



RELATÓRIO ESPECIAL

Mudança na América Latina: a vez dos comunicadores

Madri, junho de 2017

d+i desenvolvendo
ideias

LLORENTE & CUENCA

1. INTRODUÇÃO
2. OS NOVOS VELHOS PROBLEMAS
3. CONSEQUÊNCIAS DOS NOVOS VELHOS PROBLEMAS
4. É A CULTURA DELES, IDIOTA!
5. PARA MUDAR A CULTURA, ESSA É A HORA DOS COMUNICADORES

AUTOR

I. INTRODUÇÃO

Com este ano marcando o 50º aniversário da publicação *Cem Anos de Solidão* de Gabriel García Márquez, lembramos como um movimento literário como o Realismo Mágico tomou conta do cenário cultural da América Latina por várias décadas no século XX, e com ele, o conceito estético de mostrar o estranho, o mágico e o surreal em algo mundano, racional e comum.

A América Latina mudou tanto? Apesar dos esforços de García Márquez e outros expoentes desta tendência, as borboletas amarelas ou o voo da bela Fernanda têm cada vez menos a ver com a realidade da América Latina. Termos incomuns e extraordinários, como “hiperinflação”, “crise bancária” e “inadimplência” mostraram uma realidade econômica melhor definida por termos como “responsabilidade monetária”, “consolidação fiscal”, “revisão dos gastos públicos” e “manutenção dos objetivos de inflação”. Estamos enfrentando uma América Latina que não é mais especial ou “mágica”, que perdeu sua singularidade e enfrenta os mesmos problemas que qualquer outra região do mundo: crescimento moderado, contenção da dívida, implementação de políticas fiscais. Venezuela e Cuba, as únicas exceções, confirmam a regra da busca pelo equilíbrio e a tendência à normalidade.

Quanto aos valores do Fundo Monetário Internacional para a região, as previsões de crescimento são de aproximadamente 1 % a 1,5 % por cento em 2017, com um aumento maior nos principais países, com o apoio da recuperação dos preços das matérias primas e condições financeiras relativamente favoráveis. Não se deixe enganar, querido leitor, este não é um perfil macroeconômico de um país escandinavo ou da Cingapura ou Suíça. Ainda estamos falando sobre a América Latina.

Se a racionalidade se impôs no nível econômico, também encontramos mudanças importantes no nível político: no Peru, é a primeira vez nos últimos cem anos que quatro mandatos sucessivos mudaram de forma ordenada, por meio de processos eleitorais democráticos. Os partidos políticos se alternam sem confusão e, após uma oportuna mudança constitucional, podem permanecer no poder por vários anos. Os Kirchners ou os Correas transferem seus cargos para a oposição ou aliados, mas, em qualquer um dos casos, dão um passo para trás, ou para o lado, para que os outros assumam as rédeas do destino de seus países.

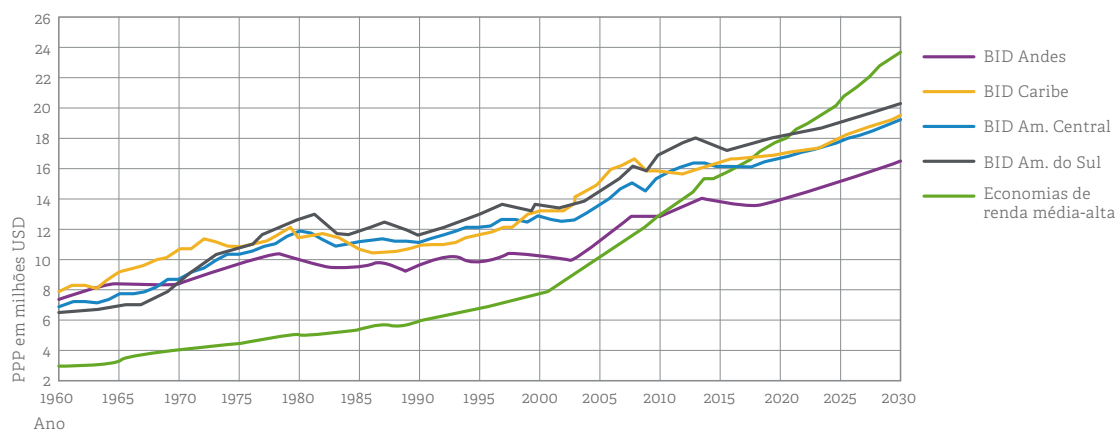
Isso é civilizado demais? Certamente. Isto é o exigido, em alguns casos enfaticamente, por um novo grupo social, até então desconhecido na região e que se consolidou como o grande arquiteto da transformação: **a classe média**. De acordo com dados do Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID), mais de 60 % da população da América Latina, um novo recorde pode ser atribuído a este grupo social, o que nos permitiria afirmar, sem exagero, que a região segue em direção a uma “sociedade de classes médias”.

