

Aliança contra a fome é teste para imagem do Brasil

Em menos de um mês, será lançada a Aliança Global contra a Fome e a Pobreza, em evento paralelo à reunião de chefes de Estado do G20, em 18 e 19 de novembro, no Rio, que marca o fim da presidência do Brasil no grupo. A Aliança deverá ser a principal proposta do Brasil à frente do G20 a ganhar forma e se tornar realidade. Temas complexos como o das soluções para conflitos internacionais e da taxaço de grandes fortunas estão empacados.

Eradicar a fome é uma das metas que constam nos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), sem avanço significativo até agora. Levantamento de cinco agências especializadas das Nações Unidas, o Mapa da Fome (julho) mostrou que a mazela atingia 733 milhões de milhões de pessoas no mundo em 2023, ou uma em cada 11 pessoas. Esses números significam um retrocesso aos níveis de desnutrição de 2015. O percentual de pessoas em crise alimentar saltou 20,4% na África, que concentra 20% do total global.

A inflação dos alimentos, os conflitos geopolíticos, as mudanças climáticas e as desacelerações econômicas são os principais fatores para o aumento da fome no mundo, segundo a ONU. Se as tendências atuais continuarem, cerca de 582 milhões de pessoas estarão cronicamente subnutridas em 2030, metade delas na África.

Relatório da ONG britânica Oxfam destaca o impacto dos conflitos na fome. A Oxfam estima que 54 países estavam envolvidos em algum tipo de conflito em 2023, que se prolongam até os dias de hoje, com prejuízo para a alimentação de quase 282 milhões de pessoas. Entre os casos citados estão as guerras de vários anos em países da África, como Etiópia, Nigéria e Somália, e do Oriente Médio, Síria e Iêmen, e os mais recentes, como o conflito entre o Hamas e Israel na Faixa de Gaza, e que agora se amplia ao Líbano, e entre Rússia e Ucrânia, que começou em 2022. Bloqueios de ajuda humanitária estão entre as armas usadas.

Há ainda o fator desperdício. Segundo a FAO, agência da ONU, 13% dos alimentos produzidos anualmente são perdidos na cadeia de suprimentos, totalizando 931 milhões de toneladas — ou 120 quilos por pessoa. Volume ainda maior, de mais de 1 bilhão de toneladas de alimentos, é desperdiçado em casas, restaurantes e varejo, acrescentando mais 132 quilos por pessoa (Valor, 9/10)

Desde julho o Brasil defende a proposta do Pacto Global contra a Fome nas reuniões do G20 e em encontros multilaterais. Antes mesmo de os detalhes do pacto serem divulgados já houve importantes apoios. A Alemanha foi o

primeiro país a aderir, em anúncio feito neste mês, durante a Conferência de Sustentabilidade de Hamburgo. O país ofereceu ferramentas desenvolvidas em proposta semelhante da ministra Svenja Schulze, em 2022, que inclui planos nacionais de segurança alimentar e nutricional em 25 países e painel de informações em tempo real sobre a situação alimentar mundial.

Já no pré-lançamento, em julho, a Noruega se dispôs a contribuir com US\$ 1 milhão para o secretariado da Aliança Global Contra a Fome e a Pobreza. Cálculos do Brasil indicam que a estrutura burocrática do pacto custaria de US\$ 2 milhões a US\$ 3 milhões por ano, e Brasília promete arcar com metade, apesar das dificuldades fiscais. Uma alternativa é abrigar a estrutura da aliança dentro das Nações Unidas, independentemente do G20. O Banco Mundial se comprometeu a participar do financiamento de projetos e ajudar na elaboração de políticas e diagnósticos.

A Aliança vai funcionar como uma plataforma para aproximar países, instituições financeiras e organizações internacionais para a implantação de um “cardápio” de políticas públicas reconhecidas internacionalmente para o combate à fome e à pobreza. Não está claro o papel do Brasil na iniciativa. Mas o país pretende disseminar as medidas que lhe garantiram reconhecimento mundial.

