar de militar, ele nunca serviu lá. O que a gente pode fazer? Uma coisa muito importante, independentemente se a pessoa votou no Bolsonaro ou não, é defender a Amazônia como 60% do seu país. Dizer: “olha, a gente

“Para realmente fazermos essa transição, precisamos conciliar nossa visão de longo prazo com as nossas decisões do hoje”

não pode tolerar crimes praticados lá que acabam com a floresta, mas também arruinam o patrimônio público, porque é nosso”. Tem uma necessidade do próprio eleitorado [do Bolsonaro] se posicionar e falar “olha, não dá. Ok? Não dá”.

Outra questão superimportante é [acerca dos] dados sobre a Amazônia que são produzidos por instituições nacionais, desde 1988. No ano passado as pessoas falavam: “ai, esse dado está errado, é mentira, porque é uma ONG”. Assim, vamos combinar uma coisa? Nós, brasileiros, temos o melhor sistema de monitoramento por satélite do mundo. Sabemos tudo o que está acontecendo na floresta. Vamos valorizar isso.

Um terceiro ponto é valorizar coisas da floresta. Tem chegado em Curitiba, cada vez mais, produtos da Amazônia. Temos que dizer: “se a Amazônia é nossa, então cadê ela na nossa casa? Cadê ela no nosso armário e na nossa mesa?”.



SANDRO LUIZ FERNANDES

Futuro da sociedade brasileira

Cientista social, mestre em educação, professor de história e sociologia na rede municipal e rede particular de ensino e do curso preparatório Dom Bosco

que essa pandemia tem mostrado sobre a nossa sociedade? A principal questão que podemos colocar como ponto de mudança de comportamento é enxergar que nós podemos mudar, que podemos aprender. Por exemplo, em relação ao *home office*, ao *e-commerce*. Gente que nunca comprou e nunca vendeu pela internet está fazendo isso agora. Pessoas que nunca pensaram em fazer trabalho remoto.

Como essas grandes crises impactam a sociedade? Acho que trazem mudanças possíveis. Estamos passando por algo delicado e não sabemos muito bem onde isso vai dar. A Segunda Guerra Mundial, por exemplo, trouxe mudança política sensível na Alemanha. Depois dela, [tivemos] a formação da ONU, que foi fundamental para pensar uma política globalizada. No Brasil, também: Getúlio Vargas cai. Nos EUA, a crise de 1929 provocou mudanças importantes e lá se estabeleceu o estado de bem-estar social, que durou alguns anos no país e depois foi para a Europa. Uma nova política surgiu depois da crise de 29, principalmente da presença do Estado. Estamos falando de eventos políticos, imperialistas, mas não podemos esquecer dos eventos naturais. Eles provocam transformações sociais significativas, como o terremoto no Haiti. [O país] até hoje não conseguiu se reerguer. Esses grandes eventos provocam transformações, sejam eles naturais ou político-econômicos. Aqui no Brasil, hoje, a gente vê uma valorização maior do Sistema Único de Saúde. Talvez as pessoas nunca tivessem pensado no SUS. Agora, as

pessoas estão pensando nisso. Penso que as grandes crises do mundo nos ajudam a repensar e, sem dúvida, têm possibilidades de mudança.

Como a população vai ser afetada? No comportamento das pessoas, nas dinâmicas sociais.

A Comissão Econômica para a América Latina e o Caribe (Cepal) está preparando um relatório para pensar isso. A primeira coisa que temos que destacar é que cada país do mundo, até cada região de cada país, vai ter algo diferente para contar sobre isso. Algo que vai acontecer, no Brasil, sem dúvida, é a ampliação do *e-commerce* e do trabalho remoto. Isso é uma coisa interessante, porque vai gerar um tipo de redução de custo para as empresas. Estou falando de professores, mas pense em contadores, engenheiros, arquitetos. Muitas pessoas já faziam isso, inclusive. Com a presença da Covid-19 e a obrigatoriedade de isolamento social, isso aumentou exponencialmente – e acredito que isso vai ser uma mudança significativa. A maneira como as pessoas lidam com os horários do dia a dia também vai mudar. Eu chegaria a arriscar que até a educação presencial vai mudar. Eu tenho dado aula, e algumas atividades que eu faço com os alunos não precisam ser presenciais – por exemplo, a assistência a eles.

O que nossa sociedade ensina a outros países e o que ainda precisamos aprender? [Agora] o brasileiro está servindo como exemplo negativo no mundo todo. Estamos demonstrando, infelizmente, uma certa incapacidade de lidar com a pandemia, do ponto de vista político. Do ponto de vista científico, estamos conseguindo mostrar

que o Brasil é um país sério. Teve uma cientista brasileira [Jaqueline Goes de Jesus], negra, que conseguiu sequenciar o vírus. Isso tem impacto positivo fora do país. [Falando no geral] acho que uma coisa que o brasileiro demonstra é o enfrentamento da vida e dos problemas de maneira não arrasada. Acho que isso é uma característica positiva. Pelo menos essa é a impressão que as pessoas de fora têm de nós, que a gente consegue rir da desgraça – não numa conotação negativa, mas no jeito de enfrentar.

