

São Paulo, 27 de novembro de 2020



PRODUZIDO POR



Islândia

Imagem: Gettyimages

Suécia

criação e organização



Noruega

# CAPITALISMO EM EQUILÍBRIO

Países nórdicos mostram como conciliar crescimento econômico com agenda ESG

Sete vezes maior em área e oito em população, o Brasil tem um Produto Interno Bruto (PIB) apenas 10% superior ao dos países nórdicos somados. Esse dado sintetiza bem a força da economia da região formada por Suécia, Dinamarca, Finlândia, Noruega e Islândia. O mais importante é que esse estágio foi alcançado sem sacrifício do desenvolvimento social – ao contrário, os cinco países sempre aparecem entre as primeiras posições nos mais diversos rankings de qualidade de vida. A região é pioneira e referência em discussões ambientais essenciais para o futuro do planeta, como a chamada “economia circular” (baseada em consumo consciente e reciclagem), e na disseminação dos princípios de ESG (sigla em inglês para “Ambiental, Social e Governança”), uma visão mais ampla de sustentabilidade. Assim, muito do que se projeta como o futuro do capitalismo no pós-pandemia já é praticado entre os nórdicos, que certamente têm muito a ensinar ao mundo.

Finlândia



Dinamarca

Este material é produzido pelo Media Lab Estadao. Criação e organização Imagem Corporativa.

AVULSO DE CIRCULARIZAÇÃO DE RECURSOS  
 Prensão de dados em 11/11/2020 17:04  
 Consultar no endereço: https://www.licon.com.br





# Brasil e países nórdicos fortalecem suas conexões

Os países nórdicos são muitas vezes definidos pelos brasileiros como "outro mundo", por vários motivos: cultura, idioma, clima e, sobretudo, pelo alto nível de desenvolvimento social.

Há, no entanto, muitos laços entre esses dois mundos. A conexão pela grande presença, aqui no Brasil, de empresas nascidas na região nórdica. A Suécia se destaca: Volvo, Scania, Ericsson, Electrolux e Spotify são corporações que os brasileiros conhecem bem. Podemos acrescentar à lista as norueguesas Equinor e Hydro, as finlandesas Nokia e Valmet e a dinamarquesa Maersk, entre várias outras.

Referências culturais também não faltam. O brinquedo de encaixar Lego é dinamarquês e o jogo eletrônico Angry Birds, que virou febre mundial, nasceu na Finlândia. A rica produção audiovisual nórdica inclui séries que podem ser vistas na Netflix, como a dinamarquesa *Lily*, a finlandesa *Bordertown* e a islandesa *Trapped*. Na música, quem não conhece a banda norueguesa A-ha e a cantora islandesa Björk? E não esquecermos que foi na Suécia que o Brasil venceu sua primeira Copa do Mundo de futebol, em 1958.

Para ampliar a divulgação no Brasil de informações sobre os países nórdicos, a consultoria de comunicação Imagem Corporativa lançou em 2018 o portal *Scandinavian Way*. Os temas principais são aqueles que mais se destacam no perfil da região: inovação, tecnologia, mobilidade, meio ambiente, gestão pública, cidadania, transparência, equidade de gênero e inclusão.

A Imagem Corporativa promove também o *Scandinavian Day*, evento cuja terceira edição foi realizada nos dias 18 e 19 de novembro – desta vez em formato inteiramente online, por causa da pandemia. Com apoio do Estádio, o fórum de discussões teve como tema *A Visão da Escandinávia Sobre um Mundo em Tempo de Mudanças*.

"O grande objetivo do portal e do *Scandinavian Day* é reforçar as pontes entre o Brasil e a região nórdica. Essa aproximação certamente tem muito a contribuir para o desenvolvimento do nosso país", diz o CEO da Imagem Corporativa, Ciro Dias Reis, mediador das conversas realizadas durante o evento.

O painel de abertura contou com a presença dos embaixadores da Noruega, Finlândia, Suécia e Dinamarca. A programação incluiu também uma mesa-redonda sobre comunicação e imprensa.

