



# Lucro e consciência: não é utopia, é **ESG**

*Empresas que adotam melhores práticas ambientais, sociais e de governança saem na frente em valor de mercado e impactos positivos entre funcionários e sociedade.*

**Dnews**

**JUNHO 2021**

D.NEWS® é uma publicação DAISEN®

A PROUD MEMBER OF  
**AESC**



#### DNEWS

Órgão de divulgação da Dasein®.  
CEO: Adriana Prates  
Diretor Executivo: Daniel Rezende

A Dnews® é uma revista bimestral da Dasein Executive Search.  
Comentários e sugestões: comunicacao@dasein.com.br

#### CONTEÚDO

Conceito Gráfico: Thiago Colares  
Redação e edição: Aline Ferreira  
Diagramação: Fabiana Ferraresi

#### CONTATO

Avenida Raja Gabáglia . 3117 . conjunto 116  
São Bento | Belo Horizonte | Minas Gerais  
Telefone: 31. 3291 5100  
E-mail: dasein@dasein.com.br  
[www.dasein.com.br](http://www.dasein.com.br)

# .04

#### PENSAR FORA DO ESCRITÓRIO

Profissionais da equipe Dasein compartilham dicas culturais que agregam à vida, em todos os sentidos.

# .06

#### ESPORTES E CARREIRA

Felipe Fagundes, gerente de RH da Anglogold, conta como o triathlon o levou a experimentar todo o seu potencial.

# .10

#### RENTABILIDADE CONSCIENTE

Uma análise das práticas ESG com a participação do presidente da Largo Resources, Paulo Misk; da professora da FDC, Maria Flávia Bastos e da CEO da Dasein, Adriana Prates.

# .16

#### É DIGITAL, MAS É VIDA REAL

Um mergulho nas principais tendências do marketing digital conduzido pela influencer e mentora Isabela Lapa, criadora do portal Coisas de Mineiro.

# .22

#### POR QUE O TIK TOK PRECISA DA TV?

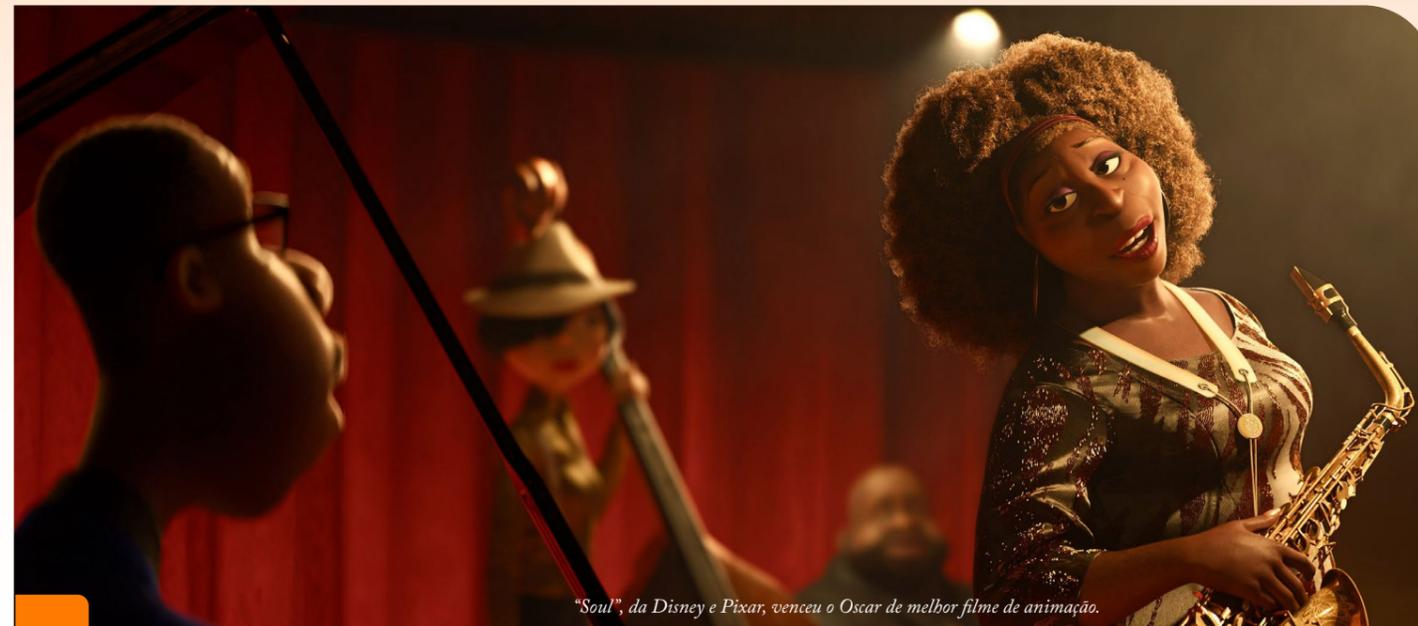
Novo artigo de Ruy Dantas, presidente do Sin Group, traz uma provocação oportuna sobre a relação entre as mídias digitais e tradicionais.

# .26

#### DESACELERE

A produtividade nossa de cada dia pelo olhar acolhedor da escritora Isa Ribeiro.

# ACHADOS DO TIME



"Soul", da Disney e Pixar, venceu o Oscar de melhor filme de animação.

## BELEZA PARA VER, OUVIR E PENSAR

Daniella Caçado

Psicodélico, inovador, autêntico, obra prima. Existem várias formas de fazer referência ao primeiro disco do grupo Secos & Molhados, mas não há dúvidas que "poético" se encaixa muito bem a ele. A consultora associada Dasein, Daniela Caçado, que trouxe a dica, explica o motivo. As músicas do álbum são, de fato, poesias de autores como Vinícius de Moraes, Manuel Bandeira, Fernando Pessoa, Oswald Andrade, João Apolinário e Cassiano Ricardo.

Unindo maestria na musicalidade dos poemas a uma performance fascinante do Secos & Molhados, o álbum foi um fenômeno na época de seu lançamento, em 1973, e é, até hoje, considerado uma das obras mais aclamadas da música brasileira. Tudo isso graças à genialidade de Ney Matogrosso, João Ricardo e Gerson Conrad – autores do disco. "São versos potentes que nos transportam para lugares únicos de pensamento, sem falar na voz de Ney, a mais bela do Brasil."