O que deveríamos aprender com o exterior é levar a educação e a ciência a sério. Não é só o presidente [Jair Bolsonaro] que é ignorante em relação a isso, mas, de um modo geral, o brasileiro não leva a ciência e a educação a sério. Eu dou aula há muito tempo e percebemos [professores] o quanto os alunos têm uma posição muito passiva em relação à educação. Sabemos que em outros países do mundo não é assim, como na Índia, na Rússia, no Japão, nos países escandinavos. [Lá] os alunos querem e buscam o conhecimento; no Brasil somos muito indisciplinados em relação aos estudos e a importância da ciência no cotidiano. Sinto que não dão tanta importância à educação como uma forma de melhorar a situação social do Brasil. Não é culpa só do aluno, é uma questão do sistema como um todo, seja a comunidade, os pais, os alunos, o corpo docente da escola, a equipe pedagógica. A gente sabe que os países que têm um IDH e um desenvolvimento alto, principalmente um desenvolvimento mais sustentável, investem muito em educação e em pesquisa. Temos que aprender.

Divulgação

Vemos hoje o que pode soar como uma contradição: temos os movimentos sociais com muita força e, ao mesmo tempo, uma onda de conservadorismo da extrema direita também ganhando espaço. Como você analisa esse cenário? Eu acho que é o contrário: tem uma onda progressista agora. O conservadorismo está muito mais presente na história da humanidade do que o progressismo. Tivemos uma onda do movimento negro, a partir dos anos 1960, com o auge no fim dos anos 1990, no Brasil, quando a gente teve a aprovação do estatuto da igualdade racial. A mesma coisa com os indígenas, o movimento LGBT ou a questão das mulheres, do avanço do feminismo, os deficientes físicos. Todas essas minorias conseguiram um avanço significativo no país, principalmente nos anos 1990 e 2000. Na verdade, foi uma onda progressista muito grande, com muitos progressistas próximos ao governo, seja do FHC [Fernando Henrique Cardoso], do Lula ou da Dilma [Rousseff], pessoas que marcavam sua presença ali. Essas pessoas conseguiram fazer marcos significativos de mudança. Esse período progressista foi muito importante, mas agora, por várias questões, não consigo analisar uma questão nacional, mas acho que é uma tentativa de algumas pessoas que perderam espaço social, ou imaginam que perderam, de querer resgatar isso. [Querem questionar] esse conservadorismo que diz que é "mimimi" a reivindicação feminista ou dos negros e a ideia de meritocracia. É uma questão delicada, que os movimentos que querem pelo menos garantir o que estabelecido tem

que correr atrás. Veja que, por exemplo, os trabalhadores, de um modo geral, perderam muito já no fim do governo [Michel] Temer com a reforma trabalhista. Os movimentos organizados, seja feminista, negro, dos deficientes físicos, indígena, tem que ficar muito próximo ao que está rolando no país. Tem que ficar de olho e, sempre que vier algo contra esses avanços sociais significativos, denunciar, ir para a luta, ir para a rua, fazer uma contraofensiva. A imprensa também tem um papel importante também.

Falamos, hoje, no Brasil, de uma sociedade bastante polarizada politicamente. Como chegamos nisso? Já havia polarização no Brasil. No período militar, tivemos polarização de dois lados. Quando vem a democracia, depois das Diretas Já e da formação de novos partidos a partir de 1980, essa polarização recrudescer, diminui. Mais atores sociais, pessoas e grupos passam a ter voz. O grande problema foi, de uma certa maneira, midiático. A mídia apostou que o PT estava roubando muito, e realmente estava. Não só o PT, a gente tem que lembrar disso. Falamos mal do PT, mas não se esqueça de que, para o PT estar no poder, ele se associou com vários partidos, inclusive o PP e o PMDB, que agora apoiam o Bolsonaro. Então a gente tem essa polarização porque tanto a imprensa brasileira polarizou a discussão, colocando como inimigo o PT, quanto o grupo do Bolsonaro aproveitou disso e criou o "meu inimigo". Isso já foi feito outras vezes no Brasil. [O ex-presidente] Getúlio Vargas também polarizou. Ele disse: "eu sou do bem e os comunistas

"Estamos demonstrando, infelizmente, uma certa incapacidade de lidar com a pandemia, do ponto de vista político. Do ponto de vista científico, estamos conseguindo mostrar que o Brasil é um país sério."

querem tomar o poder". Foi o golpe de estado, em 1937.

