

VOCÊ E SUA EMPRESA PENSAM DE FORMA ECOLÓGICA?

Para Daniel Goleman, conhecido pelo *best-seller Inteligência Emocional*, está na hora de a sociedade se mobilizar para o consumo consciente e o uso racional dos recursos naturais. Aqui, ele responde a perguntas dos leitores

Você recicla o lixo e por isso acredita ter cumprido seu dever ecológico? Agir e pensar ecologicamente é muito mais do que isso. Em seu novo livro, *Inteligência Ecológica*, o americano Daniel Goleman explica que, ao fazer compras, o consumidor deve estar consciente dos impactos provocados pelos produtos ao longo de toda a sua vida útil - da produção dos insumos e matérias-primas até o seu fim. Goleman, conhecido pelo *best-seller Inteligência Emocional*, admite que isso ainda é difícil, pois falta informação. Você sabia, por exemplo, que para fabricar uma sacola de algodão orgânico usada para fazer compras são necessários 10 mil litros de água? Dados como esse ainda não são encontrados facilmente. Mas já começam a ser calculados pelos ecologistas industriais, a partir de um método chamado análise do ciclo de vida, que é descrito por Goleman no livro. Na opinião do psicólogo, de 63 anos, desenvolver a inteligência ecológica gera desafios para a empresa - que tem de revisar processos - e para o consumidor - que precisa assumir definitivamente que vive em um mundo com recursos finitos. A seguir, Daniel Goleman responde a perguntas dos leitores.

1 O que é a análise do ciclo de vida dos produtos e qual o primeiro passo que uma empresa deve dar para realizá-la de forma eficiente? Marcos Andrade Garcia

O primeiro passo seria entrar em contato com um ecologista industrial a fim de começar a análise. Entretanto, mesmo sem um consultor, a empresa pode tomar algumas

iniciativas por conta própria para encontrar alternativas ecologicamente melhores que o processo atual. Uma possibilidade é repensar as fontes de energia. Outra é revisar os ingredientes dos produtos e verificar se há algum químico tóxico no processo de fabricação. Essas atitudes irão preparar a companhia para o futuro e torná-la mais competitiva.

2 O Brasil não tem um amplo guia online com indicadores sobre o impacto ecológico e socioeconômico de produtos e serviços, como já existe nos Estados Unidos e em outros países. Qual sua sugestão para o consumidor fazer boas compras? Andréa Silveira

No futuro, certamente haverá no Brasil uma classificação de produtos como faz o site Good Guide (www.goodguide.com). Entretanto, muitos produtos vendidos por multinacionais, como Unilever e Procter & Gamble, são iguais no mundo todo. Ou seja, o brasileiro pode considerar as notas dadas às versões locais das duas marcas americanas pelos sites Good Guide e Skin Deep (www.cosmeticsdatabase.com, um banco de dados de ingredientes tóxicos em cosméticos e produtos de higiene pessoal). Além disso, ao comprar, o consumidor também pode procurar por certificações nos produtos, como, por exemplo, selo da organização FSC, que comprova o uso de madeira plantada e não proveniente de mata nativa.

3 Como empresas pequenas podem fazer a análise do ciclo de vida de seus produtos? Carlos dos Santos

Pequenas empresas de um mesmo setor podem formar uma associação comercial e desenvolver uma análise conjunta dos seus produtos para obter uma média daquela indústria. Isso custará relativamente pouco para cada companhia e permitirá que todas tenham acesso aos dados. Caso essas empresas venham a exportar para os Estados Unidos ou para a União Européia, elas já entram nesses mercados de forma mais vantajosa, quando comparadas às companhias que nunca se preocuparam com isso.

4 O surgimento de um grande número de empresas ecológica e socialmente responsáveis resulta do simples fato de a sociedade não saber avaliar se isso é mesmo verdade ou não? Reges Schwaab

Há, realmente, uma falta de informação sobre os impactos sociais e ecológicos dos produtos que estão no mercado. Assim que a sociedade tenha informações de melhor qualidade sobre esses temas, acredito que surgirá um ambiente de negócios mais propício para que as companhias se tornem sustentáveis e socialmente responsáveis.

5 Para ter sucesso na carreira, o que é mais importante: competência ou autoconfiança? Luiz Firmeza Neto
Autoconfiança é algo que se aprende ao longo da vida. A base mais forte para ser autoconfiante é tornar-se competente em algo, porque a confiança de uma pessoa tem de ser baseada em algo real, perceptível. Os pais podem encorajar a autoconfiança dos filhos ajudando-os a aprender e aprimorar alguma habilidade - como pintar, jogar futebol. Assim, eles ingressam na vida adulta já sabendo quais são os principais passos para se tornarem bons em alguma atividade. Um líder ou mentor pode ajudar os empregados de forma semelhante, dando a eles tarefas que lhes permitirão ganhar competência em uma nova área, o que beneficiará tanto a carreira deles quanto os resultados da companhia.

6 As empresas compreendem funcionários gentis e afáveis? Percebo que elas consideram bons os funcionários competitivos, agressivos e que exibem seus bons resultados. Mareio Magnus

Algumas empresas realmente ainda não entenderam o valor da inteligência emocional como uma vantagem competitiva. Mas é fato que as pessoas trabalham melhor quando estão em um estado emocional positivo. E os líderes têm a responsabilidade de oferecer condições de trabalho favo-

ráveis para a manutenção dos estados mentais que levam os funcionários aos seus melhores resultados. Em muitas situações, isso significa ser gentil e afável. Em outras, pode significar ser assertivo e competitivo. O fato é que há muitas formas de se obter bons resultados, depende da situação.

7 Na educação das crianças, quais, na sua opinião, são os princípios fundamentais para estimular a inteligência emocional? Tatiana Farah de Mello

Há muitos programas escolares dedicados a desenvolver a inteligência emocional. Os melhores ensinam as crianças a buscar o autoconhecimento, a administrar corretamente as suas emoções, a demonstrar empatia, a se entender bem com os outros e a tomar boas decisões.

8 As pessoas multitalentosas são vistas como indecisas e volúveis. Como um funcionário pode comprovar que pode ser bem-sucedido em mais de uma área ou em departamentos diferentes? Luciene Geiger

Isso é um problema de estratégia. A ação fala mais alto do que qualquer palavra. Por exemplo: um jornalista de esportes que gostaria de escrever também sobre vinhos deve demonstrar sua habilidade escrevendo para outro veículo, como um site especializado em vinhos, por exemplo. Ele deve mostrar os resultados dessa iniciativa para seu editor e provar que é capaz de escrever bem sobre um outro assunto.

9 É possível a sociedade mudar a mentalidade taylorista para uma forma mais colaborativa de pensar e trabalhar? Como as empresas podem ajudar nisso?

Alecir Vitorino Ribeiro

Encontramos essa nova mentalidade nos ambientes de trabalho modernos. Nesses lugares, as pessoas com os melhores resultados sabem colaborar com os colegas e se comunicam bem no seu departamento e com as outras áreas. O sistema de Taylor foi feito pensando nas linhas de produção das fábricas. Mas os trabalhadores de hoje precisam atuar muito bem em equipe e manter boas relações com os colegas.

10 Como podemos melhorar a inteligência emocional? José Antonio Muniz de Melo

Encontre maneiras para melhorar o autoconhecimento, administrando as emoções negativas, a empatia e buscando relações harmoniosas. Há muitos programas nesse sentido. A meditação é também uma boa alternativa.