

mão do lucro”. Esse é o espírito das B-Corps. A iniciativa será apresentada durante a Conferência Ethos neste mês. (GN)

RIO+20

A PARTICIPAÇÃO DAS EMPRESAS

Durante a Rio+20, a representação empresarial será marcada por uma série de eventos que tem como objetivo propiciar a troca de experiências e a promoção de compromissos corporativos entre empresas localizadas nos quatro cantos do mundo. Da ampla agenda em pauta, merecem especial atenção as questões relacionadas à biodiversidade, aos serviços ecossistêmicos e ao capital natural. Nesse caso, destacam-se os esforços empreendidos pela Unep-FI, pelo Global Canopy Programme e pelo GVCes – para engajar o setor financeiro por meio da iniciativa Natural Capital Declaration – e o Cambridge Programme for Sustainability Leadership, que, com a participação de vários atores do setor produtivo global, promove a gestão do capital natural no Pacto de Lideranças para o Capital Natural. Confira a agenda com alguns dos principais eventos empresariais:

- Evento coordenado pela Fiesp, Firjan, Fundação Roberto Marinho e Prefeitura Municipal do Rio de Janeiro: entre os dias 11 e 22 de junho, no Forte de Copacabana
- Rio+20 Corporate Sustainability Forum, coordenado pelo Pacto Global das Nações Unidas e parceiros: entre os dias 15 e 18 de junho, no Windsor Barra Hotel
- Basd – Business Action for Sustainable Development, coordenado pelo World Business Council for Sustainable Development: entre os dias 20 e 22 de junho, no Windsor Barra Hotel
- Diálogos para o Desenvolvimento Sustentável – coordenado pelo governo brasileiro para a participação da sociedade civil, incluindo-se as empresas: entre os dias 16 e 19 de junho, no Riocentro (*mais sobre os Diálogos em Entrevista à pág. 50*)

Além disso, os mais de 500 eventos paralelos que ocorrerão durante a reunião oficial, entre os dias 20 e 22 de junho, incluem a participação das empresas sob diversas formas, inclusive por meio de parcerias entre os vários atores da sociedade para o futuro que queremos construir. **POR BARBARA OLIVEIRA**

OLHA ISSO!

POR FABIO F. STORINO

O INCONSCIENTE NO COMANDO

Em um campus universitário, alunos de graduação são convidados a participar de um experimento, dando suas impressões sobre uma pessoa fictícia. No caminho para a sala de investigação, entretanto, a pesquisadora pedia para que segurassem por um brevíssimo instante seu copo de café enquanto ela anotava algumas informações.

O resultado confirmou as hipóteses de John Bargh e Lawrence Williams em artigo publicado em 2008 na revista *Science* (goo.gl/mdp5J): aqueles que seguraram um copo de café quente tenderam a associá-la a características positivas, como “afetuosa” e “confiável”, enquanto os que seguraram um copo de *iced coffee* tiveram uma opinião menos favorável.

Os pesquisadores utilizaram-se de um efeito chamado *priming*, no qual um estímulo prévio não registrado pela memória consciente afeta nossa percepção sobre experiências subsequentes. Nesse caso, a metáfora da temperatura havia sido transferida para traços de personalidade.

Popularizada por Freud e posteriormente relegada à “psicologia popular” nos anos 1970, a noção de inconsciente ressurgiu nos últimos anos, resgatada pela neurociência social, um campo interdisciplinar que estuda como os sistemas biológicos afetam nosso comportamento e processos sociais. Hoje ele é entendido como um mecanismo que nos permite, de maneira rápida e com muito pouco esforço, navegar pelo ambiente social — assim como a visão nos permite navegar pelo ambiente físico —, e que está no controle de algumas situações que antes julgávamos ser de domínio do nosso consciente.

Em artigo publicado em 2011 no *British Journal of Psychology* (goo.gl/uGgp3), Adrian North ofereceu a diversos voluntários um mesmo tipo de vinho, pedindo que fosse avaliado segundo algumas categorias. Quando tocava *Carmina Burana* na sala de degustação, o vinho era mais avaliado como “poderoso, pesado”, em comparação com “sutil, refinado” quando os voluntários o degustavam ao som de uma valsa de Tchaikovsky.

No recente *Subliminal: How Your Unconscious Mind Rules Your Behavior*, Leonard Mlodinow ilustra a influência do inconsciente sobre nossas decisões cotidianas com curiosos experimentos. Em um deles, o mesmo North observa que um supermercado registrava o dobro de vendas de vinhos alemães do que franceses nos dias em que uma típica música alemã tocava suavemente ao fundo, e o oposto nos dias em que tocava uma música francesa.

Em outro, uma entrevistadora abordava pessoas sobre uma ponte pedindo que preenchessem um questionário. Ao final, fornecia seu telefone em caso de “dúvidas”. Entrevistados sobre uma sólida ponte, a poucos metros de um pequeno riacho, 12,5% dos voluntários ligaram posteriormente para a entrevistadora. Entre aqueles entrevistados sobre uma ponte mais elevada e instável, metade ligou: a pulsação rápida e outros efeitos da descarga de adrenalina que tomava conta dos voluntários naquela ponte foram interpretados pelo cérebro como sinal de atração sexual.

Torçamos para que as boas propostas da Rio+20 sejam apresentadas enquanto os chefes de Estado degustam um cafezinho quente, e que as más propostas sejam regadas a mate gelado.



*** FABIO F. STORINO É COORDENADOR DE TI E GESTÃO DO CONHECIMENTO DO CENTRO DE ESTUDOS EM SUSTENTABILIDADE (GVCES)**