Então o comunismo tem sido considerado como um "inimigo" em outras épocas? Cria-se um inimigo

palpável e ruim para lutar contra ele. Se não tivesse inimigo, por que a imagem do Bolsonaro seria tão agressiva? "Quem é meu inimigo? É o PT. São os comunistas. São esses esquerdo-patas". Assim ele cria o inimigo. É curioso que, naquela reunião

que foi divulgada, ele disse "é, porque os nossos inimigos...". Nunca vi um chefe de estado falando que tem inimigo do país. Os chefes de estado que acompanhei falam "tem nossos adversários políticos, tem a oposição". Que inimigos? A gente quer tomar o Brasil de alguém? É ridículo isso. Mas eles criam isso porque é fácil do povo entender. Como Getúlio Vargas já fez, como os militares também fizeram. Não é uma estratégia nova do Bolsonaro, é bom lembrar disso. Criar um inimigo é mais fácil – e as pessoas caíram nesse conto do inimigo comum. E aí sim, criar essa polaridade foi uma estratégia política boa do Bolsonaro e, de certa forma, uma parte da esquerda comprou a briga. E não é isso, é muito mais amplo do que essa discussão *facebookiana* ou *twitterana*. A gente sabe que a política não é só esquerda e direita. Tem muitas variáveis nesse meio.

No mês de abril, Bolsonaro participou de uma manifestação, em meio ao isolamento social, em que os participantes pediam o golpe militar, o AI-5 e o fechamento do Supremo Tribunal Federal e do Congresso Nacional. Ou seja, em 2020 estamos colo-

cando em xeque a democracia. Isso preocupou muita gente. Tem uma falta de memória. E aí entra a educação, como nosso processo educativo e a nossa memória de Brasil é

"A gente sabe que a política não é só esquerda e direita. Tem muitas variáveis nesse meio."

ruim. [Falando sobre os] períodos democráticos brasileiros: primeiro, a República da Espada não conta, deram um golpe no Dom Pedro I. Aí vem a República Velha, com os presidentes no Rio de Janeiro, São Paulo e Minas Gerais. Aquele circui-

to que tinha voto de cabresto, voto de gente morta, não era democracia. Vem Getúlio Vargas e dá um golpe de estado. Quando teria eleição, dá outro golpe dentro do golpe. Então o primeiro período democrático que nós tivemos foi a partir da eleição do [Eurico Gaspar] Dutra, por 19 anos. Aí vem a ditadura militar. Então estamos no maior período democrático – vem de 1990 até 2020. 30 anos de democracia, para o Brasil, é um absurdo de tempo, mas, no geral, é muito incipiente. Não entendemos direito as nossas instituições e como funciona um partido político. É um sistema que funciona muito bem em outros lugares do mundo, mas, no Brasil, a gente não entende.. Tudo isso ajuda a deixar nossa democracia frágil, porque as pessoas não sabem nem como votar. Não encaramos o país ou o estado como algo que as pessoas têm que disputar questões de interesse diferente. As pessoas encaram a política como lugar para realizar seu sonho pessoal de conseguir um carro melhor, um apartamento, os contatos melhores. Isso só vai mudar quando a gente tiver democracia durante mais tempo, e com participação social. Estamos aprendendo muito agora. Imagine

dar um golpe agora? Voltamos para o zero de novo. Parar a democracia agora é uma burrada. Ainda estamos aprendendo. Ainda somos uma "criança" no ponto de organização política e social.

Como você analisa a maneira como tratamos a ditadura? No Brasil, a gente demorou muito para discutir o problema dos militares. Isso começou a acontecer no fim do governo FHC, o Lula deu um pouco de continuidade e a Comissão da Verdade foi criada apenas no governo da Dilma. Funcionou durante um bom tempo, e o Bolsonaro çaçou isso. Tem esse problema político, que os militares conseguiram escapar, principalmente com a questão da anistia, do [ex-presidente Ernesto] Geisel, em 1979. Com a questão da anistia, Geisel consegue minimizar isso. A Dilma, principalmente, retoma o tema e tenta indenizar pessoas que desapareceram ou foram assassinadas. Mas isso ainda foi muito pouco. Tem uma mea culpa que deve ser feita pela educação brasileira. E, quando falo em educação, é para ampliar essa discussão, que vai além da escola e tem a ver com a mídia, como nossa história é contada fora da escola e como isso é significativo na vida das pessoas. Infelizmente, não conseguimos dar conta de mostrar os problemas gerados a partir dos militares: endividamento muito grande, corrupção, desaparecimento de pessoas, tortura. Tudo isso é muito delicado e não temos isso como memória coletiva. As pessoas tem que aprender a fazer relações, pensar de uma maneira diferente e entender que o momento dos militares teve os seus problemas. Não adianta comparar o momento dos militares com agora e falar: "ah, mas na época dos militares era um paraíso viver no Brasil". Era nada. Tinha os problemas daquela época.



CARLOS FERREIRINHA Futuro do luxo

Presidente e fundador da MCF Consultoria, especialista em mercado e gestão do luxo e líder da ABRAEL – Associação Brasileira das Marcas de Luxo

Como você define luxo hoje? Minha definição de luxo é sempre a mesma: é o posicionamento de produtos e serviços que alcançam o patamar da excepcionalidade, da exclusividade, da excelência por completo. Eu não acredito em mudanças de luxo. Na verdade, o que muda é o hábito de consumo, mas não o luxo. O luxo é o mesmo que o petróleo e a gasolina: é uma atividade e continua sendo exatamente da mesma forma.