**O que:** disco *Secos & Molhados* (1973) | **Onde ouvir:** Spotify, Deezer e Amazon Music.

## LIDERANÇA PELA ÓTICA DA CIÊNCIA

Gustavo Neves

Como podemos viver e trabalhar em tempos caóticos? Essa é uma das grandes questões do livro "Liderança e a Nova Ciência", de Margaret Wheatley, escritora e professora norte-americana. "Com uma linguagem simples e objetiva, a autora nos diverte ao mesmo tempo que traz conceitos científicos de uma forma bastante acessível ao leigo", destaca o consultor associado Dasein Gustavo Neves, que indica a obra. Segundo ele, o livro oferece uma nova forma de pensar sobre as organizações e liderança por meio de conceitos da ciência moderna.

"Ao misturar gestão e física quântica, a autora mostra como é possível construir a ordem a partir do caos. O conceito de que todo sistema produtivo é uma organização viva, orgânica e sem fronteiras, nos faz refletir sobre a necessidade de tornar nossas empresas mais flexíveis e adaptáveis e traz críticas e questionamentos sobre os modelos atuais de gestão rígidos e controladores", destaca.

"Com argumentos convincentes, Wheatley incita as organizações a se tornarem mais humanas e naturais. Leitura imperdível. Para mim, um livro de cabeceira."

**O que:** livro "Liderança e a Nova Ciência", de Margaret Wheatley. | **Onde comprar:** amazon.com.br

## CRIATIVIDADE, HUMOR E O SENTIDO DA VIDA

Rebeca Prates

"Soul" - a mais recente produção da Disney e Pixar, vencedora do Oscar de melhor filme de animação - é a dica da estagiária de Psicologia da Dasein Rebeca Prates. A partir da história do professor Joe Gardner, um músico frustrado que sonha em ser reconhecido como jazzista, a produção traz diversas lições sobre a vida. "Joe passa o tempo todo fazendo de tudo para alcançar seu sonho, colocando-o em primeiro lugar em todas as situações e deixando outras coisas importantes de lado. A partir daí, acontece algo inesperado que o dá a oportunidade de refletir sobre seu modo de viver e de ver as coisas."

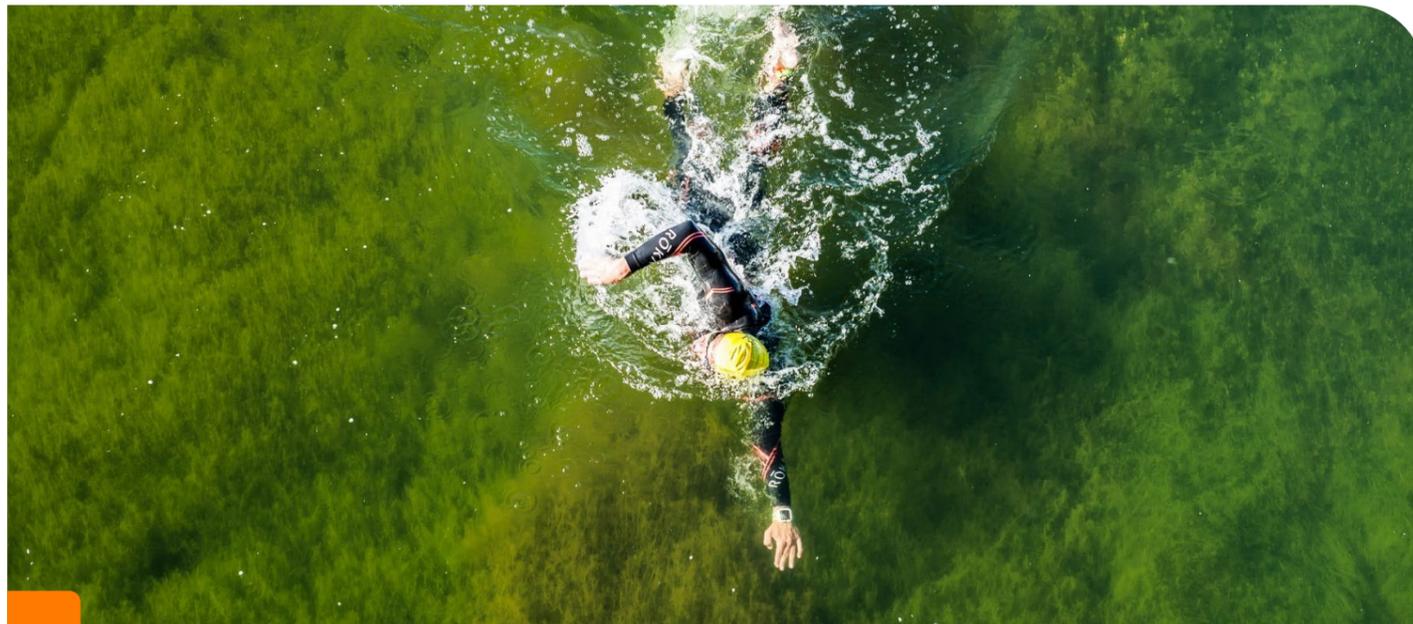
Ao longo do filme (alerta de spoiler), "Joe percebe como estava vendo sua própria história e vivendo de forma negativa e automática, algo que é comum para as pessoas que têm uma rotina agitada. Então ele começa a ver mais beleza nos pequenos detalhes, em seus relacionamentos, e a perceber que precisava acreditar em si mesmo e encontrar as ferramentas que o aproximavam da felicidade. É um filme leve, alegre, que nos coloca em foco para o agora. Espero que se divirtam e aprendam muito."

**O que:** "filme "Soul" | **Onde assistir:** Disney Plus

# O QUE APRENDI COM OS ESPORTES

Um bate-papo com Felipe Fagundes, gerente sênior de RH da AngloGold

**“Com o tempo nos vemos alcançando muito mais do que imaginávamos ser capazes”**



Fotografia: Scott Osborn / Unsplash.

Há os que vêm competição e superação do próprio limite. Outros que enxergam arte. Há os apaixonados, que se emocionam profundamente. Existe também quem conecte todos esses sentimentos, fazendo do esporte uma porta para possibilidades. Esse é o caso de Felipe Fagundes, que soma às responsabilidades da gerência de RH da AngloGold Ashanti, os desafios e benefícios do triathlon, uma das modalidades esportivas que mais requerem força e concentração dos atletas.

