



## **Sustentabilidade, Imagem e Economia:**

### **sobre a cosmovisão do Stakeholder Capitalism e do Fórum Econômico Mundial**

Tiago da Mota e Silva<sup>1</sup>

## **RESUMO**

Este trabalho discute a fixação da noção de sustentabilidade entre a elite econômica global, sob o que atualmente se entende por *stakeholder capitalism*. A pesquisa define como corpus as plenárias do Fórum Econômico Mundial disponíveis em seu canal de Youtube, todas realizadas entre 20 e 24 de janeiro de 2020, em Davos, na Suíça. Desenvolveu-se uma análise operacionalizando conceitos da Ecologia da Cultura e da Ecologia da Imagem, por meio de autores como Vicente Romano, Harry Pross, Hans Belting, Ernt Cassirer e Aby Warburg. Encontrou-se quatro principais tensões na cosmovisão do que é sustentabilidade no stakeholder capitalismo, a partir de um estudo ecológico da imagem: a confiança no progresso; o futuro profético; responsabilidades dos mercados e culpa dos governos; e o lugar da comunicação comunitária. Dentre as descobertas, constata-se que a acomodação do valor simbólico “sustentabilidade” é insatisfatória nestes ambientes. A paisagem industrial encontra-se determinada por signos exatos e conceituais que, descolados como estão da situação social, não são capazes de transmitir representação simbólica vinculante.

## **PALAVRAS-CHAVE**

Ecologia da Imagem; Sustentabilidade; Fórum Econômico Mundial; Stakeholder Capitalism; Economia e Comunicação.

### **1. A acomodação simbólica da “sustentabilidade”**

Por que parece ter tão difícil promover uma mudança no atual sistema econômico? A pergunta que mobiliza a redação deste artigo é a mesma que inspira Jung Mo Sung (2018) em seu livro *Idolatria do Dinheiro e Direitos Humanos*. Nele, Sung oferece uma leitura teológica do capitalismo. As respostas para essa pergunta não apontam apenas para a compreensão da econometria contemporânea: o cálculo da tributação, de incentivos, de financiamentos, de investimentos, etc. Apontam, sobretudo, para o entendimento da economia na sua face cosmológica. A disputa por um futuro mais justo e seguro não é travada apenas nas técnicas. Trata-se de disputa pelo próprio humano.

Neste começo de século XXI, há dois problemas que precisam de solução. De um lado, a brutal concentração de renda. De outro, a mudança climática. Sobre a desigualdade hoje, dados da Oxfam apontam que 2.153 bilionários no mundo concentram a mesma riqueza que 4,6 bilhões de pessoas, ou 60% da população mundial. O sociólogo Ricardo Antunes (2020) chama de virótica essa atual fase do capitalismo, caracterizada pela desantropomorfização do trabalho, sob comando do capital financeiro, que empurra para o Sul Global a indústria mais poluidora, destrutiva e com os piores salários nas piores condições. Uma estrutura que permite a acumulação de capital nas escalas mencionadas.

---

<sup>1</sup> Doutorando em Comunicação e Semiótica pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo e graduado em Jornalismo pela Faculdade Cásper Líbero, mesma instituição onde atualmente leciona as disciplinas de Teorias da Comunicação e Jornalismo, Cidadania e Ação Social.



# FACULDADE CÁSPER LÍBERO

Jornalismo, Publicidade e Propaganda, Relações Públicas, Rádio/TV e Internet  
Especialização e Mestrado em Comunicação

Não se trata, porém, de um acidente. Este é mesmo o capitalismo no seu objetivo mais primevo. Milton Santos (2005, p. 79) usou a expressão “dinheiro em estado puro” para descrever esse projeto:

O consumo, tornado um denominador comum para todos os indivíduos, atribui um papel central ao dinheiro nas suas diferentes manifestações; juntos, o dinheiro e o consumo aparecem como reguladores da vida individual. O novo dinheiro torna-se onipresente. Fundado numa ideologia, esse dinheiro sem medida se torna a medida geral, reforçando a vocação para considerar a acumulação como uma meta em si mesma. Na realidade, o resultado dessa busca tanto pode levar à acumulação (para alguns) como ao endividamento (para a maioria). Nessas condições, firma-se um círculo vicioso dentro do qual o medo e o desamparo se criam mutuamente e a busca desenfreada do dinheiro tanto é uma causa como uma consequência do desamparo e do medo (SANTOS, 2005, p. 79).

Desigualdade e mudança climática são, infelizmente, problemas correlatos. Até 2100, haverá uma diminuição de 75% da renda média nos países mais pobres, em comparação com um mundo sem aquecimento (BURKE, SOLOMON, EDWARD, 2015). Ainda deve-se levar em conta que países pobres ou em desenvolvimento têm a tendência de aumentar suas emissões de carbono e o uso de recursos fundamentais, como a água, na busca do padrão de consumo vivido no norte global. Isso em um planeta que já está pertíssimo do seu limite. Apenas em 2019, foram lançadas 37 bilhões de toneladas de dióxido de carbono na atmosfera, 50% a mais do que no ano 2000 e quase três vezes mais do que no ano 1970.

O sólido diagnóstico de que há uma relação causal entre a sociedade de consumo e a mudança climática despontou na década de 1970. A publicação do relatório “Limites do Crescimento”, de 1972, forneceu o entendimento científico suficiente para apontar as contradições da sociedade de consumo naquele momento. Desde então, já é sabido que as discussões ambientais não poderiam ser travadas sem seus aspectos econômicos, políticos e sociais. E o que se deu logo em seguida foi a dura tarefa de exprimir em uma mesma ordenação simbólica modos de reunir sentidos tão diferentes e, ao mesmo tempo, tão enlacrados. Essa é justamente a tarefa do termo “sustentabilidade”.

Segundo Vicente Romano, ordenações simbólicas são “constelaciones de signos que cuidan que las edades biológicas adopten funciones de acordo com el calendario sociológico y las mitologias y concepciones de la historia em que él se basen” (ROMANO, 1993, p. 29). Em outros termos, ordenações simbólicas são conjuntos de símbolos que utilizamos para interpretar a realidade imediata e, sobretudo, para organizar nossas experiências. Nossas ações passam a ser orientadas por esses conjuntos de valores conforme a capacidade destes de tornarem-se dominantes sobre a diversidade de ordenações que existem. Ordenar simbolicamente o mundo é um processo de comunicação. Essas ordenações determinam as próprias condições de vida, ao alinhar os ciclos sociológicos aos ciclos biológicos – por exemplo, ao alinhar ciclos de trabalho com nossas rotinas de sono ou de alimentação. Em meio a isso, o sujeito é aquele que precisa constantemente afirmar-se diante das forças distintas que diferentes ordenações exercem sobre ele. Sua existência é paradoxal: o sujeito ao mesmo tempo deve fazer parte das ordenações simbólicas, mas precisa manter sua distância para não se diluir nelas, ao risco de perder sua subjetividade caso ela não seja constantemente afirmada.

Harry Pross (1980, p. 64-65) separa as ordenações simbólicas em dois tipos: as ordenações egocêntricas e as dominantes. Por egocêntrico, não se refere a intenção pejorativa que o termo ganhou com o passar do tempo. Egocêntricas são apenas aquelas ordenações entendidas como apoio da autoconfiança e que, portanto, são essenciais para afirmação da subjetividade. São ordenações assertivas que partem da experiência do próprio sujeito como principal referência. Já as ordenações simbólicas dominantes são o fluxo de distintas



# FACULDADE CÁSPER LÍBERO

Jornalismo, Publicidade e Propaganda, Relações Públicas, Rádio/TV e Internet  
Especialização e Mestrado em Comunicação

ordens que se dão sobre os indivíduos e que em grande medida os determinam. Se há apenas ordenações egocêntricas, não há consenso possível. Porém, não se advoga pela formação de uma ordenação dominante que se sobreponha às egocêntricas. Mas de um processo de supraordenação (PROSS, 1980, p. 65) que garanta ao sujeito sua presença, sem diluí-lo ao todo, mas levando-o a um certo entendimento comum. Sustentabilidade é uma tentativa de ordenação simbólica dominante – ou, podemos dizer, de cosmovisão – que opera nesse tênue equilíbrio supraordenado, configurando seu primeiro e principal desafio.