Como a pandemia impactou o setor? Na verdade, o setor do luxo não é um setor sacro, que não sofre as situações. Eu tenho uma visão muito pragmática sobre a atividade do luxo: ele sofreu da mesma forma que sofreram todos os outros setores de atividades – a interrupção do fluxo de caixa, queda brutal de consumo e de vendas, uma queda expressiva, principalmente em alguns setores, e, na Europa, o desaparecimento dos consumidores asiáticos, que são os mais importantes do mundo. O que o setor de luxo está sofrendo, é exatamente o que estão sofrendo os restaurantes, bares e shopping centers. É uma interrupção por completo. Já se espera que no volume da atividade, no mínimo 50% de queda para o final deste ano.

Especialistas falam sobre como esse momento que, em tese, é de reflexão está mudando a mentalidade dos consumidores. Como você acha que isso influencia o mercado de luxo? Alguns consumidores serão mais conscientes, mas isso não é por causa da pandemia. A pandemia acelera um comportamento que já existia antes. Já existia um crescimento em relação a sustentabi-

lidade, em relação à responsabilidade social de uma forma geral. A Covid-19 acelera esse comportamento. Eu não comungo da linha de muito do que está sendo colocado, em que parece que estamos entrando num novo mundo de hábitos e consumo. Não acredito. Até porque, parte das marcas de luxo explodiram de vender durante esse período no *e-commerce* – crescimento de 40, 50, 60%. Eu não acredito em ruptura de consumo. Alguns consumidores se tornam mais conscientes, outros continuam exatamente da forma que estavam. O que eu vejo é que crescerá cada vez mais, e agora acelerado pela Covid, a possibilidade de um consumo que, possivelmente, se torna mais consciente para uma série de pessoas. Eu vejo a pandemia como a aceleração, mas não como a responsável por ter criado um novo mundo de possibilidades que a gente não tinha antes. Não é o início de algo que nunca nós tínhamos ouvido falar ou novo, pelo contrário, muitos indicadores já eram claros.

O André Carvalhal, grande divulgador de comportamentos de consumo e sustentabilidade, postou sobre o *revenge buying*, essa explosão de consumo por "vingança", depois da abertura do comércio na China. Muitas pessoas ficaram chocadas. Você acha que aqui no Brasil a gente pode experimentar algo parecido? O cenário é muito diferente. Nós vamos ter, sim, o *revenge spending*, que acontecerá em qualquer lugar do mundo. Não tem nenhuma condição de evitar isso, é muito tempo de confinamento. É apenas uma questão de consumo reprimido. Agora, nos volumes que se faz na

Ásia, nunca. Nós não temos aquele potencial de consumo. Não temos aquele potencial médio de riqueza, a gente não vem crescendo nos últimos anos. A América Latina está em recessão, o Brasil está em recessão há quase seis anos. Eu acho que é utópico e ufanista quando eu ouço o André e tantos outros acreditar que é quase um [caráter de] desespero das pessoas fazendo fila na Hermès. Fizeram fila antes e vão continuar fazendo agora. A gente tem que entender, claramente, em que ponto da cadeia nós estamos. A Hermès é uma empresa muito séria, de responsabilidade social e altíssima capacidade de reflexão mercadológica. O André, que tem um trabalho espetacular, comunga uma direção de consumo em que basicamente toda civilização humana tem que ir para um lado. Eu não acredito nisso.

Quem vai fazer o *revenge buying*, que faça. Qual o problema? Não tem problema nenhum. A gente não tem que questionar o que os outros consomem. A gente tem que questionar outros códigos. Códigos de ética, morais. Nós não temos nenhum poder para saber se alguém que está consumindo demais também está sendo um excelente filantropo, se está fazendo projetos responsáveis sociais.

Tem setores que agora já estão crescendo muito nesse período, inclusive. Muito, muito, muito. Decoração, imobiliário. A gente tem que entender o consumo de uma forma muito mais plena, ampla e com uma visão de mercado. Não com a minha visão individual. O que o Ferreirinha faria como consumidor não está em jogo. A parte do jogo é eu entender mercado. É totalmente diferente.

Você acha que teremos um mercado ainda mais global no futuro ou vamos voltar a valorizar o local? Eu não tenho ufanismo nem utopia de aspectos nacionalizados. A gente tem que consumir aquilo que é bom. Se o que é bom está dentro do Brasil, maravilhoso. Temos que tomar um pouco de cuidado com isso, na minha visão, sempre de mercado, porque tem uma série de brasileiros que são amantes de moda brasileira, mas que quando tem a chance de viajar, entram na Zara, na H&M, na Uniqlo, não tem nenhuma culpa nisso. Eu não acredito que passará a ter um ufanismo, em que as pessoas só passarão a comprar produtos brasileiros. Em hipótese alguma. O que eu acredito é que nós teremos mais consumidores por mais tempo no Brasil, porque terão muito menos viagens internacionais nos próximos meses. Então tem uma chance muito boa em ter mais brasileiros consumindo produtos brasileiros. Outra vez, desde que sejam produtos ótimos. Ninguém

vai decidir sair comprando produtos que não estejam num nível de competitividade excelente.