O tema que mais permeou a troca de informações foi a

Evento já tradicional realizado de forma online revela como os dois mundos têm muito a compartilhar em várias áreas, como sustentabilidade, educação, ciência e desenvolvimento tecnológico

sustentabilidade. Trata-se de uma conquista reconhecida dos nórdicos, que têm obtido sucesso ao conciliar o crescimento econômico com o desenvolvimento social e a preservação do meio ambiente.

Não por acaso, a jovem Greta Thunberg, de 17 anos, ativista ambiental que lidera um grande movimento global sobre a emergência climática, escolhida personalidade do ano passado pela revista americana *Time*, é sueca.

A trajetória de Greta revela outro aspecto visceral da realidade nórdica: o grande valor dado à educação. Os quatro embaixadores que participaram do painel de abertura do *Scandinavian Day* foram unânimes ao atribuir principalmente a esse aspecto a grande evolução alcançada por seus países.

"Há apenas 100 anos éramos os mais pobres da Europa. Muitas pessoas morriam de fome. A grande chave para mudar essa situação foi, sem dúvida, investir em educação de qualidade", lembrou a embaixadora da Suécia, Johanna Brismar-Skoog.

### O PASSADO ENSINA

Olhar para a História é uma boa estratégia para entender como a região se tornou o que é hoje. O embaixador da Finlândia, Jouko Leinonen, ressaltou que a preocupação com a sustentabilidade tem relação direta com o climático e seus invernos rigorosos. "Essas circunstâncias nunca nos deram a opção de desperdiçar os recursos, muito menos energia."

A Noruega viveu um grande aprendizado quando se deu conta, na década de 1970, que várias espécies de peixes estavam ameaçadas de extinção – um grande problema não apenas ambiental, mas também

econômico, já que a pesca sempre teve grande relevância para as receitas do país.

A solução encontrada foi investir em ciência. "Tivemos de entender como a natureza funciona e estabelecer limites de exploração, dentro das margens para conciliar todas as necessidades envolvidas", descreveu o embaixador norueguês, Nils Martin Gunneng.

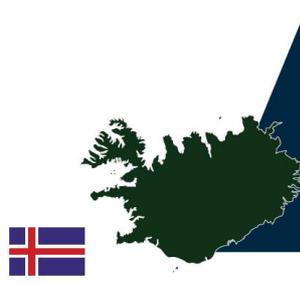
A capacidade de aprender com os erros é uma característica fundamental dos nórdicos, acrescentou o diplomata. "Como grande produtora de petróleo, a Noruega é sem dúvida parte do problema ambiental. Mas está avançando no propósito de resolvê-lo, da mesma forma que fizemos com a pesca", diz Gunneng. Além dos investimentos do país em energia renovável, ele destacou o fato de que 60% dos carros vendidos atualmente no país são elétricos.

A equidade de gênero, outra das características mais marcantes da região, também tem raízes no passado: os países nórdicos nunca cultivaram a visão de que as mulheres deveriam ficar em casa – até porque todos

tinham de compartilhar as tarefas num cenário de pouca gente para muita terra.

A ênfase dada hoje à inovação, com amplos incentivos governamentais, também não surgiu por acaso. "Os países nórdicos são economias abertas e pequenas, com alto custo de mão de obra. Nesse cenário, inovar é o único caminho que temos para ser competitivos. É inovar ou morrer", disse durante o evento o diretor do Conselho Nórdico de Ministros, Jonas Wendel.

Para ele, foram os investimentos em educação que levaram não apenas à capacidade de inovação, mas também ao valor dado à ciência e às fontes tradicionais de informação, como os jornais. "Trata-se de uma questão de credibilidade e de confiança compartilhada. É isso que cria fortes conexões entre as pessoas e as instituições, tanto no nível político quanto no ambiente de negócios. Credibilidade é o outro nórdico", resumiu Wendel.



## ISLÂNDIA

População: 366 mil (172º)

Capital: Reykjavik (131,1 mil hab.)