Falar sobre mudança climática e desigualdade é o mesmo que confrontar os sujeitos em suas ordenações egocêntricas. Em primeiro lugar, porque recorda ao sujeito do fato de sua mortalidade e de sua transitoriedade -- que, por si só, já fere as ordenações de apoio à autoconfiança. Em segundo lugar, porque convida a um entendimento de coletivo e, por isso mesmo, ameaçador às ordenações egocêntricas. Isso porque, conforme Romano (1993, p. 27-28) explica, a incorporação da ordenação egocêntrica com seu ambiente se dá, primeiro, pelo o que é alcançável – o bebê toca a tudo e leva tudo à boca. Depois, conforme começa demarcar seu ambiente e sua esfera subjetiva, o sujeito passa a se diferenciar deste e o reconhece como o “Nós” passivo mediante ao próprio ritmo de desenvolvimento. Isso quer dizer que o sujeito tentará impor as suas representações sobre o seu entorno e sobre os outros, colocando-os em posição de receptores de seus símbolos egocêntricos. Romano (1993, p. 27-28) chama essa etapa da formação de sujeito de inocência infantil. Nela, espera-se que as ordenações sejam afirmativas em relação ao sujeito e apoiem sua autoconfiança. As ordenações dominantes geralmente oferecem o contrário: são negativas e relativizam a posição do sujeito egocêntrico em relação ao todo. Por isso, para a inocência infantil, deparar-se com ordenações dominantes é o mesmo que deparar-se com uma resistência. A superação dessa condição na formação do sujeito, portanto, pressupõe alguma forma de confrontação.

Além deste desafio, o da superação da inocência infantil, outro ainda se impõe: cosmovisões são difíceis de serem comunicada conceitualmente. Por isso, não devem ser expressas apenas discursivamente, mas também presentativamente (PROSS, 1980, p. 31), isto é, por outras modalidades simbólicas não-discursivas: gestos, imagens, performances, etc. O que faz com que a acomodação simbólica da sustentabilidade não possa ser estudada somente por aquilo que é intencional em sua comunicação, visto que essas modalidades não-intencionais são igualmente determinantes na sua fixação.

A história da sustentabilidade, então, pode ser compreendida tomando como partida esses dois desafios supracitados: o da superação da inocência infantil de maneira supraordenada e o do equilíbrio dos signos discursivos e presentativos, intencionais e não-intencionais, que compõem a sua ordenação. Tendo em consideração esses dois problemas, pode-se depreender que “sustentabilidade” terá, como característica, sua plasticidade; ou seja, sua capacidade de alterar sua significação quando submetida a tensões distintas e alterações nos contextos em que o termo será utilizado. Essa característica não é, em si mesma, prejudicial: afinal, é de se esperar que, para que aja uma supraordenação, disponha-se de tal aptidão para a adaptação das ordenações às necessidades dos sujeitos. Porém, essa qualidade também aproxima o termo “sustentabilidade” de uma panaceia. Corre-se o grave risco de que ele seja o termo que busca dar conta de todos os problemas, e por isso mesmo torne-se cada vez mais superficial. Ele ganha capacidade de aglutinar em torno de si significações distintas, o que torna rasos os consensos em torno de sua acomodação simbólica. Ou, como descreve Cristina Bonfiglioli,

[...] o termo sustentabilidade parece traduzir o antagonismo que o gerou: ele ainda se refere, a uma só vez, a uma meta racional-tecnocientífica e a um sonho poético de todo ativismo político. É a partir dessa diferença que, talvez, novas vias de acesso ao termo, à sua significação e as novas formas de ação possam surgir (BONFIGLIOLI, 2012, p. 115).



# FACULDADE CÁSPER LÍBERO

Jornalismo, Publicidade e Propaganda, Relações Públicas, Rádio/TV e Internet  
Especialização e Mestrado em Comunicação

Até os anos 1980, “sustentabilidade” era um termo técnico da engenharia agrônoma e florestal, e apenas alguns economistas o usavam para descrever a estabilidade do crescimento do Produto Interno Bruto de um país (BONFIGLIOLI, 2012, p. 96). O termo inicialmente alia duas noções: a de biocapacidade e a de resiliência. Biocapacidade é a medida de quão produtiva é uma área biologicamente, como pastos, áreas plantáveis, florestas ou áreas de pesca. Já resiliência é a noção numericamente quantificável do limite de exploração da mesma área. Essas duas noções, juntas, estão embutidas na significação considerada ampla e vaga da palavra sustentabilidade: quanto se pode explorar de uma região e até quais limites.

A origem dessa significação mais técnica é uma acumulação de termos que surgiram na virada entre os séculos XVII e XVIII na Alemanha (Nachhaltigkeit), na Inglaterra (Sustained Yield) e na França (Produit Soutenu). Era a época da explosão das ciências florestais diante da preocupação do esgotamento dos recursos naturais. A exploração de madeira naqueles anos era crescente graças à expansão da indústria naval e à produção de carvão que alimentava as máquinas e os meios de transporte (BONFIGLIOLI, 2012, p. 97). Embora o termo exista desde então, sua disseminação se deu muito mais tarde, a partir da criação da Comissão Mundial sobre o Meio Ambiente e Desenvolvimento, da ONU, e da publicação do documento *Nosso Futuro Comum*, de 1987. Nele, o uso do termo “desenvolvimento sustentável” é legitimado como conceito político e passa a ser compartilhado via processos multilaterais. Também é a partir desse momento que a “sustentabilidade” migra de uma noção de boa gestão dos recursos naturais para outros campos que envolvem a ecologia política, a Justiça Ambiental, formas de economia ecológica, o ambientalismo e a conservação da biodiversidade.

Em *The Complex History of Sustainability*, Dajalali e Vollaard (2008) identificam na história dos usos da sustentabilidade tanto um esforço logocêntrico em conceituá-la discursivamente por cientistas, economistas, biólogos e filósofos, mas também um determinado *páthos* da sustentabilidades articulado por filmes, games, livros e por outras criações artísticas. Esse *páthos* corresponde a um desejo de unidade ecológica planetária que servirá de inspiração para movimentos ecológicos e ambientalistas. Para a indústria, reduz-se a um desafio tecnológico, de continuar produzindo e expandindo o consumo, mas com maior eficiência energética. Para organizações ou corporações, um alvo de marketing.

O auge dessa tentativa de panaceia é a criação da Agenda 2030, pela ONU, com os chamados Objetivos do Desenvolvimento Sustentável, ou apenas ODS. Publicado em 2015, o documento estabelece 17 objetivos, cada um com suas metas específicas. Com ele, sustentabilidade é uma noção que busca alinhar valores de cooperação internacional, comércio justo, desenvolvimento econômico, desenvolvimento tecnológico, promoção de equidade, preservação da biodiversidade e erradicação da pobreza. A Agenda é resultado das experiências anteriores de intenção semelhante. A começar pelo relatório “*Nosso Futuro Comum*”, que definiu metas audaciosas de: 1) Diminuir consumo de recursos naturais, especialmente energéticos; 2) reduzir a dívida externa de países pobres e; 3) reorientar recursos militares. Já então, no entanto, havia a crítica de que essas metas não eram metrificáveis o bastante e não tinham coesão com políticas públicas nacionais. O problema se estendeu na formulação dos Objetivos do Desenvolvimento do Milênio (ODM), um desdobramento da convenção Rio 92. Tratava-se da tentativa de criar uma agenda que oferecesse um plano de ação factível com metas mais objetivas e quantificáveis, como reduzir pela metade pessoas sem acesso à água e saneamento ou ampliar acesso à energia. Essa tentativa continua em 2012, na Rio +20, quando definiu-se que uma transição para uma economia verde – isto é, de baixo teor de emissão de carbono – deveria ocorrer com o investimento de 2% do PIB global por ano.