O Business of Fashion publicou um texto de opinião falando que o luxo não funciona no digital. Como você analisa isso? Como alguém lança um relatório desse? Eu chego a ter um constrangimento. O luxo já fez a transformação para o digital há muito tempo, é só ver o case da Farfetch. A Farfetch é a líder global de venda online de luxo. O que as pessoas tentam levar é para uma questão meio épica, que tudo tem que ser digital ou tudo tem que ser físico. Esses extremos chegam a ser constrangedores para mim. A Louis Vuitton já vende horrores no *e-commerce* há muitos anos. A Net-a-Porter foi uma das maiores operações digitais de luxo da história. Esse tipo de relatório que o luxo não fará... o luxo já fez. O que não acontecerá é que tudo vire online. Mas nenhum setor vai ser totalmente online. Eu não tenho o perfil de polarização, de extremo, eu tenho um perfil de inteligência de mercado, em que existe oportunidade para todos.

Você vê outras tendências e movimentos que, possivelmente, vamos presenciar daqui para frente? O movimento que será mais acentuado, que não é novo também, é o das marcas de luxo deixarem, de forma mais clara, as suas posturas de responsabilidade social. As marcas exercitarão, de forma mais contundente, a transparência sobre esses temas. Muitas delas já fazem trabalhos espetaculares, mas não é suficiente. Agora, eu vejo que elas deixarão mais claro quem elas são no seu papel social, na sua voz de responsabilidade social. Meu comentário pode parecer quase uma dicotomia, um paradoxo: eu não tenho nenhuma dúvida de que o sustentável vai continuar crescendo, mas ele vai crescer num ritmo

menor agora. É o contrário do que o André Carvalhal e outros estão dizendo. Mas por uma razão muito clara: porque as perdas são muito grandes. Criar projetos sustentáveis é muito oneroso. Agora, a regra número um das empresas é resolver o buraco que teve [com a pandemia]. Nos próximos meses, a principal preocupação de todas as empresas é vender estoque. Sobreviver. Qualquer investimento ou projeto que vinha sendo feito no sustentável será interrompido no volume de dinheiro, porque a prioridade agora é estancar o sangramento, que é muito forte.

"Agora, eu vejo que elas [marcas] deixarão mais claro quem elas são no seu papel social, na sua voz de responsabilidade social."



CARLOS PIAZZA

Futuro do trabalho

Darwinista digital, polímata, nexialista, futurista, embaixador do Teach the Future no Brasil, escritor e consultor que auxilia empresas e pessoas a compreenderem o mundo digital

Você consegue criar uma imagem do que vai ser esse novo mundo que as pessoas estão especulando?

Consigo um pouquinho perto do que já tem disponível para nós. Uma coisa que é importante neste mundo: sabemos que o normal já não existe mais. A normalidade ficou no passado, simplesmente já não está mais no mesmo lugar. Primeiro porque as empresas tiveram a experiência da aceleração da transformação digital, que vejo como um lado positivo bastante bom. Demoraram 10 anos, agora tiveram que fazer tudo em dois, três dias.

Vemos duas coisas para o futuro. Um esgotamento, que já vem de algum tempo, do capitalismo. A quinta revolução industrial, que é a convergência homem-máquina. [Veja,] a gente tem estruturação de empresa da segunda [revolução] e estamos pisando na quinta. Você imagina então como é difícil para as empresas darem um salto de 200 anos em tudo aquilo que é sistema de trabalho.

A quinta revolução impõe a confluência do ser humano no overflow da inteligência artificial. Isso significa que a harmonia ou a convergência homem-máquina está vindo com muita potência. Não percebemos, quando testamos em casa, que estamos entregando para as máquinas tudo aquilo que a gente gostou de fazer no lugar delas. É tempo de nós observarmos confluências humanas com mais propriedade do que tecnologia do outro lado. Embora a tecnologia seja muito importante, ela nunca foi um fim em si. A pandemia nós, futuristas, vemos que é como

um freio de arrumação. Muitas coisas foram para o chão, porque elas estavam numa correria sem fim, em busca de algo que nem elas sabiam o que era, num redemoinho, tudo puxando-as para baixo. A pandemia roubou as nossas rotinas. As pessoas, agora, estão meio perdidas. A noção do tempo, também: antes você não tinha nenhum, porque era trágico por ele, agora você tem todo o tempo do mundo.