Área: 102,8 mil km2 (106º)

IDH: 6º

Expectativa de vida: 83,3 anos

Gastos com saúde e educação: 15,8% do PIB

Composição do PIB: 74,6% serviços, 19,7% indústria, 5,8% agricultura

PIB per capita: US\$ 66.945 (7º)

Competitividade: 21º



## DINAMARCA

População: 5,8 milhões (112º)

Capital: Copenhague (518,6 mil hab.)

Área: 43,1 mil km2 (131º)

IDH: 11º

Expectativa de vida: 81,2 anos

Gastos com saúde e educação: 17,7% do PIB

Composição do PIB: 75,8% serviços, 22,9% indústria, 1,3% agricultura

PIB per capita: US\$ 59.822 (11º)

Competitividade: 2º

### OS PAÍSES MAIS SUSTENTÁVEIS DO MUNDO\*

Ranking considera várias ações nas áreas de meio ambiente, social e de governança

- |             |                 |
|-------------|-----------------|
| 1 Suécia    | 6 Suíça         |
| 2 Noruega   | 7 Nova Zelândia |
| 3 Finlândia | 8 Luxemburgo    |
| 4 Dinamarca | 9 Canadá        |
| 5 Islândia  | 10 Holanda      |

Fonte: Índice Robeco de Sustentabilidade, abril de 2020

### Acreditamos que nossa experiência possa servir de inspiração para o Brasil

Nicolai Prytz  
Embaixador da Dinamarca

### Finlândia aposta na economia circular

Empresas finlandesas, que buscam estreitar laços com os brasileiros, estão na vanguarda da produção de biomassa e de materiais que substituem o plástico

No painel de abertura do *Scandinavian Day*, a embaixadora da Suécia, Johanna Brismar-Skoog, destacou as parcerias com o Brasil no desenvolvimento de tecnologias para a exploração de biogás e em projetos de mobilidade e modernização do transporte, envolvendo as gigantes Scania e Volvo.

Outro ponto de destaque das relações entre os dois países é a recente chegada ao Brasil do primeiro caça Cripem, dos 36 que serão entregues pela sueca Saab, vencedora da licitação internacional realizada em 2013. O embaixador da Finlândia, Jouko Leinonen, disse que o país aposta na Economia Circular – e com o Brasil ao longo desse caminho. "É o nosso maior parceiro na América Latina."

O diplomata lembrou que as empresas finlandesas estão na vanguarda da produção de substitutos para o plástico e uso de biomassa, contando para isso com fortes incentivos governamentais. "A Economia Circular já rende 3 bilhões de euros por ano para a Finlândia. Há muitas possibilidades de parceria com o Brasil nessa área."

O embaixador da Dinamarca, Nicolai Prytz, também destacou o pioneirismo do país em sustentabilidade, em especial no desenvolvimento de fontes renováveis de energia.

"Conseguimos fazer a economia crescer e ao mesmo tempo reduzir o consumo de recursos naturais. Acreditamos que nossa experiência possa servir de inspiração para outros países", disse Prytz. "Podemos ajudar o Brasil a evitar erros que a Dinamarca cometeu em seu longo caminho de aprendizado."

O embaixador da Noruega, Nils Martin Gunneng, ressaltou que o país tem aumentado os investimentos em energia renovável, inclusive no Brasil – exemplos são o complexo solar da Equinor no Ceará e os dois parques eólicos (na Bahia e em Sergipe) da Starcraft, maior geradora de energia limpa da Europa.

Os investimentos acumulados das empresas norueguesas no Brasil chegam a US\$ 25,5 bilhões, sendo US\$ 10 bilhões só nos últimos cinco anos. O setor de petróleo, gás e marítimo concentra 45% desses investimentos, mas a energia renovável já responde por uma parcela de 5%.