Não há mágica nisso, mas uma melhoria social efetiva e sólida que, sem dúvida, ultrapassou a macroeconomia: a implementação de políticas públicas efetivas e intensas voltadas para questões sociais, saúde, educação, etc., o que permitiu uma redução significativa da pobreza e miséria, levando a melhorias na geração de emprego e oportunidades educacionais sem precedentes. A CEPAL (Comissão Econômica das Nações Unidas para a América Latina e o Caribe) indicou em seu relatório Panorama Social da América Latina de 2016 que as despesas com questões sociais na região atingiram em média o recorde histórico de 10,5 % do PIB em 2015.

Contudo, para uma das regiões mais desiguais do mundo, com índice de GINI de 0,46, que é considerado alto, esses esforços sociais só terão resultados se aplicados de forma sistemática e contínua, alimentando esta classe média que busca estabilidade, segurança, crescimento e melhoria.

Então, se, por um lado, ninguém na região espera um super ciclo de commodities para salvá-los e colocar a taxa de crescimento em 7 %, nem, por outro lado, teme que a hiperinflação colocará a política de preços em risco, então o que realmente preocupa a América Latina?

Figura 1: PIB per capita (PPP). Histórico e previsões.



Fonte: Latin America and the Caribbean 203: Future Scenarios

"Na América Latina, existe desconfiança nas instituições, nos partidos políticos, no governo, nas empresas, até mesmo nas pessoas"

2. OS NOVOS VELHOS PROBLEMAS

Existe um ditado no Caribe que diz: "Quando você tem feijão no prato, você se preocupa com a televisão." É um conceito apropriado, que mostra como, depois de atender às necessidades básicas, você começa a se preocupar com outros aspectos do seu ambiente e da sua comunidade.

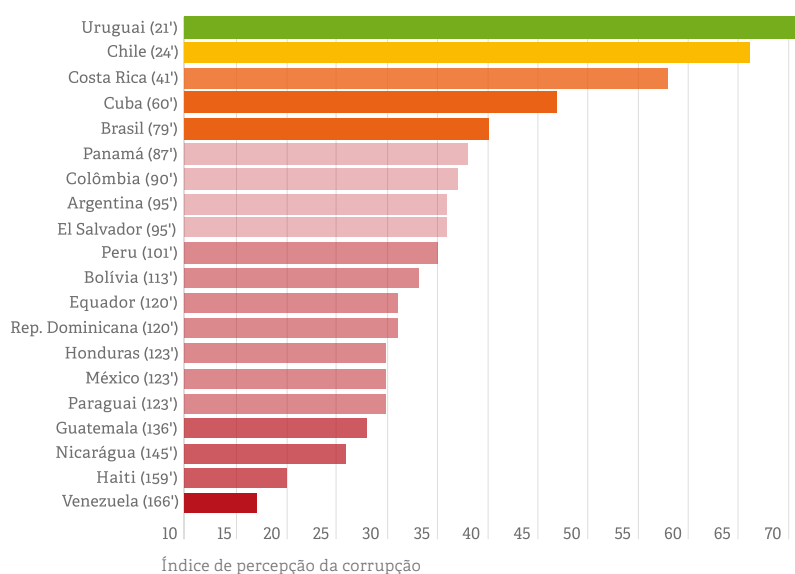
Nesse sentido, uma das primeiras consequências do surgimento da classe média, onde o foco econômico origina outras necessidades, é como o que tradicionalmente era uma questão mais local se tornou um dos problemas básicos principais na América Latina: o problema da confiança.