Primeiro, elas descobrem que a gente já vem falando há muitos anos, há sete, oito anos, que o viver, o trabalhar e o aprender são uma coisa só. Nós nos separamos em três avatares diferentes, inclusive se vestindo para isso. A visão que temos agora é que conseguimos trabalhar, aprender e viver numa expressão da gente mesmo. Vai ser muito difícil as pessoas voltarem para um sistema de regramento como é o sistema de trabalho e de emprego. Por que o emprego determina que você é criativo só das 09h às 18h? Eu posso ser criativo em qualquer horário. As pessoas também estão descobrindo que são elas que estão no centro dessa distribuição, não mais as empresas. Então vai ficar muito resistente em voltar para modelos anteriores.

Viveremos uma fase de hipercolaboração? Sim, a hipercolaboração global. É tempo de conversarmos muito entre nós. Esse grande overflow de lives, de bate-papos, de conversas colaborativas, que estão acontecendo pelo meio digital, é uma coisa que ninguém tinha tempo de fazer, porque estavam muito preocupados em competir com o colega para ser melhor do que ele e, em alguns casos, até para derrubar ele naquela competição do mundo

corporativo. Agora, as pessoas têm tempo de colaborar. Já entenderam que existe o outro, porque agora dá tempo, finalmente, de enxergar o outro. A cultura da hipercolaboração vem a partir do momento em que temos coisas absolutamente novas no nosso segmento.

Esse momento vai redefinir o morar também, não é? Muita gente nunca passou tanto tempo na própria casa.

Exatamente. Me chamou atenção em uma live, outro dia, que a gente praticamente não prestava atenção que vivíamos em um cenário do Projac. Porque você montava uma casa bonita, que não tinha muito bem a funcionalidade que ela deveria ter. De vez em quando, você chamava alguém para jantar com você, o resto do tempo ficava fazendo, você estava trabalhando. E agora, o que acontece? Você está no espaço e vê que eles não estão mais funcionais para essa nova partida que estamos vivendo. Altera profundamente a estruturação dos espaços. Não só dos espaços, como da cidade. Se prevê também o grande volume de imóveis que vão ficar vazios no planeta. Porque, na verdade, as empresas não pararam, né? Elas descobrem que as pessoas são mais criativas, mais produtivas, estando nos seus lugares de origem. Descubram que não precisa ter esse monte de equipamento e é como sempre falamos: o mundo digital é desmaterializado. E aí, o que as pessoas estão prestando atenção é que existe uma hipermaterialização de tudo. Para que você tem uma empresa que tem um prédio gigantesco?

Um aspecto interessante é que várias empresas notaram

que podem trabalhar no regime de home office. Como isso vai impactar o trabalho? Isso impacta muito. Outro dia, estive com o presidente de uma empresa e ele falou: "Piazza, eu estou sendo extremamente mais produtivo, não tenho a tensão que a minha sala no trabalho me dava. Agora, em casa, eu estou muito mais à vontade. As reuniões que a gente faz pelos sistemas aí, as pessoas não atrasam e são extremamente contributivas, são muito mais rápidas. Além de tudo, posso agora ficar jogado no sofá, tomando uma taça de vinho".

Várias fronteiras foram sendo demolidas sistematicamente. Poderíamos já, há muito tempo, ter essa maior comodidade, trabalhando em casa, porque, na verdade, o sistema de trabalho das empresas ficaram muito obsoletos. Sempre lembro da segunda revolução industrial, de 1850, que determinou que as empresas, desde aquela época, tivessem hierarquias e organogramas. As empresas até hoje estão fazendo igual. Isso é característica do fordismo, porque havia a necessidade de aumentar a produção. Então, ao longo desse tempo todo, vemos produção massiva sobretudo. Agora, a pressão das empresas é para poder voltar para a produção massiva que faziam até então.

O capitalismo, tal qual o conhecemos até aqui, está sendo colocado em xeque por muita gente. Qual seria uma alternativa eficiente a esse modelo atual de capitalismo? O capitalismo cruel não faz o menor sentido – e isso fica evidente agora. Temos que enxergar três coisas que vêm nessa mesma batida. O capitalismo selvagem não faz o menor sentido, porque, agora, o inimigo não é visível. Quando tínhamos inimigos visíveis, os países gastaram uma fortuna absurda com armamento. O que adiantou esse monte de gente fazer desfile em praça pública, do poder armamentista, se, de repente, vem uma coisinha, um inimigo poderoso [o vírus]? Por isso, tem até autores que falam que o [presidente Donald] Trump não se reeleger [nos Estados

Unidos]. Eles falam assim: "tá bom, a gente tem o país mais poderoso do mundo, porque ele é visto por uma grande economia capitalista, super armado até os dentes, mas que não tem um sistema público de saúde decente para as pessoas". Que lógica tem isso?