**MEDIA LAB ESTÁDIO**

Diretor de Conteúdo do Mercado Anunciante: **Luis Fernando Bova** MTB 26.090-SP. Gerente Branding on Demand: **Tatiana Babadobok**. Gerente de Estratégias de Conteúdo: **Regina Fogaça**. Gerente de Eventos: **Bianca Pierini**. Gerente de Planejamento: **Carolina Bonifácio**. Redes Sociais: **Murilo Basolin**. Especialista de Conteúdo: **Fernando Colarini**. Coordenadores de Planejamento: **Isabella Razz Santos** e **Prada Maga**. Arte: **Isa Barrios** e **Rubem Mathias**. Analistas de Marketing: **Sérvio**, **Luciana Gimeliano** e **Marcelo Molloy**. Analistas de Marketing: **Isabella Paiva** e **Rafaela Vizani**. Analistas de Marketing: **Jr.**, **Milena Yone** e **Paloma Sarillo**. Assistentes de Marketing: **Amanda Miyaguti Fernandes** e **Giovanna Alves**. Produção: **Rafaela Muller**. Colaboradores: **Edgardo Eduardo Gomes**, **Respostagem**, **Mauricio Oliveira**, **Rivisio**, **Francisco Marçal**, **Respostagem**, **Gabriel Cavallari**.

Av. Eng. Caetano Álvares, 55  
Irandir - São Paulo-SP  
CEP: 02598-900  
projeto@estadodigital.com.br

Este material é produzido pelo Media Lab Estádio. Criação e organização Imagem Corporativa.



**VIRTUDES EM COMUM**

Qualidade de vida, investimentos em saúde e educação, alta competitividade, economia baseada em serviços: ensinamentos dos países nórdicos para o mundo



**NORUEGA**

**População:** 5,4 milhões (118º)  
**Capital:** Oslo (830,4 mil hab.)  
**Área:** 385,2 mil km2 (61º)  
**IDH:** 1º  
**Expectativa de vida:** 82,1 anos  
**Gastos com saúde e educação:** 18,4% do PIB  
**Composição do PIB:** 64% serviços, 33,7% indústria, 2,3% agricultura  
**PIB per capita:** US\$ 75.420 (6º)  
**Competitividade:** 7º



**SUÉCIA**

**População:** 10,3 milhões (88º)  
**Capital:** Estocolmo (1,6 milhão hab.)  
**Área:** 450,3 mil km2 (55º)  
**IDH:** 8º  
**Expectativa de vida:** 82,4 anos  
**Gastos com saúde e educação:** 18,7% do PIB  
**Composição do PIB:** 65,4% serviços, 33% indústria, 1,6% agricultura  
**PIB per capita:** US\$ 51.610 (14º)  
**Competitividade:** 6º



**FINLÂNDIA**

**População:** 5,5 milhões (115º)  
**Capital:** Helsinque (579 mil hab.)  
**Área:** 338,1 mil km2 (65º)  
**IDH:** 12º  
**Expectativa de vida:** 81,3 anos  
**Gastos com saúde e educação:** 16,1% do PIB  
**Composição do PIB:** 69,1% serviços, 28,2% indústria, 2,7% agricultura  
**PIB per capita:** US\$ 48.686 (16º)  
**Competitividade:** 13º

Fontes: Organização das Nações Unidas (ONU), Banco Mundial, Cia Facebook, Fundo Monetário Internacional.

**50 anos de ajuda mútua**

Conselho Nórdico de Ministros estimula a parceria entre as nações com o tripé: confiança, credibilidade e interação

Apesar das diferenças naturais de alinhamento geopolítico, os países nórdicos sempre se esforçaram para fortalecer os laços de identidade compartilhada.

A instituição que melhor representa essa preocupação é o Nordic Council of Ministers (Conselho Nórdico de Ministros), que completa meio século de existência no ano que vem. "Nossa tarefa é promover a cooperação entre os países nórdicos, com base em três pilares: confiança mútua, credibilidade e interação", disse o diretor da instituição, o sueco Jonas Wendel, durante o Scandinavian Day.