Curiosamente, parece haver um consenso muito amplo sobre o assunto, estamos falando da falta de confiança que permeia todos os níveis. Na América Latina, existe desconfiança nas instituições, nos partidos políticos, no governo, nas empresas e até mesmo nas pessoas. Os dados da Latinobarómetro são categóricos a este respeito: nenhum poder escapa das suspeitas dos cidadãos, com níveis de 70 % ou mais deles expressando pouca ou nenhuma confiança nos governos ou partidos políticos no poder executivo, ou em câmaras legislativas ou mesmo no sistema judicial, em que mais de três quartos da população têm confiança. O último grupo que mantinha um certo nível de confiança, formado pelas empresas e organizações corporativas, tem recebido um nível maior de desconfiança por parte da população, chegando a quase 60 %.

Este contexto de insatisfação, por um lado, com as instituições democráticas e, por outro lado, com as pessoas que as controlam, é a receita perfeita para uma outra faceta típica do "jeitinho local" para alcançar níveis genuinamente perturbadores: aqui nos referimos, é claro, ao tormento da corrupção na América Latina.

De acordo com o índice de percepção da corrupção, medido todos os anos pela Transparência Internacional, podemos ver que os vários países latino-americanos têm percepções negativas sobre os níveis de

Figura 2: Ranking da corrupção na América Latina*



* O ranking começa com o mais corrupto (superior) e termina com o menos corrupto (inferior), e o índice de 100 (corrupção mínima) a 0 (corrupção máxima).

Fonte: Infobae, com base nos dados do índice de percepção da corrupção da Transparência Internacional.

“Esta rejeição do enriquecimento ilegal passou de uma irritação em nível individual para a esfera pública”

corrupção que existem no setor público, embora, considerando a heterogeneidade da região, não seja possível generalizar ou simplificar muito.

Contudo, duas situações recentes transformaram radicalmente a percepção da corrupção na América Latina: primeiro, de acordo com uma análise do Real Instituto Elcano, a questão da corrupção agora ocupa um lugar importante na agenda pública de muitos países, começando com o Brasil, a Guatemala, o Chile, Honduras, etc., que têm visto a corrupção debatida no parlamento, criticada pela população e, claro, se tornou alvo da mídia. Esta rejeição do enriquecimento ilegal passou de uma irritação em nível individual para a esfera pública, levando a manifestações em massa nas ruas e à rejeição da impunidade tradicionalmente conferida a esse tipo de comportamento.

Por outro lado, os principais casos de corrupção empresarial, alguns até em nível regional, viram uma mudança qualitativa na análise deste fenômeno: a privatização da corrupção. O foco é mais geral, já que o funcionário público não é mais o único infrator, pois os dedos estão apontados para a empresa corrupta, embora sempre estivesse lá.

Com a perda de confiança e a corrupção, o terceiro elemento que devemos destacar neste mapa dos novos problemas latino-americanos se refere ao **cumprimento da lei**. Na América Latina, se existe abundância de alguma coisa, é de regras; as políticas públicas estão sistematicamente em todas as áreas de intervenção do Estado: regras, regulamentos, em alguns casos na vanguarda da invenção normativa, abrangem amplamente todas as áreas em que o cidadão precisa de um conjunto de regras para ser governadas.

Então onde está o problema? Está simplesmente no fato de que as regras não são obedecidas. Na maioria dos países, as políticas públicas são bem planejadas e criadas, mas depois surge um momento de fraqueza na falta de implementação e cumprimento.

Para o Professor García Villegas, da Universidade Nacional da Colômbia, quebrar as regras na América Latina nem sempre é um ato excepcional, pelo contrário. Isso pode se tornar a norma geral, como é o caso das violações das regras de trânsito, comércio de rua e, pior ainda, o desrespeito aos regulamentos fiscais, ficando à margem da legislação em vigor, provocando uma mudança na própria lei ou apenas o não cumprimento indefinido, tornando as regras obsoletas.