Tem alguma chance de voltarmos a esses velhos padrões? Não. O conteúdo da sociedade 5.0 já prevê o fim da produção massiva de coisas. Sabemos que o mundo digital lá dos anos 1990, quando começou a Internet, houve um movimento de individualismo muito grande das pessoas, que as levou, também, ao hiperconsumo. O que está acontecendo agora é que estamos vendo o consumo consciente, dentro de um capitalismo consciente, onde existe um freio de arrumação no consumo. Outra coisa que a tecnologia nos traz é a possibilidade de experimentar coisas customizáveis para nós. Em um curto período de tempo, vamos ter impressoras que vão fazer tudo para nós. Você vai imprimir sua roupa, sua toalha de banho, da comida até o sapato. Isso faz com que o processo massificado de produção não faça sentido. A impressão, por exemplo, de comida. É a única forma de fazer duas coisas impensáveis: poder ter uma comida que se parece tanto com remédio que provavelmente não vou precisar nem tomá-lo e ser a única chance que temos, perante o meio ambiente, de produzir comida sem resíduo. Saímos da produção massiva para a geração de valor. Então a economia muda. Isso está muito claro para todos os futuristas, o nome que se dá é fluxonomia 4D. O que tem nisso? A economia do compartilhamento, economia criativa, economia circular, a mais sustentável de todas, porque olha a cadeia inteira e a plataforma multimoeda. São as quatro economias que vemos dentro da fluxonomia 4D. De que maneira vai ser nossa vida? Completamente diferente.

O que precisamos pensar sobre o mundo digital? A questão dos algoritmos e dos andronitmos. Andronitmos são as capacidades huma-

nas que as máquinas são incapazes de reproduzir: compaixão, mistério da vida, amor, ética, criatividade, ambiguidade. Então, o que nós estamos experimentando? Um pézinho na quinta sociedade, ou na sociedade 5.0, onde vamos trabalhar em harmonia com as máquinas, criando valor. Não tentando se parecer com ela, produzindo massificação. Na sociedade 5.0, vamos trabalhar em convergência com as máquinas. É o melhor das máquinas com o melhor do ser humano voltado para criar valores. Isso é oposto do que tentávamos fazer, em que tentávamos nos parecer com uma máquina fazendo o trabalho dela, num processo de grande massificação de alta produção. Estamos em tempo de criar valor, não de criar massificação. As empresas que são forjadas na segunda revolução ainda, só enxergam produção massiva. Elas entendem que têm que produzir um monte de coisa para vender, para transformar tudo que produzem em dinheiro. Isso não faz sentido, estamos em busca de valor.

Isso está ligado a um tema que você trata, o human centered design. Exatamente. Quando falamos de human centered design, o foco total é no ser humano. Na forma de viver, trabalhar, aprender, vestir-se, na forma com que modifica sua casa. Entendemos que os sistemas de produção são voltados a valor. O human centered design é o desenho de tudo, inclusive do design organizacional, que é a forma como as empresas fazem o design de operação. Para onde que estamos indo? Pra hipercolaboração global. Agora, o marketing é de causa, não de consumo. Essa é uma outra vertente que puxa as empresas para uma causa.

Nas redes sociais vemos um movimento expressivo cobrando personalidades um posicionamento sobre o momento. Nessa nova era não há como ser neutro?

Não, não tem como. Peguei uma frase do Dante Alighieri, que, em determinado momento da história, disse que "no inferno, os lugares mais quentes são reservados

àqueles que não se pronunciam em tempos de crise". O tempo que a gente vive, o zeitgeist, que é a reconstrução do habitat, supõe participação colaborativa intensa. Não dá mais para sermos protagonista do nosso próprio futuro. É aí o futurismo entra em ação, justamente na forma como a gente olha. Tudo o que vamos encontrar daqui para frente é desconhecido. Se é desconhecido, é porque vem do futuro. Portanto, o passado ficou no lugar dele. Não tem mais volta. O futurismo sempre fala isso: você pode modelar o futuro previsível e buscar dentro dele um futuro preferível, mas, hoje, o que você faz? Você dá forças para o presente usando intensamente o passado, para justificar o que você faz no presente.

O estilista Ronaldo Fraga disse algo semelhante em uma live: que não há nada mais triste que as pessoas que querem viver num passado que já não existe. Exatamente. Já não tem mais lugar seguro para trás. Tudo o que a gente vai ver daqui para a frente é novo. Por isso que a gente tem a explicação do pós-normal. As pessoas que tentam buscar o normal agora, estão loucas, elas não vão encontrar nada do que era. Isso é tenso para várias pessoas que não sabem se terão um emprego. Não, não vai. Vai ter trabalho, é diferente. Tem um futurista muito famoso, que diz "nós estamos vivendo um novo ciclo do Renascimento". Como no Renascimento, quando saímos da Idade Média e entramos na Idade Moderna, estamos vivendo um novo ciclo. Os grandes exemplos: Senado fazendo deliberação online, STF também, governo liberou telemedicina.