*"Há grandes diretrizes que todos concordam. Os detalhes são ajustados durante o caminho"*

**Jonas Wendel**  
Diretor do Conselho Nórdico de Ministros

As reuniões, semanais, tratam de questões relacionadas à vida cotidiana nos cinco países. "Graças a esse trabalho, hoje as pessoas podem viajar, abrir negócios e se casar livremente. Também não precisam de visto de trabalho ou de permissão para estudar. Até o seguro de saúde tem validade nos outros países", descreveu Wendel.

A pandemia trouxe um desafio inesperado para a região, pois as fronteiras precisaram ser fechadas para evitar a disseminação da covid-19. Com isso, pessoas que estruturaram a vida pessoal e profissional em mais de um país, uma situação comum, enfrentaram grandes dificuldades.

Wendel ressaltou que o Conselho contribui também para uma das "especialidades" dos países nórdicos: fazer com que os planos de longo prazo sobrevivam às mudanças políticas. "Há grandes diretrizes com as quais todos concordam. Os detalhes é que vão sendo ajustados durante o caminho."

Um dos temas de destaque na pauta, hoje, é o desafio do carbono livre, a ser cumprido até 2030. "Isso só vai acontecer com ações efetivas. Desenvolvemos em conjunto um plano com 45 indicadores, avaliados e monitorados constantemente", descreveu Wendel.

**Discussão nas escolas inibe circulação de fake news**

Segundo advogada brasileira especializada em proteção de dados radicada em Helsinque, índice de confiança da população local em relação à imprensa está acima de 70%, patamar superior à média global

Os desafios da comunicação em tempos de fake news e de pandemia também ganharam destaque durante as discussões do Scandinavian Day.

A advogada brasileira Jamile Hamideh, radicada em Helsinque, onde fundou e lidera uma consultoria especializada em proteção de dados, ressaltou o grande preparo que percebe entre os finlandeses para lidar com informações. Indício disso, ressaltou ela, são os índices de confiança da população em relação à imprensa local – acima de 70%, patamar muito superior à média global.

"Fake news distribuídas por WhatsApp ou espalhadas pelas redes sociais nunca ganhariam repercussão na Finlândia. Depois que passei a morar aqui, percebi mais claramente o quanto há a fazer no Brasil para empoderar as pessoas a reconhecer e valorizar fontes confiáveis de informação", diz a advogada.

Ela ressaltou que a população dos países nórdicos tem grande consciência sobre os riscos e res-

ponsabilidades envolvendo o universo digital – assunto que vem sendo amplamente discutido nas escolas e pelas famílias. "Há o entendimento de que o futuro de todos depende em grande parte de como lidaremos agora com essas questões."

Henning Sverdrup, sócio de uma das principais agências de comunicação corporativa da Noruega, contou bastidores dessa atividade no país. Ele disse que o princípio número um da relação das corporações com seus diversos públicos é a transparência. "Quem quer trabalhar no mercado nórdico precisa saber que será questionado e que terá de responder com informações claras e consistentes."

Um dos pontos mais ressaltados por brasileiros que vivem nas sociedades nórdicas é justamente esse: para convencer alguém de algo, é preciso argumentar com dados concretos, e não com mem opinão ou informações falsas.

Sverdrup afirmou que trazer os fatos ao

público, sem tentar escondê-los, é visto como uma obrigação das empresas – não apenas por ética, mas por uma questão de sobrevivência.

"Nenhum ativo é mais importante do que a reputação dos profissionais e das empresas, e isso depende da construção de confiança. Sempre aconselho meus clientes a estarem tão disponíveis para a imprensa nas situações de crise quanto estariam ao tentar vender seus produtos", disse Sverdrup.

Dessa forma, ele observa, valoriza-se a liderança pelo exemplo: não basta a um líder empresarial ou político dizer que faz algo, é preciso que realmente faça no dia a dia. "É assim que os valores da sociedade são cultivados."

A terceira participante do painel, a jornalista Fanny Fröman, contou sua experiência à frente do jornal *Laxen Urtizier* ("Notícias para crianças", em finlandês).

