

Documentação

Veja

Fonte: _____

Data: 2/10/2002 Pg 11, 14-15

Class: 24

Entrevista: Anita Roddick

Rica e radical

Fundadora da The Body Shop, a multinacional dos cosméticos naturais, diz que o ativismo político convive bem com negócios

Ruth de Aquino

Foi em frascos de plástico, como os usados para coletar urina, que a inglesa Anita Roddick, filha de imigrantes italianos, começou a vender cosméticos naturais numa cidadezinha da Inglaterra, em 1976. Ela tinha 33 anos e duas filhas. Hoje, sua empresa, The Body Shop, tem mais de 1 900 lojas em cinquenta países e faturou 1 bilhão de dólares no ano passado. O *Wall Street Journal* colocou Anita, agora com 59 anos, entre as trinta mulheres mais influentes no mundo dos negócios na Europa. The Body Shop é uma marca-símbolo do politicamente correto — contribui para causas verdes, faz campanha antiglobalização e jamais testa seus produtos em animais. Como mulher, Anita odeia a indústria da beleza e despreza a cirurgia plástica. Em fevereiro deste ano, ela deixou a presidência de sua empresa. “Estava me sentindo isolada”, diz. “Fico cada vez mais radical à medida que envelheço.” Nesta semana ela estará no Brasil para lançar seu livro *Meu Jeito de Fazer Negócios* (Negócio Editora). Anita falou a VEJA em Littlehampton, sua cidade natal, a duas horas de Londres. É ali que se refugia com o escocês Gordon Roddick, marido e sócio, numa casa magnífica no meio de uma floresta.

Veja — A senhora se desiludiu com a Body Shop?
Anita — Não é isso. Sou a maior acionista, continuo no conselho administrativo e sou consultora da empresa oitenta dias por ano. Mas deixei a presi-



“Os advogados vetaram a palavra ‘ativismo’ por temer confusão com ‘terrorismo’. Não só continuei a usá-la como criei um perfume, o Activist”

dência porque o que estou fazendo agora é muito político. Meu último livro, *Take It Personally*, é um libelo contra a globalização e contra o trabalho infantil. Eu não queria ficar na Body Shop me sentindo como uma metralhadora velha, atirando em todas as direções. Abaixo o tédio e a chatice. Há três anos eu me lembro de ter dito que “nós temos de ser a companhia internacional que desafia a globalização”. Temos de fazer com que todos os nossos consumidores assinem petições para descobrir quem está por trás da Organização Mundial do Comércio.

Veja — Antes, quando a empresa era menor, seu controle sobre ela era maior?

Anita — Nós tínhamos mais lucros quando agíamos de forma não convencional. Quando transformávamos nossas lojas em lugares polêmicos, tínhamos humor no trabalho e desafiávamos os governos, as pessoas tinham curiosidade em saber o que estávamos aprontando, sentiam-se parte de um projeto, tanto os funcionários quanto os clientes. E isso não era uma estratégia de marketing. A Body Shop era uma empresa de comunicação, com especialidade no ramo de cosméticos, que fazia dinheiro com seus projetos e reinvestia em campanhas pelos direitos humanos. Agora se tornou uma companhia que vende produtos e que extrai parte dos lucros para investir em questões importantes para a humanidade.

Documentação

Fonte: *veja*

Data: 2/10/2002 Pg 14

Class.: 24

Veja — *Para quem a senhora escreveu Meu Jeito de Fazer Negócios?*

Anita — Especialmente para mulheres que querem abrir o próprio negócio. Porque, se eu pude construir o que consegui, sem jamais ter freqüentado uma escola de administração ou de economia, então qualquer mulher pode, desde que seja empreendedora, criativa e determinada. O livro é dedicado aos marqueteiros, que vão perguntar-se como é que eu consegui construir a 27ª marca mais respeitada no mundo sem pagar um centavo em campanhas de publicidade.

Veja — *Que conselho a senhora daria a quem está abrindo um negócio?*

Anita — Uma área que está aí para ser explorada é qualquer serviço ou produto que amenize a solidão. Em todo lugar, percebo entre os mais velhos, ou entre mães e pais solteiros, uma enorme onda de solidão. As pessoas estão sós, vendo televisão, reunindo-se pouco com amigos. Há uma carência de negócios voltados para essa necessidade vital de relacionamento. Muitas doenças são causadas pela depressão de seres sozinhos. Mulheres têm vivido mais que homens. Nós já redefinimos todas as idades, 50, 60, 70 e, agora, 80. Essas pessoas querem, por exemplo, aprender a usar o computador. E não têm como. Turismo é mais uma área mal explorada. Outro conselho: peçam ajuda e orientação.