Você sente que as pessoas tendem a não aceitar bem o novo? Sim, isso é geral, tem em todos os lugares. É algo que está previsto no livro do Taleb, A Lógica dos Cisnes Negros, que o negacionismo aparece poderosamente no nosso mundo. Porque o mundo digital, da convergência

digital, fez aquela coisa maluca da internet 2.0., que é a internet relacional, que fez com que as manchas digitais sejam formadas com grande confluência arquetípica. Por isso, as manchas se batem na internet por convicções. Quando você já tem um protagonismo muito grande rastreado pelos arquétipos, o que acontece com o negacionismo? Ela faz parte de um pensamento de um dos arquétipos. Então, renega tudo que você pode imaginar. Nós estamos vivendo o cisne negro de todos os cisnes negros do universo. Essa era algo absurdamente impensável, que o planeta pudesse fechar em menos de dois meses. Todo grande cisne negro vem acompanhado de negacionismo. Porque é tão difícil a gente compreender que o planeta parou em dois meses, que as pessoas renegam o quanto puderem. ■

"Na sociedade 5.0, vamos trabalhar em convergência com as máquinas. É o melhor das máquinas com o melhor do ser humano voltado para criar valores."



CHIARA GDALETA

Futuro da moda

Comunicadora e estilista de formação, é criadora do Movimento Ecoera, que integra os mercados de moda, beleza e design com a sustentabilidade ambiental, social, cultural e econômica. É embaixadora do Pacto Global da ONU Brasil.

A moda reflete – e se transforma – diante de momentos de crise. Quais serão os impactos que essa pandemia vai deixar na moda? A moda sempre foi um reflexo do seu tempo. Na virada dos anos 2000, para mim, ela tinha perdido o foco. De um lado estavam o planeta e as alterações sofridas e a sociedade cada vez mais fragilizada, e do outro, a moda, absolutamente alienada. Foi assim que criamos do Movimento Ecoera, que desde 2008 dissemina informações e integra a sustentabilidade nos mercados de moda, beleza e design. Na época pré-pandemia, nossa luta foi mostrar para empresas a necessidade de fazer as mudanças que o mundo pedia. Com a chegada da pandemia, todo o mercado teve que entender na marra que a saúde vem em primeiro lugar: a minha, a sua e a do planeta. A pandemia acelerou a consciência.

O *comfort wear* vai pegar? A moda precisa refletir o seu tempo e vamos olhar mais para o essencial e o que realmente nos faz sentir bem.

Muito tem se discutido sobre o *revenge buying*, você acha que essa vai ser a postura dos consumidores no Brasil? Diferente de outros mercados mundiais, teremos que olhar primeiramente para a questão econômica e, nesse cenário, vamos ter a chance de valorizar o feito e produzido no Brasil.

O incentivo ao mercado local pode ser uma saída? No Movimento Ecoera já iniciamos campanhas de valorização do produto nacional, feito e produzido no Brasil. Dessa forma iremos garantir empregos.

Como podemos fazer a indús-

tria da moda ser verdadeiramente mais sustentável? A pandemia acelerou a necessidade de reavaliar prioridades e os consumidores estarão mais preocupados com a saúde, a sua, a do outro e a do planeta. As empresas que já haviam ingressado em uma jornada mais consciente e responsável, e começaram a implementar boas práticas em seus processos e produtos, estarão mais aptas a atender esse consumidor. O mercado de moda como um todo será mais atento desde o plantio da matéria-prima até o descarte. A transparência e a rastreabilidade serão premissas.

A Amazon anunciou o lançamento de uma nova loja para expor designers independentes dos EUA com apoio da Vogue US e do conselho de designers dos EUA. Como você analisa isso? Cada mercado terá que se REsignificar e se unir. No meu entendimento é a única forma de garantir a estabilidade da economia local. Precisamos valorizar o que está ao nosso redor e criar ambientes saudáveis, em termos econômicos, ambientais, sociais e culturais.

Muitas marcas querem ser consideradas "verdes", usam materiais de menor impacto, mas continuam com a produção em larga escala. Isso funciona? Para medir impacto é necessário fazer uma análise de ciclo de vida e cada peça, linha ou marca tem sua cadeia e seus processos. Cada empresa precisa medir seus reais impactos, negativos e positivos. As empresas alinhadas ao desenvolvimento sustentável geram relatórios, publicados em seus sites, com essas informações e estabelecem metas de redução. Tudo isso de forma aberta

e compartilhada com seus fornecedores, clientes e consumidores finais.

Como evitar o *greenwashing*?

As empresas precisam analisar sua cadeia de valor, não se amedrontar com possíveis descobertas inconvenientes. Esse é o primeiro passo para fazer mudanças e promover boas práticas. Quando uma empresa está atenta a seus processos, corre menos riscos. Na outra ponta, os consumidores, cada vez mais conscientes, buscam informações nas redes e já conseguem identificar quando as boas práticas são apenas uma jogada de marketing.

Quais marcas sustentáveis são boas inspirações? Empresas que usam sua força e governança para inspirar as outras, empresas que se unem em prol da sociedade e do meio ambiente. No mundo pós-pandemia, ficará claro e vamos poder escolher quais serão as marcas que compartilharão nosso guarda-roupa e nossas vidas.

"A pandemia acelerou a consciência."

EE
VV
LL
UU
CC
AA



Esta matéria é a segunda parte de uma trilogia que analisa os impactos da pandemia da Covid-19 a partir de três perspectivas: o recolhimento, a superação e a evolução.