Além do Bolsa Família, fazem parte do cardápio brasileiro o Programa Nacional de Alimentação Escolar (PNAE), que estabeleceu que 30% dos produtos adquiridos sejam de produtores locais e garante não só a alimentação dos estudantes, mas também estimula a agricultura familiar; o Cadastro Único; e o Programa de Aquisição de Alimentos (PAA), que compra alimentos da agricultura familiar para distribuição a pessoas em situação de insegurança alimentar.

Assim como em outras frentes, o telhado do Brasil é de vidro. O país voltou ao Mapa da Fome, depois de cinco anos fora, e nele permaneceu até o mais recente levantamento, que cobre o triênio de 2021 a 2023. São 8,4 milhões de brasileiros subnutridos, ou 3,9% da população. Para estar fora do Mapa da Fome, o percentual precisaria ser menor do que 2,5% da população. O relatório da ONU “Estado da Segurança Alimentar e da Nutrição no Mundo” também informa que 6,6% da população brasileira vivem em insegurança alimentar severa, o que significa que 14,3 milhões de brasileiros não sabem quando vão fazer a próxima refeição.

O presidente Lula prometeu tirar o Brasil do Mapa da Fome até fim do mandato. O prazo é apertado, mas possível. Será um grande teste para a liderança e a imagem do governo.

Segurança cibernética é essencial para sobrevivência e competitividade de empresas e nações. Por Rony Vainzof

A confiança digital e o custo da inação

Novas tecnologias, gerações e habilidades trazem natural atrito em um momento relevante da revolução tecnológica que não há mais como separar o físico do digital.

Empresas privadas e órgãos do Estado que não nasceram digitais, inevitavelmente estão em fase de digitalização e emprego de inovações. Elas são condicionantes para o desenvolvimento econômico e social no século 21, mas dependentes de três pilares fundamentais: cibersegurança, proteção de dados e Inteligência Artificial (IA) responsável.

A insegurança cibernética desponta como preocupação crítica a curto e longo prazo. É pauta que vai muito além de fraudes e vazamento de dados, pois ataques cibernéticos podem travar organizações e países.

A rápida integração de novas tecnologias tem exposto parcela maior da população a explorações digitais, e os infratores focam em indivíduos não alfabetizados digitalmente e em infraestruturas menos seguras, além de o crime organizado adotar modelos de negócios sofisticados para expandir suas operações. O custo global do cibercrime é projetado em US\$ 24 trilhões até 2027, sendo que 87% dos tomadores de decisão acreditam que suas organizações não estão adequadamente protegidas contra ataques cibernéticos (MarshMcLennan e Zurich, 2024).

Ou seja, segurança cibernética é fundamental para a sobrevivência e competitividade das empresas e nações. É pauta organizacional e estratégica, não apenas técnica, que deve ser liderada pela alta direção. Uma camada humana de proteção, com letramento e consciên-