“Esse comportamento pode se tornar socialmente “tolerado”, embora não “aceito” e, às vezes, em casos de não conformidade por parte dos políticos, chega a ser recompensado nas eleições”

Nesse sentido, aqueles que não obedecem às leis não recebem uma rejeição social ruidosa e seu comportamento, ao invés de ser atípico, é considerado normal e, até certo ponto, está regulamentado nas sociedades em que vivem. Em geral, tanto eles como a sociedade não consideram essa desobediência às leis como um ato criminoso e nem mesmo como um distúrbio à ordem.

Tomando o exemplo do não cumprimento das regulamentações fiscais, devemos ter consciência das implicações disso: a falta de conformidade está tão enraizada na sociedade que esse comportamento pode se tornar socialmente “tolerado”, embora não “aceito” e, às vezes, em casos de não conformidade por parte dos políticos, chega a ser recompensado nas eleições. Ninguém duvida da dificuldade que é cobrar impostos na América Latina.

3. CONSEQUÊNCIAS DOS NOVOS VELHOS PROBLEMAS

O fato de que a sociedade latino-americana mudou de um foco estritamente econômico para outros, como a falta de confiança, corrupção e o não cumprimento das leis e, com um componente mais social e baseado em percepções, isso também leva a mudanças no

comportamento dos cidadãos. Mais uma vez, insisto, esses problemas não são novos e não nos surpreendemos com a existência deles. O que é realmente novo é que eles agora fazem parte da agenda pública e eles estão aqui para ficar, ocupando espaço por direito próprio.

De acordo com o Departamento de Pesquisa do BID, os cidadãos latino-americanos apoiam firmemente a democracia, mas estão insatisfeitos, como já vimos, com as instituições que os representam e os resultados das políticas públicas aplicadas. Esta falta de confiança e a dúvida sobre se a aplicação das leis, em um contexto de corrupção sem fim, levam os cidadãos latino-americanos a tolerar certas políticas públicas que, institucionalmente, são um tiro no pé.

A desconfiança com relação ao futuro provoca a preferência por políticas que trazem benefícios no curto prazo, embora seus custos no longo prazo possam ser muito altos. Por exemplo, o conceito de “pensão de aposentadoria” não está muito bem estabelecido devido à subestimação no futuro e à preferência pelo curto prazo. De acordo com os dados do BID, apenas 17 % da população receberá pensão na América Latina. Da mesma forma, as políticas com efeitos visíveis e tangíveis

“A cultura de obedecer às regras ou a cultura da legalidade é essencial para alcançar a coexistência integrada, marcada pela solidariedade e que, sem dúvida, favorece a produtividade”

são as preferidas, em relação a outras mais qualitativas ou com efeitos de longo prazo.

Nesse novo contexto, outras políticas mais aceitas socialmente são aquelas que envolvem transferências ou subsídios, e não aquelas que melhoram a construção de recursos públicos. É a ideia de um benefício pessoal relativamente próximo em comparação a um benefício coletivo relativamente distante e que não envolve confiança.

4. É A CULTURA DELES, IDIOTA!

Todas essas novas questões parecem ter um elemento em comum, da natureza, e não da economia, que pertence a outro nível de análise: a cultura.

Os economistas fizeram a lição de casa e passaram no teste de estabilização da economia e construção das bases que permitem o crescimento sustentável. Mas agora, o que de fato preocupa é a construção de uma base civil sólida que assuma a cultura dos direitos e deveres, de autocrítica e autorregulação, para que as pessoas protestem quando outros desobedecem. A cultura de obedecer às regras ou a cultura da legalidade é essencial para alcançar a coexistência integrada, marcada pela solidariedade e que, sem dúvida, favorece a produtividade.

O elemento estrutural, o DNA dessas novas questões, tem um componente cultural profundamente enraizado que constrói o comportamento social à sua própria imagem, de acordo com as percepções que os cidadãos desenvolvem nos territórios em que atuam e em relação às comunidades com as quais eles interagem.