“Às vezes olhamos para algumas coisas e pensamos que estão muito distantes de nós, e é muito gratificante vê-las tornando realidade como resposta aos esforços que fazemos a partir do momento que decidimos alcançá-las, de forma genuína. Assisti a uma prova do IronMan em Florianópolis em 2009 e pensei que nadar 3,9km, pedalar 180km e correr 42km era algo impossível, de outro mundo”, relata o executivo. Quatro anos depois ele estava em Florianópolis, largando às 7h, como um dos 2 mil participantes do IronMan.

Em 2002, quando Fagundes optou por fazer Engenharia de Produção, ele entendia que trabalhar no RH seria algo totalmente distante ou até improvável. “Naquela ocasião a diferença é que eu não havia estabelecido ainda que eu gostaria de ser um executivo de gestão de pessoas. Em 2013 entrei na AngloGold Ashanti na área financeira e em 2014 a empresa me ofereceu a oportunidade de me tornar o gestor da disciplina de pessoas de uma de nossas operações. A minha liderança me permitiu despertar o amor por fazer o que eu faço hoje e ter certeza de que é por onde eu pretendo continuar trilhando.”

## A PAIXÃO PELO TRIATHLON

A história de Felipe com o esporte vem da infância. “Pratico natação desde os 6 anos de idade. Então tudo que se relaciona a esportes em geral me interessa”. E esse interesse o levou a acompanhar amigos que participariam do IronMan, em 2009, para assisti-los. “A prova se inicia às 7h e os tempos oficiais são computados até as 23:59h. Após acompanhá-los, tendo concluído por volta das 17h, eu fui para o hotel. Mais tarde, em torno das 23h, eu quis retornar ao local da prova, próximo à área da linha de chegada, para ver os últimos atletas. Para minha surpresa, havia uma atleta correndo, faltando quase 2km para a chegada. Eu decidi acompanhá-la até a linha de chegada, uma novaiorquina de 69 anos, completando a prova dentro do limite oficial. Ela variava o ritmo, parecia que iria cair por várias vezes, não corria em linha reta, parecia não ter mais energia. Mas só parecia, pois ao enxergar a linha de chegada ela foi reativada pelas luzes e sons, um frenesi, e voltou a correr muito forte faltando poucos metros. Cruzou a linha de chegada e foi abraçada pelos que a esperavam. Nesse exato minuto o triathlon virou uma paixão para mim.”

## “EXPERIMENTAR A NOSSA PEQUENEZ E NOSSA GRANDEZA”

Fagundes conta que os benefícios mais conhecidos do triathlon são o planejamento e a disciplina, por ser necessário incorporar a uma rotina pessoal e profissional uma agenda de preparação bastante intensa (até mesmo mais que a própria prova), que varia de 20 a 25 horas semanais. Mas para ele, os ganhos dos esportes de alta performance vão bem além. “Eles nos levam a experimentar a nossa pequenez e nossa grandeza em intensidades e frequências altíssimas”, diz. “Por diversas vezes ao longo dos treinos nos deparamos com situações em que pensamos que não vamos conseguir (nunca) e com o tempo nos vemos alcançando muito mais do que imaginávamos ser capazes. E há também situações em que nos sentimos extremamente bem preparados, acordamos bem, super dispostos para o treino, e um detalhe acaba nos desestruturando por completo a ponto de não fazermos o mínimo. Aprendemos nesses ciclos a respeitarmos física e mentalmente o nosso corpo e os sinais que ele nos dá a todo o momento”, sublinha.

“  
A questão não é simplesmente conviver com a diferença, mas como convivemos com ela.  
”

De acordo com ele, o triathlon também é fonte ensinamentos para a vida, seja de forma mais direta, como planejamento, disciplina e organi-

zação, ou de maneira indireta. “Na perspectiva mais macro há um planejamento de treinos ao longo dos meses para que em cada fase possamos focar um tipo de preparo diferente, voltado para o desenvolvimento de alguma habilidade necessária para a prova. Esse planejamento parte de um objetivo, uma meta (por exemplo, o tempo que se pretende alcançar na prova), e a partir disso todo o ciclo converge para atingi-lo, modulando o tipo, frequência e intensidade dos treinos. Do macro para o micro chegamos a desenvolver o planejamento e disciplina para o treino do mês, da semana e do dia. Conciliar agendas pessoais, de trabalho, viagens, com a agenda de treinos trouxe de fato uma necessidade de organização acima do nível normal que eu possuía no meu dia a dia.

“

Às vezes olhamos para algumas coisas e pensamos que estão muito distantes de nós, e é muito gratificante vê-las tornando realidade como resposta aos esforços que fazemos a partir do momento que decidimos alcançá-las.

”

Quanto aos ensinamentos indiretos, ele ressalta os de relacionamento. “Ao embarcar nessa experiência, conheci muitas pessoas, com histórias de superação simplesmente incríveis, mostran-

do que a intensidade e o sacrifício da jornada pela qual decidi passar não era maior ou menor do que o de outras pessoas que também experimentaram o IronMan, mas apenas diferente. Ao me submeter ao rigor dessa mesma jornada, as minhas fragilidades se tornaram mais expostas, e o meu olhar para as pessoas que me acompanharam durante toda a trajetória reforçou muito o quanto temos pessoas próximas de nós para nos ajudar a alcançar nossos sonhos. Aproveito para falar à Ana, meu amor e esposa, que a agradeço por existir, sempre e mais uma vez. E também à minha família e amigos que puderam participar junto desse desafio.”

### ABSORVER MAIS E MELHOR AS DIFERENÇAS

Perguntado sobre os ganhos da interdisciplinaridade (experiência que estimula a criatividade e inovação) Felipe Fagundes vai além: “sem dúvidas nos tornamos pessoas mais criativas e inovadoras com a interdisciplinaridade, mas também por meio da diversidade intradisciplinar. A questão não é simplesmente conviver com a diferença, mas como convivemos com ela.” Segundo ele, o livro “Sociedade da Transparência” traz uma provocação bem interessante: “Hoje, por causa da onda crescente e até massificante de informações, está se encolhendo cada vez mais a capacidade superior de juízo. Muitas vezes um minus de informações ocasiona um plus”, diz o trecho do livro. “O que eu quero dizer é que a questão não é ‘quanto mais eu convivo ou transito com pessoas diferentes’, mas quanto tempo eu me dedico para refletir sobre elas, e como estabeleço uma consciência livre de preconceito para absorver mais e melhor o que as diferenças nos apresentam.”