Herdeira dessas discussões, a Agenda 2030 aprendeu com as críticas acumuladas e buscou precaver-se de: 1) Ter excessivas prioridades e objetivos não metrificáveis; 2) ter mais compromissos do que decisões; 3)





ser verticalizada, isto é, de ameaçar a soberania dos países participantes. Em outras palavras, a efetividade da Agenda em acomodar o que é “desenvolvimento sustentável” está em oferecer um consenso que seja aceito internacionalmente, mas cuja implementação, gestão e avaliação possa respeitar as agendas territoriais e locais. Enfim, em termos da comunicação, realizar uma **supraordenação**.

Por outro lado, a principal crítica que se faz a Agenda 2030 e ao próprio esforço de acomodação da sustentabilidade é esta: a de que ela não é suficientemente tensionadora. Conforme buscamos demonstrar anteriormente, desigualdade e mudança climática não são acidentes, mas êxitos do capitalismo virótico. Todavia, o imaginário político encontra-se prostrado à imagem de humano produzida pela cosmovisão neoliberal e, por isso, sua capacidade de imaginação para outras cosmovisões possíveis encontra-se bloqueada. A tentativa atual, portanto, não se coloca na direção de abandonar a sociedade de consumo, mas a de conciliá-la a esses novos anseios.

## 2. O Stakeholder Capitalism e o Fórum Econômico Mundial

É nesse ambiente de conciliação e pouco tensionador em que foram multiplicadas diferentes vertentes que buscavam reformar o chamado mercado, sem necessariamente romper com o compromisso da expansão da produção e do consumo. Na década de 1990, fortaleceu-se a tese do capitalismo de Base da Pirâmide, por Prahalad e Heart (2008), sobre o potencial de consumo da baixa renda em mercados emergentes e o paradigma de sua inclusão. Mais recentemente, nos anos 2000, ganhou força a tese do Valor Compartilhado, de Porter & Kremer (2006), que buscava viabilizar a administração de corporações orientadas a buscar benefícios sociais e econômicos ao mesmo tempo, por meio da redefinição da cadeia de valor de seus produtos. Ou ainda pode-se mencionar a iniciativa de negócios sociais, muito moldada pelo prêmio Nobel Mohamad Yunus, ou negócios de impacto socioambiental, idealizado pelo filantropo Ronald Cohen (2018), em linha com a crença na potência empreendedora e na inovação tecnológica como motores de transformação social.

De todas essas vertentes, a mais longeva é o chamado *Stakeholder Capitalism*. Ela se orienta a buscar mercados que beneficiem todos os *stakeholders* envolvidos na operação de uma empresa (SISODIA, 2011). Isto é, corporações cujo processo de decisão envolvam não apenas acionistas e executivos, mas também clientes, consumidores e públicos diretamente impactados pela cadeia de produção. A tese foi desenvolvida pelo professor de administração suíço Klaus Schwab. No ano de 1971, Schwab convidou mais de 400 executivos da Europa para o primeiro Simpósio Europeu de Gestão, cujo objetivo era o de discutir e solidificar sua tese. O encontro passou a ser conhecido como Fórum Econômico Mundial, a partir de 1987. De lá para cá, reuniões anuais do Fórum ocorrem em Davos, sempre em janeiro, e contam com a participação de executivos, governantes e ativistas do mundo todo. Tornou-se, também, o catalizador de pesquisas sobre questões relevantes para o capitalismo, como risco, planejamento e competitividade. Desde 2000, é um dos principais fomentadores do empreendedorismo social.

Sustentabilidade não é uma palavra-chave do *Stakeholder Capitalism*, ao menos não desde sua fundação. Mas seus princípios permitiram aglutinar o termo em anos recentes. São seis os seus valores de base: (FREEMAN R., E, MARTIN, K. & PARMAR, B., 2007, p. 311-312): 1) O valor de uma empresa é criado e comercializado pela busca coletiva em satisfazer desejos e necessidades, e portanto a atividade empresarial é também, sempre, social; 2) Uma empresa precisa engajar todos os seus *stakeholders*, e não privilegiar um determinado grupo; 3) Todos os participantes de um negócio devem estar dispostos a assumir uma responsabilidade pelas consequências de sua ação; 4) O valor pode ser criado e comercializado devido a própria diversidade de ações que diferentes indivíduos possuem e empregam; 5) São as empresas as



principais instituições que criam valores na sociedade; e 6) A concorrência entre empresas é um resultado emergente do capitalismo, e não a pré-condição deste.

Esses seis princípios mencionados são os que compõem a paisagem discursiva *do Stakeholder Capitalism*. Mas, como argumentamos, uma cosmovisão dificilmente se estabelece apenas discursivamente. No ano de 2020, o tema do Fórum Econômico Mundial, ocorrido entre 20 e 24 de janeiro, foi justamente sustentabilidade e políticas de combate à mudança climática e à desigualdade. Mas será o Fórum Econômico Mundial capaz de articular, de fato, uma cosmovisão? O que buscamos com esse artigo é compreender se a noção de sustentabilidade, uma vez aglutinada pela cúpula do capitalismo global representada no Fórum, apresenta-se capaz de gerir, de fato, uma nova imagem de humano (BELTING, 2005, p. 109) que supraordene simbolicamente respostas para a lógica de impasse de uma sociedade regida pelo dinheiro em estado puro.

### 3. Imagem e economia

Ordenações simbólicas não são imateriais. Quando as discussões pendem para signos discursivos, fica mais evidente uma certa vocação para o conceito e para abstração. Mas a longa vida dos símbolos não depende apenas do esforço logocêntrico, mas da sua fixação em processos comunicativos bastante concretos. Dependem sobretudo de algo que os evoque e lhes dê substância, as imagens. Segundo Baitello (2005, p. 17), “Símbolos são grandes sínteses sociais, resultantes da elaboração de grandes complexos de imagens e vivências de todos os tipos. Por isso as imagens evocam os símbolos e ao evocá-los, os ritualizam e os atualizam”. Ritualizar um símbolo é o mesmo que inseri-lo em um tempo circular, que se refaz. Christoph Wulf (2014, p. 201-202) demonstra como as configurações ritualísticas desempenham um papel central na criação de comunidades e convenções cotidianas. Rituais estão entre as formas de criar, circular e ensinar diferentes emoções. Ou seja, de comunicar um determinado *páthos*.

Para além do senso comum, entende-se a imagem, então, como engrama, como marca ou traço. Ou ainda, para utilizar o conceito de Warburg (2012, p. 43), imagens “[...] são engramas da experiência passional capazes de sobreviver como patrimônio hereditário da memória”. Em outras palavras, são gestos passionais que possuem uma história que conseguem se manter no tempo graças a sua ritualização. Conforme se solidificam, essas imagens não são meras representações, mas manifestações da vida psíquica condensadas em rituais, movimentos rítmicos ou até mesmo em explosões de prazer. Para compreender, portanto, a força das imagens em comunicar qualquer ordenação simbólica, é preciso entender que seus motivos são definidos por ações antes mesmo de serem definidos por conceitos.

Warburg (2015), aliás, auxilia na compreensão do papel cósmico das imagens. Isto é, ordenações simbólicas dominantes precisam ser evocadas por grandes complexos de imagens para oferecerem a nós uma cosmovisão sólida. Ao estudar sobre a influência da *Sphaera barbárica* na arte do Renascimento italiano, Warburg (2015, p. 289) conclui que o redescobrimto da Antiguidade Clássica, por meio da recuperação de suas imagens, não era um acontecimento apenas estético. Era a tentativa de enfrentar um mundo novo pela tradição do antigo. A imagem da antiguidade oferecia, então, as bases de uma cosmovisão que permitisse ao Ocidente a liberação da personalidade moderna. A astrologia se tornou influente desde então porque oscila entre uma consciência mítica, baseada por imagens, e uma consciência matemática, calculável, que também orientaria o humano a partir de então.