Buscando a definição mais simples, cultura é o conjunto de crenças que governam o comportamento das pessoas. Quando digo cultura, eu me refiro a três tipos de conceitos: crenças, atitudes e comportamentos. As crenças permitem que as atitudes dos cidadãos sejam moldadas com base na realidade social e essas atitudes se mostram como comportamentos.

De acordo com Antonio Díaz, Diretor do The Last Mile, “toda cultura influencia o comportamento por meio de punições mais ou menos explícitas ou por meio de recompensas. Mas a coerção só funciona enquanto a recompensa ou punição prevalece e desde que não exista prêmio ou punição maior em outra direção.”

Se o cidadão acredita que, ao pagar seus impostos e contribuir com a sociedade, ele também se beneficiará, sua atitude será totalmente colaborativa com as regras fiscais, uma atitude positiva para cumprir essas regras

“A cultura é a única instituição que não vem com manual que ensina como mudá-la”

será que ele paga os impostos que voltam para ele... mas, o que acontece se a crença for que não há benefícios pessoais ao pagar os impostos? E se houver essa atitude negativa diante as regras fiscais? E se a atitude for “deixe que o outro pague”?

Então, não há necessidade de mudar as regras, ou torná-las mais coercivas, ou adicionar novos regulamentos ou projeções econômicas melhoradas. A cultura é que precisa mudar.

5. PARA MUDAR A CULTURA, ESSA É A HORA DOS COMUNICADORES

José Juan Ruiz, economista e Diretor do Departamento de Pesquisa do BID, foi bem claro em uma conferência recente realizada em Madri: “A cultura é a única instituição que não vem com manual que ensina como mudá-la.”

É tão difícil assim fazer acontecer uma mudança cultural? Sem dúvida alguma, pois há impacto nos valores, crenças, atitudes e comportamentos. O problema está no fato de que todos esses elementos estão na base da sociedade, gerando uma barreira de proteção para que as coisas permaneçam como estão. As crenças são construídas com base em percepções intangíveis que levam a convicções que influenciam as atitudes dos cidadãos.

Se falarmos sobre a análise das percepções, a gestão dessas percepções intangíveis, a capacidade de convicção e influência, não estamos nos referindo às ferramentas e aos territórios que são o domínio dos comunicadores?

A cultura pode ser modificada. Para isso, as crenças que geram antigos hábitos devem ser tratadas, provocando uma mudança de comportamento: não seria mais aceitável na América Latina vender coisas nas ruas, deixar de colocar placas nos carros ou não pagar impostos. A nova crença será que, cumprindo suas obrigações, o principal benfeitor é o próprio cidadão e, assim, o resto da sociedade.

Ninguém está dizendo que isso é fácil, mas é sem dúvida possível ao desenvolver um plano estratégico de mudança, onde os territórios são definidos com base nas crenças que devem



ser combatidas, e identificar as comunidades com percepções equivocadas. Estes serão os primeiros passos desta difícil tarefa. A partir daí, uma nova narrativa será criada, que permite aos cidadãos compreender que eles são os principais beneficiários desse novo comportamento.

A próxima fase é encontrar “agentes da mudança” que promovam esse processo difícil. Em particular, a comunicação servirá como um elemento estrutural das partes envolvidas, permitindo um diálogo ativo entre os públicos relevantes envolvidos nesta transformação.

O desafio está em inserir gradualmente confiança entre os cidadãos latino-americanos. Para isso, o compromisso de governos e instituições é essencial para promover uma autêntica “união para mudança”. Planejamento, coordenação, recursos e, posteriormente, supervisão e mediação.

Chegou a hora de encarar este novo desafio na sociedade latino-americana. Com bases econômicas que estão sendo consolidadas e que permitem o desenvolvimento econômico e social de forma sustentável, sempre com seus altos e baixos lógicos e esperados, é a hora de realizar mudanças culturais. E nós, os comunicadores, estamos prontos.