### UM “EMPURRÃO” QUE PODE FAZER A DIFERENÇA

Pensando nos profissionais que passam o dia todo em escritórios e que têm vontade de explorar novos desafios, mas precisam daquele “empurrão”, Felipe Fagundes faz a seguinte sugestão: “pare para refletir sobre como a rotina está indo, o que está bom e o que não está. Nessa reflexão conseguimos entender como quebrar ciclos viciosos aos quais estamos submetidos, sem mesmo percebê-los. Compartilhando uma experiência minha, identifiquei que o uso de redes sociais a noite estava me levando a dormir mais tarde e no dia seguinte não estava disposto a acordar mais cedo para praticar uma atividade física. A falta de atividade física combinada com a rotina intensa me trazia ansiedade e me levava consequentemente a me alimentar mal. A quebra do ciclo foi estabelecer que só utilizaria redes sociais até um determinado horário, e isso fez toda a diferença para ter uma rotina mais balanceada de saúde e trabalho.”

“

Conciliar agendas pessoais, de trabalho, viagens, com a agenda de treinos trouxe de fato uma necessidade de organização acima do nível normal que eu possuía no meu dia a dia.

”

Essa mesma reflexão, ele conta, pode levar outras pessoas a tomarem decisões diferentes, na medida que ela promove maior autoconhecimento e permite que cada um decida e fique feliz com a decisão sobre como quer levar a vida no dia a dia. O grande empurrão, segundo ele, é deixar de ser vítima da rotina para ser o condutor dela. “Obviamente sem a expectativa de querer controlar tudo e saber que as interferências e mudanças estarão sempre presentes para lidarmos com elas. E que em cada fase da vida as prioridades podem e devem normalmente mudar.”



*Felipe Fagundes*  
Felipe Fagundes é gerente sênior de Recursos Humanos da AngloGold Ashanti  
Fotografia: arquivo pessoal

# TENDÊNCIAS & UNIVERSO EXECUTIVO



ESG como via  
de rentabilidade  
consciente



Fotografia: Prabir Kashyap/ Unsplash.

“Ganha quem se importa”. Esse é o título do emblemático relatório da ONU que deu origem, em 2005, ao conceito ESG, sigla para *Environmental, Social and Governance* (meio ambiente, sociedade e governança, em português). Na ocasião, 20 entidades financeiras de nove países, entre eles o Brasil, se reuniram para estabelecerem diretrizes sobre grandes desafios econômicos globais. Conclusão: fatores como sustentabilidade ambiental e social, gestão de ativos e governança passariam a ser pré-requisitos para investimentos em empresas mundo afora.

E é isso que vem acontecendo, como destaca a CEO da Dasein Adriana Prates. “O ESG está ganhando cada vez mais força no mercado acionário internacional (liderado pela norte-americana Nasdaq) e nas principais empresas do mundo. Mais de 80% das companhias já priorizam o desenvolvimento sustentável em seus planejamentos e ações, um crescimento de 20% em comparação a 2019. E 7 a cada 10 empresas já avaliam seus funcionários seniores com base em critérios de governança e sustentabilidade”, diz. Segundo ela, esses são números apurados em fevereiro deste ano pelo primeiro levantamento sobre o cenário empresarial do ESG, o “Global Impact at Scale: Corporate Action on ESG Issues and Social Investments 2020” que analisou cerca de 200 empresas de 23 países que têm receita média de 8 bilhões de dólares.

A dirigente explica que, na prática, há um crescente uso do ESG por parte dos investidores para avaliar a maturidade das organizações e se elas estão mais ou menos expostas a riscos. “Essa já é uma realidade fora do Brasil e a sua presença nas empresas nacionais será uma questão de tempo. Mas faço um alerta - o ESG não pode ser implantado como prática de cunho

filantrópico. Ele deve ser compreendido como realmente é: um poderoso indicador de metas de desenvolvimento.”

“

O ESG não pode ser implantado como prática de cunho filantrópico. Ele deve ser compreendido como realmente é: um poderoso indicador de metas de desenvolvimento.

”

Mesmo que o caminho ainda seja longo para grande parte das empresas brasileiras, Adriana ressalta que muitas organizações já colhem frutos do ESG, como é o caso do Magazine Luiza. Com iniciativas inovadoras em torno da diversidade, inclusão social e tecnologia, a empresa mostra que não se preocupa só com lucro, mas também com as pessoas que ela impacta e com a sociedade na qual está inserida. “A própria Luiza Trajano falou recentemente que seus clientes compram, cada dia mais, pelas atitudes da empresa, não somente pelo produto. Mais que reputação positiva, esse é um componente essencial para aumentar o valor de mercado da empresa – que de fato é muito maior hoje. Outro ponto ressaltado por ela que considero essencial: a clareza de que, para alcançar esse resultado, a empresa teve que reduzir sua meta de lucros durante um bom período.”

Para Maria Flávia Bastos, professora da Fundação Dom Cabral, escritora e palestrante, muitas empresas enxergarão – como já estão enxergando – que a junção de lucro e consciência social só traz vantagens. “Mas não acho que estamos tão perto de viver isso no Brasil. Infelizmente, muitas empresas só agem por conformidade, seja pela falta de informação de qualidade, seja pela incapacidade de enxergar valor social como oportunidade para o negócio. Acontece que ESG será, em breve, uma conformidade. As empresas que não investirem em práticas voltadas para o ESG, terão dificuldade com novos investimentos, fornecedores e clientes e até com colaboradores já que, a força de trabalho formada pela Geração Y, já tem uma nova consciência acerca da importância socioambiental.”

### DO INDIVIDUAL PARA O COLETIVO

Adriana Prates sublinha que grandes transformações são iniciadas pela sensibilização do alto escalão, mas para que isso aconteça é necessário, primeiramente, que os principais “indivíduos/tomadores de decisões” compreendam, em detalhes, todo o caminho que será percorrido, incluindo ônus e bônus. “A mudança deve ser genuína. Compromissos assumidos têm de ser acompanhados de metas, prazos, novas diretrizes para processos. Se não for assim, ficaremos só no discurso. E ressalto a importância de todo o board ter clareza que a empresa está fazendo um investimento e, portanto, os resultados financeiros serão impactados por um período.”