Warburg teve grande influência na obra de Ernst Cassirer (1976, 2005), cuja discussão sobre o conceito do mito gravita entorno desse mesmo entendimento. Segundo Cassirer (1976, p. 59), o mito brota de emoções



# F A C U L D A D E C Á S P E R L Í B E R O

Jornalismo, Publicidade e Propaganda, Relações Públicas, Rádio/TV e Internet  
Especialização e Mestrado em Comunicação

profundamente humanas, como o temor, a alegria, a ardente paixão. Mas uma imagem não é somente a expressão de cada uma dessas emoções. Ela permite intuí-las, transmutá-las em atitudes e, ao ritualizá-las, inseri-las ao patrimônio hereditário da memória. Isso quer dizer, transformam emoções em obras, persistentes e duradouras, que nos oferecem uma interpretação perene da realidade. Assim, vão nascendo cosmovisões que, por sua vez, nos oferecem certas imagens de humano. Por imagem do humano, entende-se, segundo Hans Belting (2005, p. 109) a busca por expressar uma ideia do que é o ser humano, ideia esta que não encontra nenhum consenso desde a dissolução do cristianismo como condutor desse processo.

Mas nós não vivemos mais na era dos mitos. Segundo Cassirer (2005), nas mitologias, há uma cosmologia acompanhada sempre de uma antropologia. A imagem de humano estaria orientada por uma forma de ordenação egocêntrica, portanto, na qual se espera que o universo confirme aspectos do próprio humano e de sua personalidade. Portanto, é um olhar introvertido que produz imagens transcendentais (CASSIRER 2005, p. 13-14). A passagem da cosmologia mítica do mundo antigo para a cosmologia religiosa do mundo medieval dependeu de imagens que concebesssem o humano não como um ser homogêneo, como nos mitos, mas indecifrável e ambíguo. O humano que outrora se via nas estrelas, no mundo religioso cristão, permanece egocêntrico, mas é um ser dual, dividido pelo pecado, feito à imagem de um Deus que também é obscuro e abstrato, no sentido de que não está sujeito a qualquer explicação racional e não se revela a não ser pela própria encarnação (CASSIRER, 2005, p. 26-27).

Mas, como Belting apontou, a dissolução da cosmovisão religiosa não deu passagem para ainda outra imagem de humano suficientemente vinculadora. Segundo Cassirer (2005, p. 29) o espírito científico da Modernidade rompe as barreiras da ordem natural com a ordem humana, e com isso morre a pretensão da humanidade ter função no universo, presente na Antiguidade, ou da humanidade como projeto da Criação, como no mundo religioso. O humano agora é um ponto evanescente, humilhado pela compreensão crescente que se tem de um universo físico sem exigências morais. A matemática renuncia do desejo de fazer de sua vida particular o padrão universal. Mais tarde, a biologia evolucionista livra o pensamento moderno da ilusão de causas finais. Não à toa, a dissolução do cristianismo é recebida com negatividade e medo. Os símbolos dominantes entram em crise. Mas, a crise do símbolo não é a crise da imagem. Como define Norval Baitello (2005, p. 14) “[...] não é o suporte que se esvazia, senão os símbolos que se perdem quando se inflacionam e esvaziam as imagens. A crise da visibilidade não é uma crise das imagens, mas uma rarefação da sua capacidade de apelo”.

Quando a capacidade apelo da imagem é enfraquecida, são necessárias mais e mais imagens para dar conta de emoções ainda não objetificadas e solidificadas. Esse é um momento grave de nossa história. Segundo Vicente Romano (2008, p. 32), um dos efeitos desse esvaziamento e desse excesso da reprodutibilidade das imagens é uma sociedade de discursos vazios. Em outros termos, a sociedade que perde a capacidade de articular presentativamente, também perde sua capacidade de gerir discursivamente seus conceitos. Considerando o papel de compreensão de emoções que há na ritualização das imagens (WULF, 2014, p. 209), esse esvaziamento representa a incapacidade de abraçar e de expressar as próprias emoções.

Porém, conforme argumenta Belting (2005, p. 109) a busca por uma nova imagem de humano é uma tentação, não necessariamente uma solução. Segundo Baitello (2005, p. 16), “[...] símbolos que se desgastam não apenas desmoronam, como também podem abrir caminho para falsas saídas. Quando o estado falha e a religião não mais congrega, imagens vazias podem se oferecer a assumir o vácuo [...]”. É nesse vazio que a economia se oferece como a principal propositora e gestora de imagens na sociedade contemporânea. A economia é a ordenação simbólica, de fato, que busca ser agregadora e unificadora – não a política, nem a religião. O que busca-se fixar por meio da “sustentabilidade” só se dá, portanto, sob ordenações econômicas.



Mas isso não quer dizer que a economia realize essa tarefa de forma plenamente satisfatória. Pelo excesso de reprodutibilidade de suas imagens, o próprio termo “economia” se tornou uma noção vaga e imprecisa. Em nome dela, justificam-se tanto as barbáries quanto as mais puras intenções. O teórico da comunicação Harry Pross ajuda a entender o porquê. Segundo ele,

A paisagem industrial euroamericana está determinada, graças ao domínio do conhecimento conceitual e da consciente utilização de sistemas de signos exatos, por todo um conjunto de sistemas indicadores que, separados como estão da situação social, tem em si certas funções denotativas, mas não transmitem representação alguma vinculante (PROSS, 1989, p. 27).

A economia, entendida como a disciplina que estuda a obtenção e utilização de recursos materiais, tornou-se, com o tempo, um conhecimento discursivo cada vez mais abstrato que se encontra deslocado do seu vínculo com a vida cotidiana. Segundo Pross (1989, p. 28), quanto mais os sistemas discursivos são acessíveis a um número limitado de pessoas, mais aumenta o déficit cognitivo da sociedade em entendê-los. Como resultado, a palavra “economia” ganha teor quase sempre negativo no debate público, passando a ser o conceito da aceitação de uma disforia entre suas normas e o espaço social e cultural que ela deveria gerir.

Por esse mesmo motivo, devemos reinterpretar a noção de economia. A economia é o símbolo discursivo com a vocação de ser o conceito da gestão das realidades, sejam elas espirituais, intelectuais ou materiais. São geridas economicamente, inclusive, as tentativas de imagens de humano, que buscam objetificar e solidificar emoções ainda mal compreendidas. A economia é a maneira como gerimos a totalidade do visível e do perceptível.

Mas para aprofundar esse argumento, faz-se necessária uma breve exploração arqueológica do termo e das imagens de humano que ele articula, conforme faremos a seguir.

### 3.1 Origem filosófica

O que o termo economia pretende afirmar, modernamente, guarda pequena memória com o que ele pretendia na Antiguidade. A economia grega é, primeiro, um conceito filosófico, e não econômico. Vale a pena repetir: “economia” vem do grego *Oikos*, que quer dizer casa ou lar – o mesmo *Oikos* que leva à palavra ecologia. É a noção, portanto, da gestão doméstica, mas não apenas isto. O termo *oikonomía* parece ter surgido em Xenofonte, sendo objeto de um tratado, como também o fez Aristóteles. Segundo a historiadora Marie-José Mondzain (2013), tanto em Xenofonte quanto em Aristóteles, “o discurso econômico é um logos que confere estatuto epistêmico e finalidade à meditação sobre a administração e a gestão da vida doméstica [...]” com o objetivo de “[...] meditar, de maneira ao mesmo tempo filosófica e prática, sobre a gestão da fortuna privada” (MONDZAIN, 2013, p. 37). Nos autores clássicos, o discurso econômico não pode ser separado da reflexão sobre as utilidades e sobre a otimização dos benefícios em busca de um bem-estar.

Aristóteles atribuiu ao econômico a ação prática de utilizar os recursos necessários para a boa vida. Sem o bom funcionamento da vida doméstica, não haveria coesão social possível. O econômico precede o político, então, porque oferece as condições para o segundo. A economia também deve ser conforme a natureza, porque a natureza já atribui papéis e funções para todas as espécies. É uma noção habitada pela ideia providencial de “finalidade orgânica e de harmonia funcional” (MONDZAIN, 2013, p. 38) entre todas as coisas, agindo no sentido da máxima coesão entre utilidade e bem-estar. A natureza é econômica na medida em que é compreendida enquanto organização funcional e, como tal, deve-se mimetizá-la.