O título da publicação, criada há cinco anos, indica o quanto a iniciativa é ino-

vadora: trata-se de um jornal feito para crianças e, em grande parte, também por elas. Os pequenos leitores são ouvidos para ajudar a definir as pautas e convocados para ocasiões especiais, como entrevistar políticos ou artistas. As editoriais são as mesmas dos jornais para adultos – apenas a linguagem é adaptada ao público mirim.

O jornal começou em versão online, até que veio a ideia de publicá-lo também em papel. "Muita gente considerou que era uma ideia estúpida, fora de época. Mas deu muito certo, justamente por ser um contraponto ao mundo digital, no qual as crianças estão imersas", contou a jornalista.

A publicação já ultrapassou 20 mil assinaturas, marca significativa em um país com 5,5 milhões de habitantes. Para a jornalista, o mais gratificante é saber que o trabalho está contribuindo para formar leitores – e, mais do que isso, cidadãos conscientes e críticos

**Muita gente considerou que era uma ideia estúpida, fora de época. Mas deu muito certo**

**Fanny Fröman**  
Jornalista de um jornal impresso para crianças da Finlândia

**Quem quer trabalhar no mercado nórdico precisa saber que será questionado**

**Henning Sverdrup**  
Empresário norueguês

Este material é produzido pelo Media Lab Estado. Criação e organização Imagem Corporativa.

FINLÂNDIA: ANA COSTA/REUTERS/GETTY IMAGES; NORUEGA: JONAS WENDEL/REUTERS/GETTY IMAGES; SUÉCIA: JONAS WENDEL/REUTERS/GETTY IMAGES

**pressreader**



# Investir em sustentabilidade é vital para as empresas

Novidade no mercado brasileiro, o sigla ESG já está na pauta dos países nórdicos há alguns anos. Trata-se de uma visão moderna de sustentabilidade, composta pelos três eixos que formam a sigla em inglês: environmental, social and governance (meio ambiente, social e governança).

“É uma abordagem que ganhou força em decorrência da pandemia e irá cada vez mais definir as agendas públicas e os modelos de negócios”, disse Patricia Acoli, diretora de Relações Corporativas da Scania na América Latina, durante o painel ESG na Prática, parte da programação do Scandinavian Day.

A executiva afirmou que melhorar os indicadores de sustentabilidade nas três dimensões da sigla é uma questão de sobrevivência para as empresas. “A Scania tem 130 anos de existência e nesse período precisou demonstrar grande capacidade de adaptação e de inovação. Seguimos nessa estrada.”

Fundada em 1891, na Suécia, a empresa começou produzindo bicicletas e vagões de trem, e foi evoluindo junto com as novas alternativas de transporte, até chegar aos caminhões pesados.

“Como o transporte é responsável por 14% das emissões de CO<sub>2</sub> no planeta, temos a visão de que fazemos parte do problema e que precisamos ser também parte da solução”, afirmou Patricia.

## JORNADA DE LONGO PRAZO

O mercado financeiro tem respaldado a importância dos parâmetros ESG. Grandes fundos de investimento criaram mecanismos para incentivar os clientes a apostar em empresas que demonstram consistência na jornada de sustentabilidade. Estima-se que um terço dos investimentos na Europa já seja realizados considerando, em algum nível, esses indicadores.

A consultora brasileira Carolina Mariotto, radicada na Dinamarca, onde é associada da Nordic Sustainability, diz que nos países nórdicos os conceitos de ESG já fazem parte do cotidiano, tanto no ambiente corporativo quanto na sociedade.

Diferentemente do Brasil, onde o setor privado engatinha nas práticas ESG, empresas nórdicas como a Scania e a Yara Fertilizantes já criaram uma ampla cultura socioambiental em seus negócios



Copenhague, na Dinamarca, é referência mundial no uso da bicicleta

Imagem: Gettyimages

Ela citou, como exemplos na capital finlandesa, a transformação de um velho prédio que sedia um hospital numa grande compositora pública e o esforço para reduzir a circulação de automóveis – o que incluiu o desmembramento de novas zonas residenciais em diversas regiões da cidade.