Maria Flávia Bastos também destaca que não basta as lideranças pensarem em ESG sem um efetivo apoio de sua diretoria e conselho. “A sustentabilidade precisa estar no centro das discussões da empresa e ser tratada com a mesma

importância dos processos de inovação em produtos e serviços. Então, com uma empresa que tenha ESG, de fato alinhado às suas estratégias, poderemos ter lideranças que poderão, até mesmo na sua rotina, em práticas não tão difíceis de serem feitas, começar um processo de mudança.”

“

Quando priorizamos a percepção humana, social e ambiental, nós conseguimos um ambiente de trabalho mais saudável, colaboradores mais felizes, trazemos um sentimento de orgulho e pertencimento para dentro da nossa organização.

”

“Vou usar a sensacional definição do Carlo Pereira, diretor-executivo da Rede Brasil do Pacto Global da ONU, ao dizer que ‘ESG não é uma evolução da sustentabilidade empresarial, mas sim a própria sustentabilidade empresarial’”. Então, se você não conhece, procure conhecer e já pense nas práticas para o quanto antes. O futuro não está mais tão distante. Ele é urgente e está todo pautado em novas práticas que garantam um futuro equânime e sustentável para o planeta.”

## EXEMPLO QUE VEM DO ALTO ESCALÃO

Segundo Paulo Misk, presidente da Largo Resources – mineradora canadense com operações na Bahia - cuidar das pessoas, olhar o ser humano, ter consciência ambiental e social deve ser um pré-requisito para qualquer empresa. “Não apenas porque essa é uma métrica que vem ganhando força no mercado de investidores, mas, especialmente, porque quando priorizamos a percepção humana, social e ambiental, nós conseguimos um ambiente de trabalho mais saudável, colaboradores mais felizes, trazemos um sentimento de orgulho e pertencimento para dentro da nossa organização, o que reflete também na sociedade ao nosso entorno e isso tudo, organicamente, se traduz em rentabilidade.”

A Largo, que tem uma unidade voltada a tecnologia de armazenamento de energia, teve recentemente suas ações negociadas pela Nasdaq, uma das principais bolsas de valores do mundo com critérios altamente rigorosos voltados ao ESG. Nessa linha, Misk ressalta o cuidado especial com o meio ambiente e com as pessoas, desde a gestão interna de resíduos, reaproveitamento da água, até a disseminação da educação socioambiental.

“Nosso cuidado é diário e nossos projetos se preocupam com o bem-estar de comunidades carentes, com a melhoria da vida de famílias no interior dos estados onde outros setores da indústria, comércio e serviços normalmente teriam muita dificuldade em chegar”, diz. “Eu tenho uma visão simples das coisas e, nesta simplicidade, te pergunto em que ambiente você trabalharia melhor e mais feliz? Em uma empresa em que você se identifica com valores e propósitos ou em outra apenas para ganhar seu salário no fim do mês? Claro que nem precisa

responder. Resultados extraordinários vem da paixão de cada um em fazer o que gosta e acha que vale a pena.”

## CONSCIÊNCIA SOCIAL E AMBIENTAL

Na Largo Resources, ele destaca, “ser rentável vem como resultado de nossas ações, da garra dos nossos trabalhadores, da inclusão e capacitação de mão de obra diversa, do apoio e investimento em projetos nas comunidades, que capacitam professores, jovens costureiras, apicultores, fomentam o esporte e a cultura. Combinar lucro e consciência social é a mola propulsora do presente para empresas que compreendem o seu papel e seu espaço agora e no futuro. A Largo, inclusive, acredita tanto nessa combinação que o nosso produto, o vanádio, tem nos impulsionado a investir em tecnologias que viabilizam o maior uso de energia limpa com o objetivo de ter um mundo melhor sem emissão de carbono na produção de energia.”

A empresa, segundo o dirigente, tem projetos na Bahia voltados à educação, formação profissional, treinamento dos funcionários e, também, das pessoas que moram nas comunidades. “Acabamos de inaugurar um centro de treinamento do Senai em Maracás, cujo objetivo não é formar profissionais para a Vanádio de Maracás, mas sim para qualquer atividade gerando oportunidade para quem quer ter uma vida melhor. O exemplo da Ferbasa, que mantém educação para mais de 3 mil alunos é fantástico. É consciência pura do nosso papel na sociedade. Talvez sejamos ruins em divulgar. Precisamos divulgar para motivar mais lideranças a ter esta postura. A nossa cultura organizacional prioriza e reconhece o fato de que, antes do funcionário, nós temos pais e mães de família, filhos, tios, temos

## A GRANDE PERGUNTA ESG: O QUE COLOCAR EM PRÁTICA?

Com base em análise do cenário global, a CEO da Dasein, Adriana Prates, lista as principais ações que vêm sendo implementadas em empresas líderes em ESG. Confira:

**Meio Ambiente (Environmental):** projetos em torno da gestão de resíduos, economia de água, preservação florestal, redução da emissão de poluentes como carbono estão no topo das ações;

**Sociedade (Social):** práticas pró-diversidade, que favoreçam que mulheres e pessoas negras ocupem as cadeiras de líderes, remuneração igualitária, ações beneficiando a comunidade que a empresa impacta são muito valorizadas nas métricas ESG;

**Governança (Governance):** ética e transparência na conduta corporativa, seja em suas auditorias, remuneração de executivos, pagamento de impostos e lisura em todos os processos.

pessoas com sonhos, com desejo de realização e concretização de objetivos que procuramos, sempre que possível, sonhar e alcançar juntos”.

Paulo Misk não critica quem investe no desenvolvimento dos profissionais com o objetivo de ter bons resultados no mercado acionário internacional. “Mas este não é o motivo que nos move. Preferimos ter o sorriso de quem aproveitou a oportunidade de aprendizado profissional para criar uma vida digna, cheia de esperanças, sonhos e realizações.”

Ele destaca ainda que as operações focadas em ESG geram um sentimento de orgulho e pertencimento por parte dos colaboradores, “o que tem um poder incrível. Mas para além desses importantes ganhos, garantir que a natureza seja preservada, disseminar o consumo consciente e permear a cultura de cuidado entre as pessoas é o maior legado das operações focadas em ESG. É saber que essas práticas não ficam restritas ao ambiente empresarial e operacional, elas se propagam nas conversas em roda de amigos,

na forma como nossos colaboradores educam seus filhos, no comportamento das comunidades locais, na criação e extensão de valores importantes para a vida em sociedade com respeito à natureza e às pessoas. É contribuir para o mundo seja melhor. Precisa mais?”