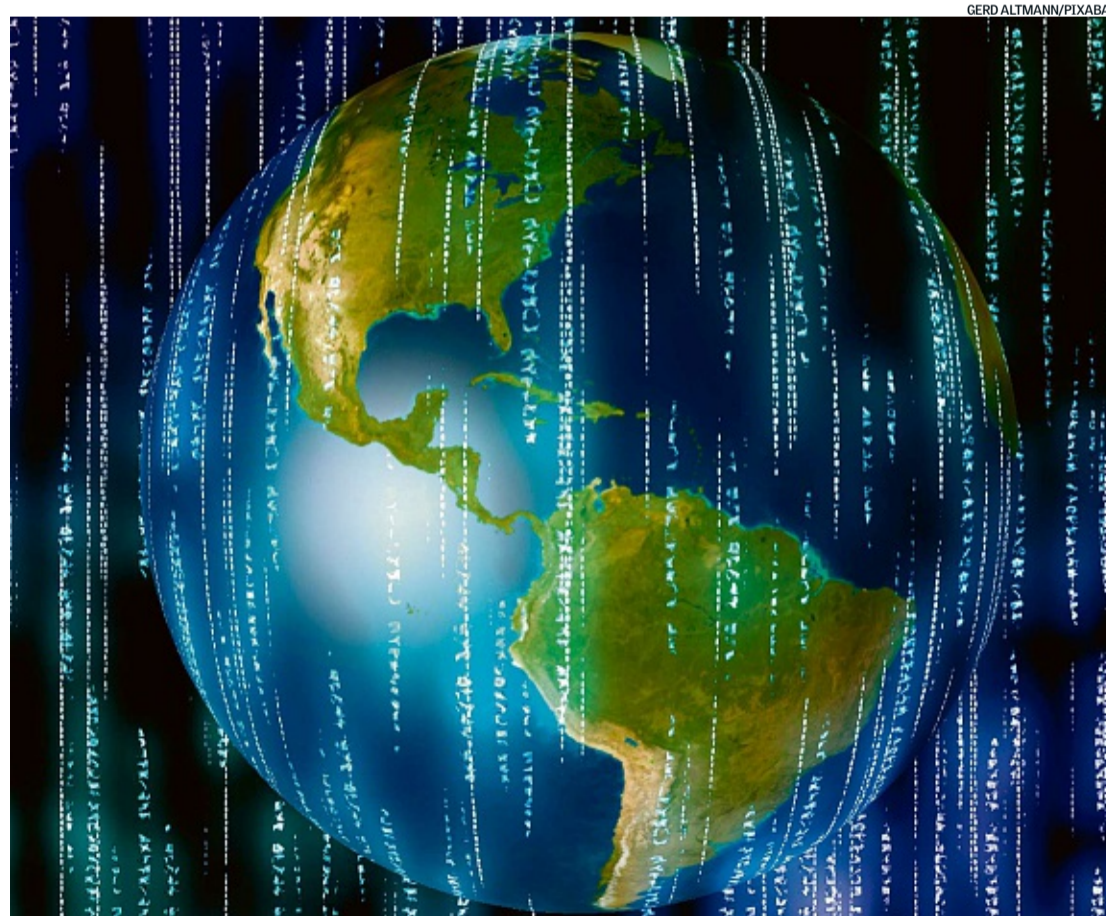
zação acerca de cuidados básicos (higiene digital), evitaria 98% de êxito nos ataques (Microsoft Report, 2022).

Antimalware, versões atualizadas dos sistemas, múltiplos fatores de autenticação, maior controle de acessos e governança de credenciais, são exemplos dessas medidas. Outras estratégias envolvem maior troca de experiências e informações sobre incidentes entre organizações para antever ameaças e adotar medidas preventivas, assim como ter um bom plano de resposta a incidentes com simulações periódicas, além do uso Inteligência Artificial para detectar e conter ameaças.

Sob a perspectiva de privacidade, estudo com mais de 4.700 organizações ao redor do mundo, aponta que 94% dos clientes não consumirão de empresas se seus dados pessoais não estiverem seguros (Cisco, 2023), o que torna a agenda indispensável também em termos de competitividade.

Dados pessoais já ultrapassaram a analogia de “novo petróleo” e se consolidaram como espinha dorsal de políticas públicas e um dos principais impulsores de mercados e economias modernas. Eles são recursos essenciais para a construção de estratégias econômicas e sociais que orientam a tomada de decisão em diferentes setores. Sua influência permeia desde a prevenção de fraudes e proteção ao crédito, até o marketing direcionado, o comércio digital, medicina preditiva e o desenvolvimento da Inteligência Artificial.

Não por acaso, a Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD) também prevê como fundamento para a proteção de dados pessoais o desenvolvimento econô-



mico e tecnológico e a inovação, trazendo maior segurança jurídica e um norte para as empresas em como utilizar dados de forma ética, segura responsável. Agora, a LGPD já se encontra em nova fase, com a sua regulamentação e fiscalização pela Autoridade Nacional de Proteção de Dados (ANPD).