## INOVAÇÃO DIGITAL

A experiência com sustentabilidade da Yara Fertilizantes, empresa norueguesa fundada em 1905 e presente há 30 anos no Brasil, também foi apresentada durante o Scandinavian Day. O diretor digital da empresa no Brasil, Rodrigo Moraes, afirmou que o tema está no centro das ações da empresa desde o início de suas atividades.

“Os fertilizantes salvaram milhões de vidas, pois sem eles não haveria alimentos para todas as pessoas. O desafio do planeta continua sendo o mesmo: como produzir mais alimentos usando a mesma quantidade de terra”, analisou Moraes.

Em sintonia com essas preocupações, a empresa criou há três anos uma área de soluções em Digital Farming (agricultura digital).

Para desenvolver a inovação, a Yara adquiriu startups e se aliou a sistemas de aceleração de tecnologias, processo que incluiu a criação de quatro hubs de inovação ao redor do planeta – um deles em São Paulo.

O diretor da Yara contou que a empresa trabalha em soluções digitais para criar uma “cadeia verde” que não se limite à ponta e ecoeje já nos insumos. “Há o dilema do valor final para o consumidor: como ter um processo que não degrade o meio ambiente e tenha um custo possível para que as pessoas façam escolhas mais sustentáveis?”, observou Moraes.

Um dos exemplos de inovações digitais desenvolvidas nos últimos anos pela empresa em prol da sustentabilidade é o uso de imagens de satélite para ajudar os produtores a definir com precisão onde precisam aplicar mais fertilizantes – evitando o uso indiscriminado, como frequentemente ocorria antes.

## POPULAÇÃO ENGAJADA

Também participou da mesa-redonda Jenni Pajunen, vereadora em Helsinque, capital da Finlândia. Ela contou que a população dos países nórdicos é fortemente engajada na discussão sobre sustentabilidade e que prestigia empresas com boas práticas ESG e produtos de origem comprovadamente sustentável.

O grande objetivo de Jenni como parlamentar é transformar a cidade em que vive na melhor para se viver do mundo – todas as suas iniciativas e propostas têm relação com essa meta, o que implica um foco inevitável nos temas de sustentabilidade.

“Não podemos nunca esquecer que o ponto central da discussão sobre sustentabilidade deve ser melhorar a qualidade de vida das pessoas”, lembrou Jenni. “É preciso investir em infraestrutura, em reformulação da mobilidade e em novas tecnologias.”

## Choque cultural não impede laços comerciais

Brasileiros que trabalham em organizações dos países nórdicos explicam como se adaptaram às diferenças cotidianas que existem no mundo corporativo

Os brasileiros que vão morar nos países nórdicos enfrentam um inevitável choque cultural, tema do painel de encerramento do Scandinavian Day.

Um dos convidados, Leandro Mello, gerente de Desenvolvimento da Volvo, já viveu por dois períodos na Suécia – o primeiro entre 2008 e 2012, e o segundo entre 2017 e 2018. Ele explicou que as diferenças entre os estilos de liderança exigiram um período de adaptação.

“Na Suécia, a relação é muito mais colaborativa. A equipe precisa ser envolvida desde a definição dos objetivos. No Brasil a gente costuma pensar que o chefe define os objetivos e apenas comunica aos subordinados”, comparou o executivo.

Outro personagem do painel foi Carlos Monteiro, que está empreendendo na Dinamarca – fundou a Evolve, consultoria de marketing especializada em criar pontes entre o Brasil e a Europa. Casado com uma dinamarquesa que conheceu no Brasil, Carlos se mudou para o país há sete anos, quando nasceu a filha do casal.

Um dos aspectos que Carlos destacou é que estabelecer relações na Dinamarca, tanto pessoais quanto profissionais, exige tempo e dedicação. Em contrapartida, essas relações tendem a se tornar sólidas. “Os dinamarqueses agem com base na confiança. Só que, para confiar, eles precisam conhecer você.”