**Adriana Prates**  
CEO da Dasein e conselheira AESC para as Américas.  
Fotografia: Camila Rocha



**Maria Flávia Bastos**  
Escritora, palestrante e professora da Fundação Dom Cabral.  
Fotografia: Arquivo pessoal



**Paulo Misk**  
CEO e presidente da Largo Resources.  
Fotografia: Largo Resources/Divulgação

# PROFISSÃO: MARKETING DIGITAL

*Entrevista com Isabela Lapa*

“Viva o que você  
defende na rede social,  
defenda o que  
você vive”



*Fotografia arquivo pessoal*

Ela construiu uma carreira bem-sucedida no direito e, por alguns anos, a conciliou com um blog de literatura. Pouco tempo depois criou o portal “Coisas de Mineiro”, considerado um dos mais importantes veículos digitais sobre turismo e gastronomia do Brasil. Além do portal, hoje ela se dedica à mentoria de marketing digital para empresas e profissionais que buscam relevância nas redes sociais. A influenciadora Isabela Lapa não para - o que é totalmente coerente com sua marca registrada: “sucesso é movimento”.

**01. O marketing digital revolucionou o consumo, a maneira de se relacionar com marcas e fazer negócios. Isso antes da pandemia. Do ano passado pra cá, muitos movimentos digitais foram acelerados - sobretudo a interatividade, experiências em tempo real/lives, a humanização de marcas. Pensando nas tendências pós-pandemia, você acredita que esses movimentos vão se fortalecer ou serão substituídos por outras novidades. Por quê?**

O digital é realmente um caminho sem volta. Diferente do que dizíamos tempos atrás, ele não é o futuro, ele é o presente. Quem duvida disso pode tirar um tempo para fazer a leitura do livro 21 lições do Século XXI, do Yuval Harari, e pode fazer uma pesquisa rápida na internet para descobrir que existem 99 milhões de usuários nas redes sociais, conectados em média 3h30min por dia.

Tudo isso se dá pelo formato das redes: elas trabalham pessoas, emoções e sentimentos. As lives são a concretização disso exatamente por trazerem dinamismo, leveza e impedirem a robotização.

No entanto, novidades e mudanças são a chave do digital. Elas acontecem o tempo inteiro.

Acredito que teremos mudanças, mas todas nesse mesmo sentido - conteúdo interativo, autêntico e orgânico, ou seja, menos produção e mais verdade.

Não é à toa que sempre digo: viva o que você defende na rede social, defenda o que você vive.

**02. Com o tamanho da internet hoje, um dos grandes desafios é produzir mensagens que cheguem nas pessoas, que elas se identifiquem e compartilhem. O que você considera importante para se construir um tom de voz marcante e se comunicar com elas de forma genuína?**

Personalidade. A construção de uma marca de impacto exige coragem, afinal, pessoas não se conectam com marcas isentas, sem brilho e que simplesmente seguem padrões.

Isso gera algumas confusões e alguns começam a opinar sobre tudo, confundindo opinião com valores, pontos que são totalmente diversos.

“*Jeff Bezzos, CEO da Amazon, tem uma frase interessante que diz que “marca é o que dizem de você, quando você sai da sala”. Sendo assim, é preciso ter controle, para não ser controlado.*”



Fotografia: Yana Nikulina / Unsplash.

Para evitar confusões e o que eu chamo de ruídos de marca, entendo que o primeiro passo para a construção da marca marcante é o trabalho de personal branding, ou seja, um trabalho de gestão de marca pessoal, para que empreendedores e empresários encontrem clareza acerca de quem eles são, qual intenção eles possuem e qual impacto eles querem gerar no mundo.

Jeff Bezzos, CEO da Amazon, tem uma frase interessante que diz que “marca é o que dizem de você, quando você sai da sala”. Sendo assim, é preciso ter controle, para não ser controlado.

**03. De advogada com uma carreira bem-sucedida a influencer na área de turismo, gastronomia e conteúdo digital. Como foi sua transição de carreira? Quais foram seus principais desafios e aprendizados ao longo desta jornada?**

Quando eu atuava com o direito eu já trabalhava com o marketing por amor. Tudo começou 10 anos atrás, com um blog de literatura, que era ape-

nas um canal onde eu publicava resenhas de livros. Dali surgiu um convite para participar na comunicação de uma editora e eu, curiosa e apaixonada pelo digital, aceitei. Com esse processo várias portas se abriram, vários projetos surgiram e eu me vi cada vez mais envolvida nesse universo. Em 2015 criei o Coisas de Mineiro, o que intensificou meu contato com as redes sociais e com o empreendedorismo. Mesmo sendo feliz no direito, comecei a observar no marketing questões que faziam meus olhos brilharem, entre elas, a liberdade geográfica.

Nesse processo, confesso que fiz uma transição gradual, o que me possibilitou um planejamento financeiro. Contudo, ainda assim a decisão final foi difícil, sabe? Senti medo de deixar de lado tudo que havia construído e senti muito medo do julgamento.

“*O digital não é uma porta, ele é um microfone que leva a sua voz para milhares de pessoas e faz com que elas batam na sua porta.*”

Para lidar com tudo isso percebi que só tinha um caminho: ser melhor todos os dias. Fiz uma pós em jornalismo, um MBA em Marketing na USP, vários cursos na ESPM e fui me envolvendo em projetos e mais projetos.



Fotografia: Rodion Kutsaev / Unsplash.

Hoje, além do blog, trabalho com cursos em mentorias na área de marketing e branding, e já conto com mais de 500 alunas. Presto consultoria para empresas e projetos e o meu negócio está crescendo de forma gradativa, mas rápida, o que é incrível!

Acredito que o desafio que enfrento todos os dias é o de gerar impacto na vida dos outros com uma mensagem autêntica. Infelizmente o digital sofre com promessas falsas e ilusões de ganho fácil, então solidificar uma marca séria, pautada na ideia de trabalho e movimento, não é algo simples. Mas sigo firme, com clareza de onde quero chegar.

Hoje defendo que “Sucesso é Movimento” e com isso me movimento todos os dias.

**04. Pensando nos profissionais que ainda não se despertaram para a importância do marketing pessoal e presença nas redes sociais, qual**

**conselho você daria para incentiva-los a fazer parte deste universo?**

O digital não é uma porta, ele é um microfone que leva a sua voz para milhares de pessoas e faz com que elas batam na sua porta. Não existe caminho fora da internet e independente da audiência ou do volume de pessoas, sua autoridade é construída o tempo todo, a cada publicação.