A imagem de humano gerida pela economia da Antiguidade é aquela transcendental criada por um olhar introvertido. Isto é, de um humano que se espelha sobre a natureza e nela encontra resolução para suas significações particulares. De modo geral, *oikonomía* implica “a organização funcional de uma ordem, visando a um lucro, material ou não. O modelo dessa ordem é natural, mas a boa gestão dessa economia nas sociedades requer a análise das situações e a intervenção humana para melhor servir aos fins” (MONDZAIN, 2013, p. 39).

### 3.2 Origem religiosa

O termo economia foi o conceito que permitiu formular a unidade e pluralidade divina da Santa Trindade quando da formação da Igreja, tendo sido usado por Tertuliano e Hipólito, no século III. A noção de economia enquanto lei natural, presente entre os autores clássicos mencionados, é apropriada pelo sistema patrístico e ganha uma nova camada: a harmoniosa lei da natureza que dá função para todas as espécies é entendida, agora, enquanto harmoniosa obra divina da Salvação. Deus é um economista por excelência, porque administra a criação e porque planejou a vitória sobre o pecado do mundo. Nesse sentido, a imagem do humano aqui é fortemente ambígua: de um alguém dividido pelo pecado e gerido por uma vontade benigna, embora misteriosa. Mais tarde, entre os séculos VIII e IX, economia é o termo-chave que permitiu à Igreja Romana o uso de ícones em seus cultos, afastando qualquer acusação de idolatria.

Deus se fez carne, em Cristo, para cumprir sua obra. A encarnação é o que torna Deus visível e, assim sendo, a imagem do Pai pode ser distribuída em sua manifestação histórica, o Filho. Ora, se o Pai se torna imagem, por meio do corpo da Virgem, a Igreja pode dispor da mesma economia, com o uso de ícones, desde que se mantenha fiel ao objetivo da Salvação. A economia aparece, então, como um conceito de mediação entre o visível e o invisível. Entre a realidade perceptível e o próprio imaginário. Enquanto a teologia logocêntrica se depara sempre com o entrave daquilo que escapa a compreensão, o Deus que usa da economia encarnacional se faz conhecer presentativamente: mostra a sua face pela Trindade.

O uso dos ícones legitimou a influência da Igreja, seu poder temporal, e possibilitou sua capilarização por toda a Europa, e posteriormente por todo o Ocidente. Porque, uma vez gerida economicamente, a imagem divina, agora materializada em diferentes suportes, pode espalhar-se pelo continente e adequar-se aos diferentes ambientes. Em suma, pelo prisma religioso, a economia é o conceito da distribuição e da administração das visualidades e das sensorialidades. É esse entendimento que, no presente momento, nos auxilia a desvendar as diferentes operações simbólicas e estratégicas que legitimam os atuais rituais econômicos: aquelas que tratam sobre o acesso e a circulação das sensorialidades que sustentam a imagem de humano no capitalismo.

### 3.3 Origem alquímica

Por fim, a origem alquímica da economia também poderia ser discutida enquanto uma origem mágica. Na cultura, o ato mágico é aquele que imagina coisas abstratas (nomes, números, labirintos, criaturas mitológicas) e as traz ou pretende trazê-las a uma realidade, em forma de poderosas imagens (WULF, 2005, p. 133). Assim, torna objetos, animais e outros elementos em relíquias e bestas do imaginário. É a compreensão do ato mágico que une a alquimia a própria história da invenção da economia moderna.

Há 5 mil anos, o ouro foi extraído pela primeira vez, no Egito. Um metal dourado e brilhante, de altíssima durabilidade, e que pode ser manipulado facilmente em diferentes formas. Por essas características, atribuiu-



# FACULDADE CÁSPER LÍBERO

Jornalismo, Publicidade e Propaganda, Relações Públicas, Rádio/TV e Internet  
Especialização e Mestrado em Comunicação

se ao ouro qualidade divinas, tornando a tentativa da sua criação artificial uma atividade sagrada. Assim nascia a alquimia, ato mágico também praticado por diversos outros povos antigos (gregos, babilônios, mesopotâmicos, persas, chineses) e que se tornou uma das principais disciplinas da Idade Média da Europa, inclusive entre padres da Igreja.

Ao reduzir os quatro elementos (água, fogo, terra e ar), os alquimistas buscavam chegar à quintessência, ou a prima matéria. A partir dele, poderia produzir-se a pedra filosofal, aquela que retira de qualquer metal sua essência sagrada, o ouro. Os alquimistas acreditavam que havia duas formas externas de prima materia: o enxofre e o mercúrio. O primeiro, representava as coisas sólidas e quentes, o sol e o fogo. Enquanto o segundo, as coisas líquidas e frias, a lua e a água. Era preciso casar coisas opostas para produzir a pedra filosofal. Retirar do chumbo o ouro era, portanto, buscar a matéria essencial presente em todas as coisas. O chumbo, terreno e transitório, transmutado em algo divino e eterno simbolizava a conquista do homem sobre o tempo e sobre a mortalidade. Segundo Mircea Eliade (1978, p. 169), os fornos dos alquimistas estão “no próprio cerne de um retorno ao caos primordial, de uma tentativa de cosmogonia”; em outras palavras, ao tomar para si a atitude de moldar e transmutar a natureza, o homem se põe no lugar do tempo.

A atitude simbólica da economia moderna possui a mesma motivação que a ação mágica alquímica. Porém, em vez de transformar chumbo em ouro, faz algo ainda mais ousado: transforma papel-moeda em uma forma simbólica capaz de interpretar todas as coisas e dar valor a todas as coisas. Quem percebeu essa operação, porém, não foi um semiótico, mas sim o autor alemão Johann Wolfgang von Goethe (1749-1832), na segunda parte do drama Fausto, publicada em 1832. No livro Dinheiro e Magia (2011), o economista alemão Hans Christoph Binswanger oferece um aprofundado estudo sobre como, por meio do personagem Fausto, Goethe elaborou uma crítica à economia moderna e ao dinheiro.

Binswanger (2001, p.63-65) demonstra como a criação do papel-moeda em Goethe possui em seu interior a própria operação alquímica da junção do mercúrio e do enxofre. Ao primeiro, nota-se um processo de liquidez mercurial – termo muito usado nas ciências econômicas que descreve a facilidade de um ativo em se converter em dinheiro em uma troca econômica. O ouro que está debaixo da terra é elevado à superfície e posto em circulação pelo papel-moeda. Torna-se líquido em um ato de imaginação e oferece lastro ao papel, dando a ilusão de que a qualquer momento qualquer credor poderia pedir ao imperador por sua parte em ouro<sup>2</sup>.

O segundo estágio do processo alquímico, relacionado ao enxofre, é a solidificação ou coagulação. Com a criação do dinheiro, há a ameaça de inflação. Esse dinheiro, então, precisa materializar-se em valor concreto e seguro por meio da instituição da propriedade. A propriedade, então, é capaz de atrair mais dinheiro. Segundo Binswanger,

A obra máxima no campo da economia é a criação de um valor monetário artificial. Trata-se da criação de valor por meio de fatores que não são atribuíveis ao esforço humano e não podem, portanto, ser explicáveis de maneira causal, em termos econômicos. É por isso uma criação de valor que se baseia na bruxaria ou uma magia (BINSWANGER, 2011, p. 79).

---

<sup>2</sup> Desde Nixon, o dólar não é mais lastreado no padrão ouro. Hoje há a moeda fiduciária, que não é mais vinculada a algum recurso material, e sim na relação de confiança que um Banco Central gera – o que permitiu a criação do câmbio flutuante e títulos bancários. Mergulhamos ainda mais então numa economia que se baseia num ato imaginativo, até o cúmulo da abstração: as criptomoedas.