As diferenças culturais não impedem, contudo, que brasileiros e nórdicos se tornem bons companheiros de trabalho. Essa foi a ressalva feita por Bengt Janér, diretor da Saab para o programa Gripen Brasil, que prevê o desenvolvimento conjunto e fornecimento de 36 caças Gripen para a Força Aérea Brasileira – maior contrato de exportação da história da Suécia, assinado em 2013. O primeiro caça foi entregue recentemente, em setembro, e os demais deverão chegar até o final de 2024.

Por causa do projeto de transferência de tecnologia incluído na negociação, mais de 230 engenheiros aeronáuticos brasileiros já passaram por treinamento na Suécia. “O que a gente observa, na prática, é que as duas culturas se complementam muito bem, com aprendizados relevantes para ambas as partes”, disse Janér.

## CIRO DIAS REIS

### Uma possível curva de aprendizado para o Brasil

Dinamarca, Finlândia, Noruega e Suécia possuem em conjunto território de 1,2 milhão de quilômetros quadrados e 25 milhões de habitantes. O Brasil tem território sete vezes maior e uma população 8,5 vezes maior. Mas o Produto Interno Bruto (PIB) do Brasil é apenas cerca de 10% superior ao PIB somado dos países nórdicos, o que mostra o estágio daqueles mercados. Eles sempre figuram com destaque em rankings globais relativos à transparência, meio ambiente, confiança nas instituições, desenvolvimento humano, PIB per capita. São resultados que geram reflexões e podem inspirar soluções para um Brasil ainda longe do seu potencial humano, econômico e ambiental.

Os países da Escandinávia souberam superar longos períodos de recursos escassos e baixa qualidade de vida. Criaram alternativas bem-sucedidas para se transformar em referências em tecnologia, inovação, sustentabilidade, cidadania, qualidade de vida. Seus compromissos de longo prazo pelo bem comum se desenharam ao longo do século 20. A Suécia viu, entre 1850 e 1890, um milhão de pessoas deixando o país em busca de uma vida melhor. No século passado, a in-

dustrialização e um forte esforço exportador multiplicaram a renda nacional e um consistente sistema de rede de proteção social foi criado. A Dinamarca começou a se desenvolver depois da Segunda Guerra com um boom em segmentos como o das indústrias farmacêuticas e de produtos eletrônicos. Mais tarde, apostou em soluções de energia limpa: hoje cerca de 50% da energia do país é gerada por turbinas eólicas. A Noruega tinha renda bastante limitada até a virada dos anos 1980, quando a descoberta de grandes reservas de petróleo e gás permitiu um salto econômico e social. O país decidiu que a maior parte dos recursos do petróleo e do gás seria aplicada em um fundo soberano destinado a perpetuar a riqueza gerada por aquelas reservas. A Finlândia se destaca pelo alto nível de seu sistema de educação (que gera mão de obra qualificada e atrai investimentos internacionais) e quer utilizar em sua capital, Helsinque, a “sabedoria de recursos” econômicos, ambientais e sociais para gerar crescimento sustentável.

Não se pode comparar o contexto da Escandinávia com o do cenário brasileiro. Mas seria tolice não tirarmos lições de experiências bem-sucedidas de países daquela região na busca de novos caminhos para o Brasil.

“Ciro Dias Reis é presidente da Imagem Corporativa, global chairman da PRO Worldwide, membro do Advisory Council do Grady College of Journalism and Mass Communication, University of Georgia (EUA), membro do board da International Communications Consultancy Organization (ICCO).

Este material é produzido pelo Media Lab Estadao. Criação e organização Imagem Corporativa.

Imagem Corporativa  
www.imagemcorporativa.com.br  
Fones: +55 11 5042 5724  
+55 11 5042 5725  
+55 11 5042 5726  
+55 11 5042 5727  
+55 11 5042 5728  
+55 11 5042 5729  
+55 11 5042 5730  
+55 11 5042 5731  
+55 11 5042 5732  
+55 11 5042 5733  
+55 11 5042 5734  
+55 11 5042 5735  
+55 11 5042 5736  
+55 11 5042 5737  
+55 11 5042 5738  
+55 11 5042 5739  
+55 11 5042 5740