A internet é para todos, mas não basta postar, é preciso entender o que postar, qual a razão de postar, qual o impacto de cada publicação.

Comece agora, com o que tem em mãos, e entenda que é uma construção. O terreno é fértil e no Brasil apenas 3% das empresas investem em anúncio no Google, o que mostra que a hora é agora, isso está apenas começando.

Não tenha medo do novo, abra seu olhar pra ele, afinal, nada mais importante para um empreendedor que a capacidade de acompanhar e se apaixonar por tendências.

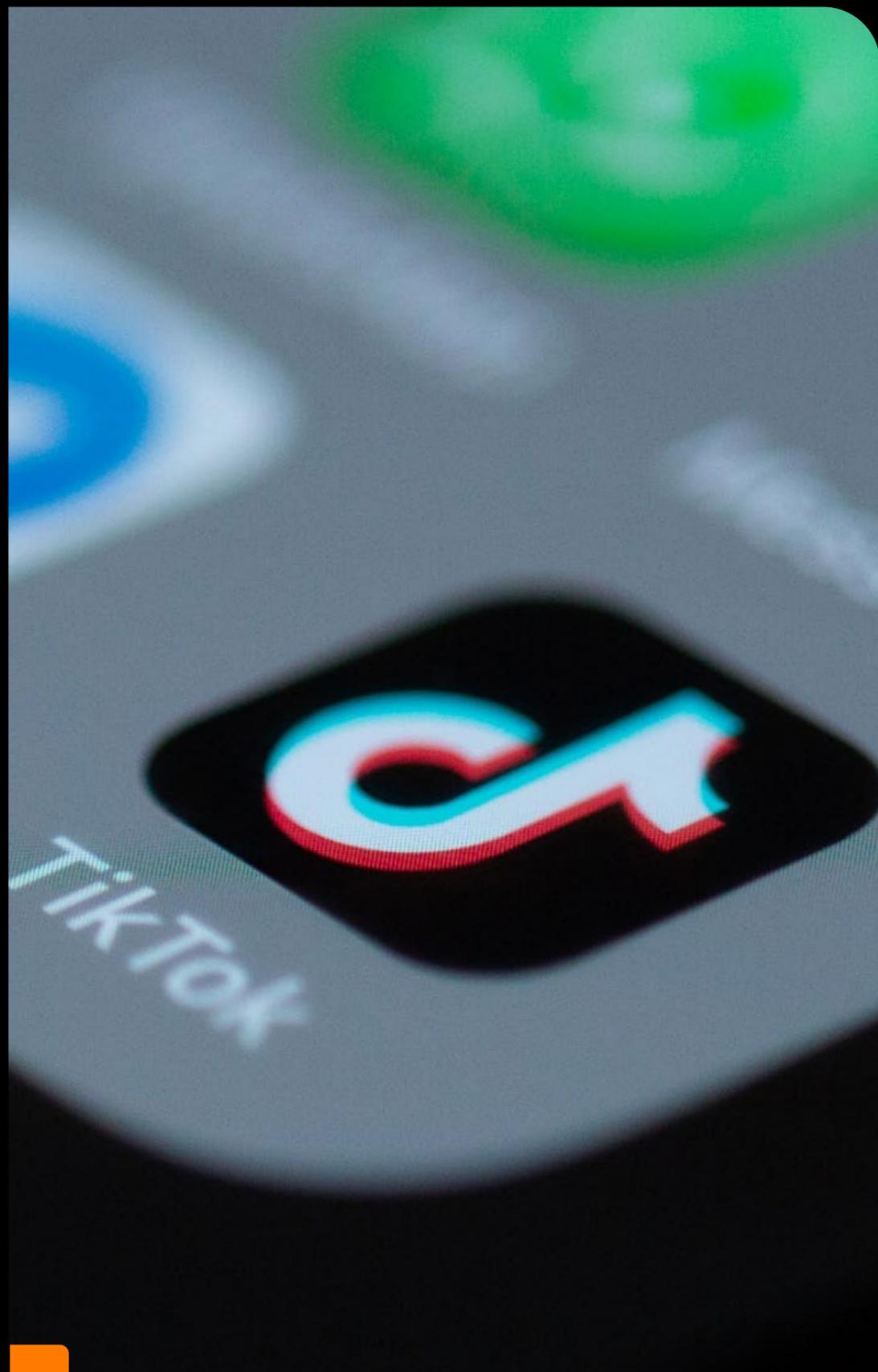
**05. Especialistas afirmam que, nas redes sociais, “Diferente pode ser mais estratégico do que tentar ser melhor”. Você concorda com esse raciocínio ou não acha que é bem por aí? Por quê?**

A internet é a extensão da vida real, isso é o que precisa ficar claro. Sendo assim, o crescimento digital acontece por grupos de interesse, exatamente como eram formados os ciclos de amizade no colégio e na vida. O melhor para o grupo

X é um total desconhecido para o grupo Y, entende? Por isso entendo que o foco é o seguinte: ser melhor a cada dia, usando como comparativo apenas você.

Comece agora, com o que tem em mãos, e entenda que é uma construção. O terreno é fértil e no Brasil apenas 3% das empresas investem em anúncio no Google, o que mostra que a hora é agora, isso está apenas começando.

A estratégia é a base disso tudo, porque ela dá segurança, direção e claro, velocidade. A internet é para todos, mas não basta postar, é preciso entender o que postar, qual a razão de postar, qual o impacto de cada publicação e quais elementos vão contribuir para que ela seja uniforme e construa a percepção certa na mente do outro.



# POR QUE O TIK TOK PRECISA DO JORNAL NACIONAL?

---

*Por Ruy Dantas*

*Fotografia: Solen Feyissa / Unsplash*

Nesses dias, espectadores do Jornal Nacional, da Globo, se surpreenderam ao ver, na chamada do programa, o TikTok como a marca que oferece o telejornal. A ideia de aparecer no jornal de maior visibilidade da Globo faz parte de uma estratégia de comunicação que a plataforma já vem conduzindo há algum tempo e que pretende ampliar a visibilidade da marca perante o público brasileiro.

Mas a televisão não estava morta? Ora, se o TikTok precisa da TV, imagine as demais marcas, sobretudo as que nasceram na velha economia e ainda estão tentando entender como funciona o digital.

Ousaria afirmar que muitas empresas perderam espaço porque não foram orientadas corretamente nessa transição.