As operações mágicas presentes na obra máxima da economia são, segundo Binswanger (2011, p. 79-80): 1) a liquidez que transforma objetos materiais em valor mensurável; 2) a conquista da propriedade, associada às paixões humanas da violência, da cobiça e da avareza; 3) a multiplicação da velocidade e a expansão do transporte (representada pela empresa marítima de Fausto); 4) a expansão das forças de produção e multiplicação do trabalho não-humano; e 5) o poder da invenção e do progresso tecnológico. A percepção da origem alquímica da economia se opõe à teoria econômica clássica cuja tese é de que toda riqueza é gerada pelo trabalho. Embora o trabalho não seja desprezível, a junção dessas forças imaginativas cria valores excedentes, inexplicáveis pelo esforço humano.

## 4. As imagens de humano geridas pela economia

O dinheiro, enquanto a criação humana mais genuína, é o maior exemplo que temos de uma imagem de humano gerida economicamente. Nele está a experiência passional que, como vimos, tenta interpretar de maneira unívoca a experiência humana e possui uma memória: da visão da natureza idílica, da confrontação com o divino e do domínio da realidade via operações mágicas. A economia é, então, o modo de gerir essas imagens, graças ao dinheiro enquanto seu ícone que garante a estas sua capilaridade. Sua face econométrica e discursiva tenta ser objetiva, mas o *páthos* pressuposto nela também qualifica seus objetos. Por isso, na história do capitalismo contemporâneo, poderíamos encontrar três momentos da imagem do humano quando interpretada pelo econômico:

### 4.1 A imagem do humano pelo progresso

A alegoria de Walter Benjamin em Teses sobre o Conceito de História permanece sendo um dos textos mais críticos à economia do progresso. Nela, o Anjo da História é lançado ao futuro por uma tempestade que o arremessa na direção paraíso. Por conta desses fortes ventos o Anjo se vê impedido de mitigar o desastre que se acumula a sua frente. A essa tempestade dá-se o nome de progresso: um futuro profético em que se promete para o amanhã o paraíso e é incapaz de impedir a catástrofe hoje. O texto de Benjamin influenciou fortemente Theodor Adorno, na sua Dialética do Esclarecimento, em que o progresso aparece com características de uma dominação que encontra veículo graças à coisificação do espírito que reduz as relações dos humanos até que o indivíduo se transmute “[...] a um ponto nodal das reações e funções convencionais que se esperam dele como algo objetivo” (ADORNO, 1985, p. 35). O progresso, para Adorno, é o resultado de um posicionamento entre sujeito – o homem – e objeto – a natureza – que permitiu ao humano distanciar-se do mundo ao seu redor e desencantá-lo, ao ponto de transformá-lo sempre em matéria prima para o seu projeto. Assim, todas as formas de significação se tornam auxiliadoras da atividade econômica (ADORNO, 1985, p. 37).

### 4.2 A imagem do humano pelo desenvolvimento

O progresso se atualizou sobretudo a partir do pós-guerra. Sua função em um mundo profundamente ferido pelo progresso é, agora, o de orientar a construção de uma nova visão de processo social. Em 1948, a Declaração Universal dos Direitos Humanos é um marco dessa outra fase da imagem de humano gerida economicamente. Por meio dela, tenta-se estabelecer essa imagem a partir da referência euroamericana. Daí, nasce o entendimento de que os benefícios do progresso devam ter uma distinção universal. Enquanto humana, a pessoa tem direitos que são inalienáveis a sua essência, mas ao mesmo tempo esses direitos encontram-se associados a um padrão de consumo dos países do norte, o que absolutamente contraditório. Ou, conforme definiu Celso Furtado (1974, p. 16), estabelece-se a crença de que o padrão de consumo da



minoria da sociedade é aquele considerado minimamente digno e que deve ser rapidamente expandido para o terceiro mundo.

Os povos periféricos a este padrão de consumo se encontram, então, mobilizados por essa imagem a aceitar enormes sacrifícios, legitimar formas de exploração e justificar as dependências que lhe são impostas porque seus olhos continuam orientados pela promessa da universalização do desenvolvimento. Segundo Milton Santos (2013), a compreensão desse mecanismo precisa fazer parte do próprio conceito de pobreza. “A medida da pobreza é dada, antes de mais nada, pelos objetivos que a sociedade determinou para si própria” (SANTOS, 2013, p. 18); isto é, a pobreza não implica apenas um estado de privação material, mas também a situação de um indivíduo diante dessa imagem de humano gerenciada economicamente.

### 3.3 A imagem do humano pelo livre mercado

O desenvolvimento foi materializado enquanto forma de política econômica na figura do Estado do Bem-Estar Social, cujo auge se deu na década de 1960, tornando possível a contingente conciliação entre a democracia e o capitalismo. Mas a partir da década de 1970, o Estado do Bem-estar Social passa a ser desmoralizado em meio às crises fiscais nos países europeus, à dificuldade de harmonizar gastos públicos e a brutal competitividade que vinha da Ásia. A falha, portanto, na promessa de uma criação universal de um padrão de consumo é o que está por trás de sua crise. Além disso, percebiam-se os efeitos do divórcio entre o capital e o trabalho: esta configuração de Estado que depende do trabalho formalizado para tecer sua rede de segurança social entra em descrédito diante do anúncio de uma economia alquímica na qual o trabalho humano não é central na geração de valor. Em 1974, Frederick Hayek ganha o Prêmio Nobel e uma tese até então periférica assume papel central de uma outra fase da imagem de humano: o neoliberalismo.

O neoliberalismo realiza duas tarefas. A primeira foi a de compreender o sistema econômico a partir de dois pólos: o crescimento econômico e a garantia de direitos sociais e bem-estar. A segunda tarefa é tratá-los de maneira dicotômica e supostamente irreconciliável, direcionando a escolha para um dos lados. É com o neoliberalismo que a economia deixa de ter a vocação para a mediação e passa a ter a vocação para a interdição. Era preciso renunciar à pretensão de construir uma sociedade mais igualitária via a economia.

O semioticista tcheco Ivan Bystrina (1995) descreve como as estruturas simbólicas são invariavelmente assimétricas, apresentando um polo negativo mais forte que o positivo. A primeira e mais simples possibilidade de solução para essa assimetria – e portanto, a mais primitiva – é, justamente, a identificação de polos em sistemas binários. O neoliberalismo opera nesse campo: diante de um impasse, parte para a percepção binária e não oferece algum elemento mediador entre essas duas partes. Logo em seguida, realiza o que Bystrina chama de inversão: aquilo que é identificado positivamente passa a ser identificado negativamente, aquilo que é identificado negativamente passa a ser identificado positivamente. No caso, a imagem de humano neoliberal opera a inversão ao ignorar a recomendação da solidariedade e desmoralizar o papel humano na construção do progresso, colocando o *laissez-faire* como seu único agente. É um ambiente tecido por oposições binárias e de uma concepção negativa e desencantada do papel humano na construção do progresso.

### 5. Pode a sustentabilidade oferecer outra imagem de humano?

Mas a própria cosmovisão neoliberal já demonstra esvaziamento discursivo, colocando o mundo em um estado de buscar por novas imagens que deem conta da crise. Segundo Jung Mo Sung (2018, p. 60), diante do diagnóstico das mudanças climáticas, instauram-se três objetivos diferentes nessa economia: aumentar a





produção e o consumo, universalizar um padrão de vida e, por fim, melhor gerir nossos recursos naturais. Com isso, dá-se a necessidade de sair de uma oposição binária para entrar no que Bystrina (1995) chamava de oposições pluriarticuladas: em vez de dois polos, três ou mais. A composição de tríades permite a mediação entre polos até então considerados opostos. Dá-se, então, a ambivalência de certos conceitos que recebem, ao mesmo tempo, sinais positivos e negativos. Assim sendo, entre desenvolvimento, justiça social e meio ambiente, a economia precisa gerir mediações. Entre eles, há pontos de contato.

A resposta retrógrada, é claro, fica com a expansão do consumo, e nega as crises da desigualdade e climática. Mas o caminho da expansão do capitalismo que não ignora a crise climática renova a confiança no desenvolvimento tecnológico como forma de continuar expandindo o consumo e criar o mínimo impacto ambiental. Porém, é a rota que continua com a concentração de renda e reconhece que o padrão de vida capitalista é mesmo para poucos.