Autor



Claudio Vallejo é Diretor Sênior da Latam Desk da LLORENTE & CUENCA, na Espanha. Formado em Direito e com graduação em Estudos Avançados de Comunicação pela Universidad Complutense de Madrid, possui especialização em relações internacionais e marketing internacional pela University of Kent, em Canterbury, no Reino Unido. Trabalhou como consultor sênior para a KREAB, empresa multinacional de comunicação estratégica e assuntos públicos. Como diretor de comunicação, prestou seus serviços para várias empresas importantes de vários setores, como CODERE, ENCE, SOLUZIONA, e foi responsável pela comunicação internacional da empresa de energia UNION FENOSA. Antes da sua experiência empresarial, Claudio foi agregado comercial no Gabinete Comercial da Embaixada da Espanha em Quito, no Equador.

cvallejo@llorentecuenca.com

S/A LLORENTE & CUENCA

DIREÇÃO CORPORATIVA

José Antonio Llorente
Sócio fundador e presidente
jalloriente@llorenteycuenca.com

Enrique González
Sócio e CFO
egonzalez@llorenteycuenca.com

Adolfo Corujo
Sócio e diretor geral corporativo de
Talentos, Organização e Inovação
acorujo@llorenteycuenca.com

Carmen Gómez Menor
Diretora Corporativa
cgomez@llorenteycuenca.com

DIREÇÃO AMÉRICAS

Alejandro Romero
Sócio e CEO Américas
aromero@llorenteycuenca.com

Luisa García
Sócia e COO América Latina
lgarcia@llorenteycuenca.com

Erich de la Fuente
Sócio e CEO EUA
edela Fuente@llorenteycuenca.com

José Luis Di Girolamo
Sócio e CFO América Latina
jldgirolamo@llorenteycuenca.com

DIREÇÃO DE TALENTO

Daniel Moreno
Diretor de Talento
dmoreno@llorenteycuenca.com

Marjorie Barrientos
Gerente de Talento
para Região Andina
mbarrientos@llorenteycuenca.com

Karina Sanches
Gerente de Talento para
Cone Sul
ksanches@llorenteycuenca.com

ESPANHA E PORTUGAL

Arturo Pinedo
Sócio e diretor geral
apinedo@llorenteycuenca.com

Goyo Panadero
Sócio e diretor geral
gpanadero@llorenteycuenca.com

Barcelona

María Cura
Sócia e diretora geral
mcura@llorenteycuenca.com

Muntaner, 240-242, 1º-1ª
08021 Barcelona
Tel. +34 93 217 22 17

Madrid

Joan Navarro
Sócio e vice-presidente
Assuntos Públicos
jnavarro@llorenteycuenca.com

Amalio Moratalla
Sócio e diretor sênior
amoratalla@llorenteycuenca.com

Jordi Sevilla
Vice-presidente de
Contexto Econômico
jsevilla@llorenteycuenca.com

Latam Desk
Claudio Vallejo
Diretor sênior
cvallejo@llorenteycuenca.com

Lagasca, 88 - planta 3
28001 Madrid
Tel. +34 91 563 77 22

Impossible Tellers

Ana Folgueira
Diretora geral
ana@impossibletellers.com

Diego de León, 22, 3º izq
28006 Madrid
Tel. +34 91 438 42 95

Cink

Sergio Cortés
Sócio. Fundador e presidente
scortes@cink.es

Muntaner, 240, 1º-1ª
08021 Barcelona
Tel. +34 93 348 84 28

Lisboa

Tiago Vidal
Diretor geral
tvidal@llorenteycuenca.com

Avenida da Liberdade nº225, 5º Esq.
1250-142 Lisboa
Tel. +351 21 923 97 00

EUA

Miami

Erich de la Fuente
Sócio e CEO
edela Fuente@llorenteycuenca.com

600 Brickell Ave.
Suite 2020
Miami, FL 33131
Tel. +1 786 590 1000

Nova Iorque

Latam Desk
Salomón Kalach
Diretor
skalach@llorenteycuenca.com

Abernathy MacGregor
277 Park Avenue, 39th Floor
New York, NY 10172
Tel. +1 212 371 5999 (ext. 374)