O fato é que o digital e a televisão são importantes para se comunicar e vender. Estamos em um momento de mudança e adaptação do tradicional para o mundo digital, o que ainda é complexo para determinados segmentos. Ao mesmo tempo que crianças de dois anos já do-

minam a tela dos smartphones, há uma enorme quantidade de adultos e idosos que estão aprendendo a lidar com os aparelhos, além daqueles que não fazem a menor questão de aprender.

“

Ao mesmo tempo que crianças de dois anos já dominam a tela dos smartphones, há uma enorme quantidade de adultos e idosos que estão aprendendo a lidar com os aparelhos, além daqueles que não fazem a menor questão de aprender.

”

A prova disso são os dados levantados pelas pesquisas que nos chegam todos os dias apontando que os meios de comunicação que as pessoas mais usam para se informar no Brasil são TV, internet e rádio. Ou seja, eles estão interligados no dia a dia das pessoas, e, a menos que haja o objetivo muito específico de atingir um público-alvo, que comprovadamente, é massivo no meio digital, deixar a propaganda tradicional de lado é uma negligência, uma perda de oportunidade.

Se você tem uma clínica médica e só pode atender dez pessoas por dia, talvez seu Instagram resolva. Uma indústria de café que precisa vender em massa dificilmente vai ganhar mercado deixando os veículos tradicionais de fora. Esse é o ponto.

Não à toa, quem vem revolucionando as conquistas espaciais é a SpaceX, e não a Boeing; quem revolucionou o uso de carros próprios foi a Uber e não a AVIS; carros elétricos foi a Tesla, e não a GM; hospedagem foi o Airbnb, e não a rede Hilton; e os exemplos são inúmeros.

Isso porque eles entenderam o game e inovaram não só no modelo de negócios, mas na forma de colocar os produtos na mente e na ponta dos dedos dos clientes.

“

Se você tem uma clínica médica e só pode atender dez pessoas por dia, talvez seu Instagram resolva. Uma indústria de café que precisa vender em massa dificilmente vai ganhar mercado deixando os veículos tradicionais de fora. Esse é o ponto.

”

Aqui fica a provocação. Se sua marca não pensa assim, está na hora de entrar nesse universo para poder entender a essência da transformação digital. Omnichannel é a palavra da vez.



Fotografia: Marah Bashir / Unsplash.



Por Ruy Dantas

Ruy Dantas é um empresário brasileiro do ramo da comunicação. Jornalista e publicitário, desde 2006 preside o Sin Group, que reúne as empresas Sin Comunicação, Ima Gestão de Imagem, Jabuticaba Digital Ideas e Keek Intelligence e emprega cerca de 100 funcionários em João Pessoa, Maceió e Brasília. .

Fotografia: Arquivo pessoal

## DESACELERE

## Grandes coisas são feitas de muitas coisinhas

Por *Isa Ribeiro*

Fiz a unha da mão  
Fiz feijão  
Li 5 páginas de um livro  
Fiz uma nova receita de pão – esqueci o sal  
Separei algumas roupas para doar  
Fiz uma limpa nos esmaltes que não usava  
Vi 1 temporada de Ozark  
Zerei minha caixa de e-mails

“Uau, que dia produtivo!” você deve pensar. E foi, mas não aconteceu em um dia só.

Fiz tudo isso nos últimos 8 meses... É, 8 meses.

Em tempos em que falamos tanto em produtividade, infelizmente é involuntário ligarmos isso à corrida do tempo e, quanto mais atarefado e cheio o dia, melhor. Melhor? Pra quem?

Eu pensava assim, me guiava assim e, até hoje, brigo comigo mesma pra ressignificar o conceito do que realmente faz um dia valer a pena e ser produtivo. Afinal, nesse momento em que todos estamos vivendo e, eu, recém mãe vivendo um novo tempo (que não é mais meu), é necessário se dispor a aprender a se reequilibrar infinitas vezes – muitas delas no mesmo dia.

É preciso atualizar esse olhar que nos condicionamos a ter sobre o que é produtivo, adicionando flexibilidade e acolhimento, senão a conta não fecha... Senão a vida será apenas cobrança, frustração e nível -100 de motivação. E eu acredito que não é assim que você quer viver. Sinceramente, se for pra ser dessa forma, eu abro mão de ter o meu checklist completo.

É, eu sei, é difícil ser tudo que sempre fomos e almejávamos viver em meio a uma pandemia.

Então, que a gente busque ser o melhor possível nas nossas partes – sendo o possível pra gente, não o possível do outro. Isso é viver uma vida com excelência.

Faça o que precisa ser feito... Mas vá aos poucos.  
Peça um tempo a mais, comece pelo mais urgente. Mas vá aos poucos.  
Pare, respire, descanse, curta o que você fez.  
Então, no próximo dia, outro pouquinho... Não se cobre hoje com base no ritmo que você já teve ou idealizou ter.  
O agora é um outro tempo, outro você.  
Grandes coisas são feitas de muitas coisinhas. Que acontecem aos poucos.  
Um quilômetro por vez, pra quem quer um dia completar uma maratona.  
Uma página por vez, pra quem quer ler um livro.  
Faça o que você quiser, faça o que te faz bem. Mas faça aos poucos. O tempo, quando aprendemos a degustá-lo, não nos desgasta.  
Só quando assumimos com acolhimento as nossas metades e temos a oportunidade de sermos – humanos, inteiros. Que esse item nunca falte no nosso checklist.



*Isa Ribeiro*  
Comunicóloga, escritora e fotógrafa. Instagram: @ribeiro\_isadora  
Fotografia: Arquivo pessoal

Na era do excesso, *singularidade*.  
Em meio a um turbilhão de vozes,  
modelos, opções: *a sua escolha*.

Apresentamos, neste manifesto, o  
conceito Dasein e convidamos você a  
desviar do todo e nos dizer –

**Aonde suas ideias podem te levar?  
Onde você quer estar no futuro?**



Para saber mais, fotografe  
o código ao lado ou acesse  
nosso canal no Youtube.  
Vai ser um imenso prazer  
receber a sua visita.

**dasein**  
MORE THAN SEARCH. SEARCH AND MORE. *Since 1995.*

A PROUD MEMBER OF  
**AESC**

[www.dasein.com.br](http://www.dasein.com.br) | [comunicacao@dasein.com.br](mailto:comunicacao@dasein.com.br)