Outro ponto de contato é aquele que combate a própria ideia de desenvolvimento e os modos de consumo. Seria possível, então, criar um padrão de consumo para propor um novo ideal de vida, este sim universalizável, pautado por novas relações com o meio ambiente e novos hábitos: redução de uso de plástico, veganismo, uso de energias renováveis. Porém, essa saída ainda padece em responsabilizar demasiadamente o indivíduo no combate contra impactos ambientais negativos. Ou, ainda, poderíamos citar o ecossocialismo, como proposta que enfoca principalmente a justiça social e a preservação ambiental a partir de uma revisão plena de nosso sistema de produção por meio de medidas anticapitalistas.

Há, porém, uma tentativa de articular os três pólos embaixo de um mesmo termo: a sustentabilidade, ou desenvolvimento sustentável. A “sustentabilidade” aparece, então, enquanto uma ordenação simbólica pluriarticulada que busca gerir economicamente uma nova imagem de humano. Se a tarefa da “sustentabilidade” é, também, cosmogônica, ela implica também na condensação de seu *páthos*: um sentimento de solidariedade e pertencimento a uma ordem cósmica maior que o próprio indivíduo. Isso nos leva a refletir sobre o maior risco que há na capacidade do termo “sustentabilidade” em gerir economicamente o problema da mudança climática. O mesmo ocorre com o próprio termo “economia”: distanciar-se de seu *páthos* e aprofundar-se no desenvolvimento de um conhecimento discursivo cada vez mais abstrato e restrito, mas que se encontra descolado de valor simbólico vinculante justamente por não ser capaz de promover ações suficientemente significativas que possam ser ritualizadas por imagens. Infelizmente, foi isso que se viu na reunião do Fórum Econômico Mundial de 2020, que discutiu justamente o tema das mudanças climáticas.

#### 4. As 4 tensões do Fórum Econômico Mundial

Os valores enunciados pelo *Stakeholder Capitalism* encontram intensa sinergia com essa última opção mencionada, a sustentável, de buscar aliar-se justiça social, preservação ambiental e expansão dos mercados. Porém, como mencionados, essa ordenação encontra-se submetida a tensões distintas que, embora lhe garantam plasticidade, tornam seu consenso cada vez mais raso e frágil. Por isso mesmo, não há razões para concluir que seja o Fórum Econômico Mundial o local de solidificação de uma imagem de humano que dê conta da atual crise. Isso porque sua ordenação simbólica não resiste a quatro principais tensões, que detalharemos adiante. Para chegarmos a essas conclusões, analisamos os painéis da edição de 2020 do Fórum, ocorrido entre 21 e 24 de janeiro, cujos vídeos estão disponíveis em sua página no Youtube. Ao todo, acompanhamos 10 vídeos dos painéis, aqueles que tratavam diretamente do tema sustentabilidade ou da mudança climática, em busca daquilo que desenvolvemos enquanto características importantes de sua acomodação simbólica.

#### 4.1 O progresso e os mercados

As motivações que permanecem as mesmas no *stakeholder capitalism* é a crença no mercado livre no papel da administração das realidades e a crença na inovação tecnológica. Como tal. O *páthos* presente, portanto, é ainda o do Anjo da História, que é o mesmo *páthos* dos profetas do deserto. Nele, segundo Cassirer (2005, p. 94) o futuro torna-se um imperativo. Não é apenas uma previsão, mas uma promessa. O anúncio do “fim dos tempos” contém, ao mesmo tempo, uma esperança de novos dias, de um novo céu e uma nova terra. Fala, portanto, do poder simbólico do humano em aventurar-se para além dos limites da sua existência finita. O mercado, então, assume sua vocação alquímica.

#### 4.2 O futuro profético

Quando a sustentabilidade passa a ser incorporada por essa cosmovisão, torna-se transcendente. Isto é, não comunica sobre a vida comunitária e a posição cósmica de cada pessoa que mobiliza a mudança de certos hábitos no presente. Mas transcende o presente, torna-o irrealizável, porque convida a uma existência no além de uma entidade que pretende aglutinar os desejos, chamada mercado.

Há dois tempos diferentes, então, quando o assunto é o combate à mudança climática. No painel do Fórum, de 21 de janeiro, intitulado *Avoiding the Climate Apocalypse* a presidente da Associação das Mulheres e Povos Indígenas do Chade, Hindou Ibrahim, indagou em relação aos prazos das metas globais contra mudança climática: “2050? Sério? Quando chegarmos em 2050, não haverá mais solução para o meu povo. Estamos morrendo agora”. Ela continuou: “Dizer que a nossa casa está pegando fogo é apenas uma expressão para os europeus, mas não para os povos indígenas. É literalmente nossa casa. Dependemos da floresta para nossa comida, nossa farmácia, nossa educação.” Se o tempo da sustentabilidade não encontra com o tempo da vida, o próprio símbolo que essa imagem busca evocar começa a se esvaziar. Isso porque o tempo da sustentabilidade se torna um tempo mercantilizado (ROMANO, 1998, p. 86): o tempo que é convertido em dinheiro. Isto é, enquanto ícone, o dinheiro administra até mesmo os prazos para o combate à mudança climática.

Mas o grande arauto profético da reunião, e por isso mesmo absolutamente descolado do presente, foi o ex-presidente americano Donald Trump. Embora seja ele uma figura repulsiva para os ativistas pelo meio ambiente, sua fala não destoia completamente do *stakeholder capitalism*. Em seu discurso, ele anunciou: “um mercado crescente e vibrante, focado no futuro, eleva o espírito humano e excita criatividade suficientemente potente superar todo desafio.” E ainda completa: “Se as pessoas são livres para inovar, todos vivemos vidas mais longas e felizes.”

#### 4.3 A Responsabilidade do mercado, a culpa do governo

A resposta dos executivos para justificar a falta de ações imediatas e significativas se dá entorno da dificuldade em mensurar um novo tipo de progresso, voltado à questão ambiental, e como melhor reportá-lo. Essas métricas ainda não são unificadas e consensuadas, tornando mais difícil responsabilizar as empresas pelo seu impacto ambiental negativo. Ou assim pelo menos respondeu Guido Fierer, chefe de investimentos da Swiss Resinsurance Company, no painel do dia 22 de janeiro que anunciou um fundo de investimentos europeu voltado a empresas que agem na direção da neutralidade de carbono até 2050. A mensagem do painel repete a mensagem do Fórum: coloca no mercado, principalmente no setor financeiro, a



responsabilidade por liderar a mudança. As empresas seriam as principais instituições de produção de valor e solução na sociedade.

Nesse esquema, os governos, porém, são colocados em posição pejorativa. Enquanto o setor privado tem responsabilidade, o público é culpabilizado. Oliver Bäte, por exemplo, CEO da Allianz, em painel do dia 21 de janeiro, convidou o setor financeiro para desfinanciar iniciativas poluentes, mas afirmou que as ações do setor privado são fúteis sem que os governos criem os parâmetros, métricas e incentivos. Guido Fierer seguiu o mesmo argumento. Pensar em termos de *stakeholders*, então, vulgariza e esvazia a noção de público. Deixa de ser um conceito de gestão da coisa comum, e passa a ser o conceito da gestão do conjunto de interesses.

A preocupação com métricas é legítima do ponto de vista administrativo desse capitalismo financeiro. Por meio delas, o capitalismo irá operacionalizar suas ações. Quanto mais as métricas se solidificam, mais elas aparentam ser absolutamente objetivas e “naturais”; ou seja, mais elas escondem o *páthos* que as permeiam. Mas, do ponto de vista comunicacional, elas apenas setorizam e restringem o entendimento do assunto, gerando o que Pross chamou de “déficit cognitivo”. Sustentabilidade vai se tornando, assim, um assunto de grandes investidores e empresários. Com o esvaziamento da noção de público, esse mercado jamais é capaz de criar o vínculo simbólico necessário estabelecer um consenso, ou alcançará um consenso raso e fragilizado entorno de seus próprios interesses.