Washington, DC

Ana Gamonal
Diretora
agamonal@llorenteycuenca.com

10705 Rosehaven Street
Fairfax, VA 22030
Washington, DC
Tel. +1 703 505 4211

MÉXICO, AMÉRICA CENTRAL E CARIBE

Cidade do México

Juan Arteaga
Diretor geral
jarteaga@llorenteycuenca.com

Rogelio Blanco
Diretor geral
rblanco@llorenteycuenca.com

Av. Paseo de la Reforma 412, Piso 14,
Col. Juárez, Del. Cuauhtémoc
CP 06600, Cidade do México
Tel. +52 55 5257 1084

A Havana

Pau Solanilla
Diretor geral
psolanilla@llorenteycuenca.com

Sortis Business Tower, piso 9
Calle 57, Obarrio - Panamá
Tel. +507 206 5200

Panamá

Javier Rosado
Sócio e diretor geral
jrosado@llorenteycuenca.com

Sortis Business Tower, piso 9
Calle 57, Obarrio - Panamá
Tel. +507 206 5200

Santo Domingo

Iban Campo
Diretor geral
icampo@llorenteycuenca.com

Av. Abraham Lincoln 1069
Torre Ejecutiva Sonora, planta 7
Tel. +1 809 6161975

REGIÃO ANDINA

Bogotá

María Esteve
Sócia e diretora geral
mesteve@llorenteycuenca.com

Av. Calle 82 # 9-65 Piso 4
Bogotá D.C. - Colombia
Tel. +57 1 7438000

Lima

Luis Miguel Peña
Sócio e diretor sênior
lmpena@llorenteycuenca.com

Humberto Zogbi
Presidente
hzogbi@llorenteycuenca.com

Av. Andrés Reyes 420, piso 7
San Isidro
Tel. +51 1 2229491

Quito

Alejandra Rivas
Diretora geral
arivas@llorenteycuenca.com

Avda. 12 de Octubre N24-528 y
Cordero - Edificio World Trade
Center - Torre B - piso 11
Tel. +593 2 2565820

Santiago de Chile

Francisco Aylwin
Presidente
faylwin@llorenteycuenca.com

Néstor Leal
Diretor
nleal@llorenteycuenca.com

Magdalena 140, Oficina 1801.
Las Condes.
Tel. +56 22 207 32 00

AMÉRICA DO SUL

Buenos Aires

Daniel Valli
Diretor geral e diretor sênior
de Desenvolvimento de
Negócios Cone Sul
dvalli@llorenteycuenca.com

Av. Corrientes 222, piso 8. C1043AAP
Tel. +54 11 5556 0700

Rio de Janeiro

Juan Carlos Gozzer
jcgozzer@llorenteycuenca.com

Rua da Assembleia, 10 - Sala 1801
RJ - 20011-000
Tel. +55 21 3797 6400

São Paulo

Marco Antonio Sabino
Sócio e presidente Brasil
masabino@llorenteycuenca.com

Juan Carlos Gozzer
Diretor geral
jcgozzer@llorenteycuenca.com

Rua Oscar Freire, 379, Cj 111,
Cerqueira César SP - 01426-001
Tel. +55 11 3060 3390



**d+i desenvolvendo
ideias**
LLORENTE & CUENCA

Desenvolvendo Ideias é o Centro de Ideias, Análise e Tendências da LLORENTE & CUENCA.

Porque estamos testemunhando um novo modelo macroeconômico e social. E a comunicação não fica atrás. Avança.

Desenvolvendo Ideias é uma combinação global de relacionamento e troca de conhecimentos que identifica, se concentra e transmite os novos paradigmas da comunicação a partir de uma posição independente.

Desenvolvendo Ideias é um fluxo constante de ideias que adianta os avanços da nova era da informação e da gestão empresarial.

Porque a realidade não é preta ou branca existe **Desenvolvendo Ideias**.

www.desenvolvendo-ideias.com
www.revista-uno.com.br