A agenda da ANPD mostra uma forte tendência de cobrar maior transparência em casos de incidentes, boas práticas de cibersegurança e um nível de governança e accountability compatíveis com uma legislação já em vigor há mais de 4 anos, incluindo o registro das atividades

de tratamento de dados pessoais atualizado, guarda de logs, mecanismos adequados para transferência internacional, avaliação de legítimo interesse e elaboração de relatório de impacto, quando aplicáveis, além de um Data Protection Officer empoderado e com autonomia técnica nas organizações.

O terceiro item da agenda “confiança digital” envolve a governança da IA, especialmente diante de problemas com a falta de precisão, erros e alucinações; complexidade da explicabilidade; violação de propriedade intelectual; perigo da potencialização de vieses sociais discrimi-

GRUPO GLOBO

Conselho de Administração
Presidente: João Roberto Marinho

Vice-presidentes:
José Roberto Marinho e Roberto Irineu Marinho

Valor
é uma publicação da Editora Globo S/A

Diretor Geral: Frederic Zoghail Kachar

Diretora de Redação: Maria Fernanda Delmas
Princípios editoriais do Grupo Globo: http://globo.br/pri_edit

Editor-executivo de Opinião José Roberto Campos (jose.campos@valor.com.br)	Editor de S.A. Nelson Niero (nelson.niero@valor.com.br)	João Luiz Rosa (joao.rosa@valor.com.br)
Editores-executivos Catherine Vieira (catherine.vieira@valor.com.br)	Editora de Carreira Stela Campos (stela.campos@valor.com.br)	Lu Aiko Otta (lu.aiko@valor.com.br)
Fernando Torres (fernando.torres@valor.com.br)	Editor de Cultura Hilton Hida (hilton.hida@valor.com.br)	Marcos de Moura e Souza (marcos.souza@valor.com.br)
Robinson Borges (robinsonborges@valor.com.br)	Editor de Legislação & Tributos Arthur Carlos Rosa (arthur.rosa@valor.com.br)	Maria Cristina Fernandes (mcrisina.fernandes@valor.com.br)
Sergio Lamucci (sergio.lamucci@valor.com.br)	Editora Visual Luciana Alencar (luciana.alencar@valor.com.br)	Marli Olmos (marli.olmos@valor.com.br)
Zinia Baeta (zinia.baeta@valor.com.br)	Editora Valor Online Paula Cleto (paula.cleto@valor.com.br)	Correspondente Internacional Assis Moreira (Genebra) (assis.moreira@valor.com.br)
Sucursal de Brasília Fernando Exman (fernando.exman@valor.com.br)	Editora Valor PRO Roberta Costa (roberta.costa@valor.com.br)	Correspondentes nacionais Cibelle Bouças (Belo Horizonte) (cibelle.boucas@valor.com.br)
Sucursal do Rio Francisco Góes (francisco.goes@valor.com.br)	Coordenador Valor Data William Volpato (william.volpato@valor.com.br)	Marina Falcao (Recife) (marina.falcao@valor.com.br)
Editora do Núcleo de Política e Internacional Fernanda Godoy (fernanda.godoy@valor.com.br)	Editora de Projetos Especiais Célia Roseblum (celia.roseblum@valor.com.br)	VALOR INVESTE Editora: Daniele Camba (daniele.camba@valor.com.br)
Editora do Núcleo de Finanças Talita Moreira (talita.moreira@valor.com.br)	Repórteres Especiais Adriana Mattos (adriana.mattos@valor.com.br)	PIPELINE Editora: Maria Luiza Filgueiras (maria.filgueiras@valor.com.br)
Editora do Núcleo de Empresas Mônica Scaramuzzo (monica.scaramuzzo@valor.com.br)	Editor de Tendências & Tecnologia Cynthia Malta (cynthia.malta@valor.com.br)	VALOR INTERNACIONAL Editor: Samuel Rodrigues (samuelrodrigues@valor.com.br)
Editor de Brasil Eduardo Belo (eduardo.belo@valor.com.br)	Editor de Agronegócios Patrick Cruz (patrick.cruz@valor.com.br)	NOVA GLOBO RURAL Editor-executivo: Cassiano Ribeiro (cassiano@edglobo.com.br)