#### 4.4 O lugar da comunicação comunitária

Harry Pross (1980, p. 63-64) explica como a formação de um consenso em torno de um assunto qualquer depende de uma difícil supraordenação. Para alcançá-la, ordenações simbólicas distintas precisam se encontrar em territórios intermediários para serem capazes de acomodar um certo campo de entendimento. Nesse sentido, a reunião de Davos se oferece, literalmente, dessa maneira: um espaço de neutralidade, nos gélidos Alpes suíços, onde é possível apaziguar diferenças e identificar pontos de contato. O tema do espaço, então, tal qual o tema do tempo, assume na dinâmica social da comunicação papel formador. Como afirma Vicente Romano (1998, p. 189), a ação social se efetua, sempre, em espaços concretos que, por sua vez, são capazes de assumir formas culturais. Por isso mesmo, a comunicação é tanto criadora quanto estabilizadora de espaços culturais: lugares modificados por comportamentos, símbolos e imagens.

No painel *Securing a Sustainable Future for the Amazon* realizado em 22 de janeiro, o aspecto da territorialidade veio à tona. A etóloga e primatóloga estado-unidense Jane Goodall dividiu a experiência que teve na década de 1990 com um programa ligado à sua fundação de preservação das florestas tropicais na Tanzânia. Seu objetivo era o de introduzir planejamento familiar entre as comunidades que exploravam a floresta e desenvolver práticas de microcrédito, numa visão de que era a pobreza da região a responsável pelo avanço do desmatamento e da exploração de recursos naturais. Mas enquanto um punhado de norte-americanos brancos chegavam às pessoas e, simplesmente, as diziam o que fazer, a iniciativa permanecia com dificuldades. Foi somente quando sua fundação contratou uma equipe de oito tanzanianos para visitar as comunidades e perguntar a elas o que, de fato, necessitavam que o projeto deslanchou. Antes de Goodall, Hindou Ibrahim já havia afirmado que as empresas precisam dos povos indígenas para desenhar suas políticas ambientais. Por outro lado, o ministro da Economia brasileiro, Paulo Guedes, não aprendeu essa lição. Guedes afirmou no dia 21 de janeiro, no painel *Shaping the Future of Advanced Manufacturing*, que o pior inimigo do meio ambiente é a pobreza.



## 5. Considerações Finais: a força da imagem, a fragilidade do conceito

O sucesso da acomodação e da supraordenação do que quer dizer sustentabilidade, por fim, depende dos espaços culturais nas quais ela se sustenta. No Fórum Econômico Mundial, há uma disforia entre os espaços mercantizados e os espaços culturais, de fato, onde as ações precisam ser significativas. Do conforto de um ar condicionado, é muito mais fácil permitir que números, aparentemente objetivos, responsabilizem, por exemplo, os mais pobres, e até mesmos os nativos, pela devastação ambiental. Porém, como vimos, a pobreza não é um dado econométrico, simplesmente, mas consequência dos objetivos de uma imagem de humano. Enquanto os discursos são geridos na distante Suíça, e não nas florestas e nas vilas, o vínculo simbólico da imagem que ainda busca estabelecer-se, pelo contrário, continua a se esvaziar. Obviamente, são necessárias tensões para que a sustentabilidade venha a dizer o que precisa dizer. Porém, vinculada como está à imagem de humano neoliberal, pode simplesmente não ser capaz de resistir às suas contradições.

## 6. REFERÊNCIAS

- ADORNO, T.W; HORKHEIMER, M. **Dialética do esclarecimento**: fragmentos filosóficos. Rio de Janeiro: Zahar, 1985.
- ANTUNES, R. **Coronavírus: o trabalho sob fogo cruzado**. São Paulo: Boitempo, 2020.
- BAITELLO, N. **A era da Iconofagia**: ensaios de Comunicação e Cultura. São Paulo: Hacker Editores, 2005.
- BELTING, H. **Por uma antropologia da imagem**. *Concinitas*, a. 6, v. 1, n. 8, pp. 65-78, 2005.
- BINSWANGER, H. C. **Dinheiro e magia**: uma crítica da economia moderna à luz do Fausto de Goethe. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.
- BONFIGLIOLI, C. **Sustentabilidade: uma palavra, muitas significações**. In: Di Felico, M. Torres, J. Yanaze, L. *Redes digitais e sustentabilidade: as interações com o meio ambiente na era da informação*, pp. 95-128. Annablume: São Paulo, 2012.
- BURKE, M.; SOLOMON, M. H.; MIGUEL, E. **Global non-linear effect of temperature on economic production**. *Nature* 527, p. 235–239, 2015.
- BYSTRINA, I. **Soluções Simbólicas para a assimetria dos códigos culturais**. Palestra proferida para a Pós-graduação em Comunicação e Semiótica da PUC-SP, 1995. Disponível em <http://cisc.org.br/porta1/index.php/pt/biblioteca/viewdownload/21-bystrina-ivan/69-solucoes-simbolicas-para-a-assimetria-dos-codigos-culturais.html> . Acesso em 16/11/2020.
- CASSIRER, E. **O Mito do Estado**. Rio de Janeiro: Zahar, 1976.
- CASSIRER, E. **Ensaio sobre o Homem**: Introdução a uma filosofia da cultura humana. São Paulo: Martins Fontes, 2005.
- DJALALI, A.; VOLLAARD, P. **The complex HIstory of Sustainability**: Na index of trends, authors, projects and fictions. *Archis Volume#18*, Dez. 2008.
- ELIADE, M. **Mito e realidade**. São Paulo: Perspectiva, 2016.





# FACULDADE CÁSPER LÍBERO

Jornalismo, Publicidade e Propaganda, Relações Públicas, Rádio/TV e Internet  
Especialização e Mestrado em Comunicação

FREEMAN, R. E., MARTIN, K., & PARMAR, B. **Stakeholder Capitalism**. *Journal of Business Ethics*, 74(4), 303–314, 2007.

FURTADO, C. **O mito do desenvolvimento econômico**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1979.

MONDZAIN, M. J. **Imagem, ícone, economia: as fontes bizantinas do imaginário contemporâneo**. Rio de Janeiro: Contraponto Museu de Arte do Rio, 2013.

PRAHALAD, C. K; HART, S. L. **The Fortune at the Bottom of the Pyramid**. In: *Estratégia e Negócios*, Florianópolis, v. 1, n. 2, jul./dez. 2008.

PORTER, M. E; KRAMER, M.R. **Strategy and Society: The Link Between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility**. In: *Harvard Business Review*. Dec., 2016.

PROSS, H. **Estructuras simbólicas del poder**. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, 1980.

PROSS, H. **La violencia de los símbolos sociales**. Barcelona: Anthropos, 1989.

ROMANO, V. **Desarrollo y Porgreso: Por uma Ecología de la Comunicación**. Hondarribia: Hiru Argitaletxea, 1993.

ROMANO, V. **El tiempo y el espacio en la comunicación: la razón pervertida**. Hondarribia: Hiru Argitaletxea, 1998.

ROMANO, V. **La formación de la mentalidad sumisa**. Barcelona: El Viejo Topo, 2007.

SANTOS, M. **Por uma outra globalização: do pensamento único à consciência universal**. Rio de Janeiro: Record, 2006.

SANTOS, M. **Pobreza Urbana**. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2013.

SISODIA, R. S. **Concious Capitalism: A Better Way to Win**. In: *California Management Review*, Vol. 53, n. 3, 2011.

SUNG, J. M. **Idolatria do dinheiro e direitos humanos: uma crítica teológica do novo mito do capitalismo**. São Paulo: Paulus, 2018.

WARBURG, A. **El Atlas de Imágenes Mnemosine**. Vol. 1. Coyoacan: UNAM, Instituto de Estéticas, 2012.

WARBURG, A. **Histórias de fantasmas para gente grande: escritos, esboços e conferências**. São Paulo: Companhia das Letras, 2015.

WULF, C;. **Antropologia da Educação**. Campinas: Editora Alínea, 2004.

WULF, C. **A Criação Mimética e a Circulação de Emoções: um estudo de caso**. In: BATEILLO, N; WULF, C. (Orgs.). *Emoção e Imaginação: Os Sentidos e as Imagens em Movimento*. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2014.