Valor PRO / Diretor de Negócios Digitais Tarcísio J. Becevil Jr. (tarcisiojunior@valor.com.br)
Para assinar o serviço em tempo real Valor PRO: falecom@valor.com.br ou 0800-003-1232

Filiado ao IVC (Instituto Verificador de Comunicação) e à ANJ (Associação Nacional de Jornais)
Valor Econômico Av. 9 de Julho, 5229 - Jd. Paulista - CEP 01407-907 - São Paulo - SP. Telefone 0 xx 11 3767 1000

Departamentos de Publicidade, Imprensa e On-line
SP: Telefone 0 xx 11 3767-7955, RJ 0 xx 21 3521.1414, DF 0 xx 61 3717 3333.
Legal SP 0 xx 3767 1323
Redação 0 xx 11 3767 1000. Endereço eletrônico www.valor.com.br
Sucursal de Brasília SCN Quadra 05 Bloco A-50 - Brasília Shopping - Torre Sul - sala 301 - 3º andar - Asa Norte - Brasília/DF - CEP 70715-900
Sucursal do Rio de Janeiro Rua Marques de Pombal, 25 - Nível 2 - Bairro: Cidade Nova - Rio de Janeiro/RJ - CEP 20230-240

Publicidade - Outros Estados BA/SE/PB/PE e Região Norte Canal Chetto Comun. e Rep. Tel./Fax: (71) 3043-2205 MG/ES - Sat Propaganda Tel./Fax: (31) 3264-5463/3264-5441	PR - SEC - Soluções Estratégicas em Comercialização Tel./Fax: (41) 3019-3717 RS - HRM Representações Tel./Fax: (51) 3231-6287 / 3219-6613	SC - Marcucci & Gondran Associados Tel./Fax: (48) 3333-8497 / 3333-8497
--	--	---

Para contratação de assinatura e atendimento ao assinante, entre em contato pelos canais:
Call center: 0800 7018888, whatsapp e telegram: (21) 4002 5300. Portal do assinante: portaldoassinante.com.br. Para assinaturas corporativas e-mail: corporate@valor.com.br
Aviso: o assinante que quiser a suspensão da entrega de seu jornal deve fazer esse pedido à central de atendimento com 48 horas de antecedência

Preço de nova assinatura anual (impresso + digital) para as regiões Sul e Sudeste:
R\$ 1.738,80 ou R\$ 144,90 mensais. Demais localidades, consultar o Atendimento ao Assinante. Tel: 0800 7018888. Carga tributária aproximada: 3,65%

usar Inteligência Artificial. Para reduzir preocupações, 72% dos consumidores indicam que ficariam mais confortáveis se as aplicações de IA fossem auditadas para evitar vieses, e 75% gostariam de mais transparência e envolvimento humano nos processos decisórios da IA.

O Gartner prevê que, até 2026, as organizações que operarem IA de forma ética e responsável verão seus modelos alcançarem melhoria de 50% nos resultados de negócios e na aceitação do usuário.

Essas práticas têm permitido que as empresas aproveitem o valor da IA, ao mesmo tempo em que lidam com os riscos emergentes de forma mais proativa.

Governar a Inteligência Artificial não é tarefa simples. A sua cadeia de valor é complexa e não linear (desenvolvedor, distribuidor, aplicador ou implementador, até chegar a um usuário final), devendo as obrigações serem compatíveis com a posição e momento na cadeia de cada agente, bem como equilibrada de acordo com o risco do seu uso.

Portanto, para a revolução tecnológica ser ainda mais potente, vibrante e melhorar a vida das pessoas, é preciso haver confiança digital, que se sustenta no tripé segurança cibernética, proteção de dados pessoais e Inteligência Artificial ética e responsável.

O custo da inação pode ser caro e ir além de sanções administrativas ou responsabilidade civil. É um cálculo perigosamente intangível, que envolve proteção de direitos fundamentais, reputação, competitividade e a manutenção de negócios saudáveis.

Rony Vainzof é diretor-adjunto da Fiesp e sócio-fundador do VLK Advogados.