Veja — *Algumas de suas frustrações resultaram do confronto com outros ambientes. O que deu errado com os caiapós, índios brasileiros que a senhora tanto apoiou?*

Anita — Tudo deu certo com os caiapós no que se refere ao negócio da extração de castanhas. Mas eu não gosto dos caiapós. É difícil gostar deles, porque são um grupo machista. Eles adoram testosterona. (*Meu marido*) Gordon chega lá e eles fazem festa, bajulam. Comigo é diferente. E, além disso, eles são gananciosos, gostam demasiadamente de dinheiro, de consumo. Mas o importante é que nós não os abandonamos. Estamos há treze anos financiando projetos de uma comunidade frágil, entre eles um de turismo, auto-sustentável. Gastamos milhões para ajudá-los, pegamos dinheiro de nossa fundação, só para manter a comunidade viva e autônoma.

Veja — *Não foram uma decepção o escândalo e a condenação do cacique caiapó Paulinho Paiakan por estupro, nos anos 90?*

Anita — Nós nunca conseguimos saber toda a verdade. Foi um pesadelo. Claro que precisamos tirar das prateleiras os braceletes caiapós nos quais tínhamos investido muito dinheiro, mas o importante é que a gente conse-

**“Há uma rebeldia
contra as grandes
corporações,
contra o abuso
de poder do
capital. O grande
movimento hoje
é o dos negócios
locais. As pessoas
querem comprar
legumes e frutas
da estação. Querem
férias ecológicas”**

guiu separar o que está contaminado da parte pura da comunidade.

Veja — *Entre os erros internos que a senhora diz que cometeu no comando da Body Shop está a contratação de consultores. Por quê?*

Anita — Perdemos 2 milhões de dólares e dezoito meses com um consultor famoso. Toda empresa é precipitada demais ao contratar consultores. Afinal, para um casamento dar certo, você tem de ir para a cama antes para saber se gosta. O certo seria dizer o seguinte: vamos passar seis meses juntos na empresa e ver se dá certo. E oferecer ao consultor uma lista de questões inegociáveis. E essa mania de pesquisas qualitativas? Você paga a pessoas para dizer o que elas pensam que você quer ouvir. Não existe desperdício maior de tempo e dinheiro.

Veja — *Se a Body Shop nascesse agora, teria o mesmo êxito?*

Anita — Acho que sim. Nos anos 80,

quando crescia a Body Shop, ela se beneficiou de uma conscientização maior sobre a ecologia, a ascensão dos verdes na Europa. Agora há outra coisa. As pessoas estão odiando as grandes marcas. Existe uma rebeldia contra as enormes corporações, contra o abuso de poder do capital, contra os outdoors que roubam o espaço civil do cidadão. O grande movimento, hoje, baseia-se nos negócios locais, regionais. As pessoas querem comprar legumes e frutas da estação, em vez de encontrar nas prateleiras morangos o ano inteiro. As famílias buscam férias ecológicas.

Veja — *A militância política pode conviver tranquilamente com o comércio?*

Anita — Não só pode, mas deve. O consumidor consciente quer saber o que está por trás do que ele está comprando, se há exploração, se há materiais danosos para o ambiente, se existe ética ou não. As pessoas estão mais conscientes agora. Quando o departamento jurídico da Body Shop vetou a palavra “ativismo” no relatório anual da empresa, argumentando que podia ser associada a terrorismo, eu não só disse que a usaria sempre que quisesse como criei um perfume, o Activist.

Veja — *A senhora está arrependida de ter aberto o capital de sua empresa, em 1985?*

Anita — Foi uma decisão política. Não queríamos ser vistos como uma empresa bizarra. Foi maravilhoso nos primeiros dez anos. Enquanto as ações só sobem vertiginosamente, tudo vai bem. O preço da entrada na bolsa é que, de repente, a empresa se viu diante de “imposições”, como a de dobrar os lucros em um ano. É aquela pressão constante por um desempenho financeiro. E a definição de lucro, apenas em cima de fatias do mercado ou em cifras? Por que não definir lucros com base em critérios mais subjetivos e idealistas, como a criação de uma melhor qualidade de vida? Com o capital aberto, é mais difícil ousar, arriscar. Como uma empresa fechada, eu podia dar o dinheiro que quisesse ao Greenpeace ou a alguma organização de direitos humanos e ninguém ficava sabendo.

Veja — *Existem qualidades femininas na condução de uma empresa ou isso é um mito?*

Anita — Os valores femininos são o diálogo, a abertura, a não-hierarquia, uma linguagem que transcende puramente o trabalho e a gentileza. As mulheres desconfiam do poder e de suas armadilhas. As metáforas do sucesso, o carro último tipo, a secretária faz-tudo, o escritório luxuoso seduzem muito mais o homem. Mas é claro que existem mulheres que, infelizmente, assumem o lado masculino quando estão no poder.

Veja — *Existe algum creme em sua cabeceira?*

Anita — Claro que sim, mas naturais. A indústria da beleza, eu odeio. Porque mente. É uma estupidez gastar 60 dólares num creme anti-rugas. Eu uso três produtos da Body Shop. Sal, óleo e mel. Esfrego para renovar as células e hidratante. Só. Porque a pele da gente fica mais seca e precisa de hidratação. E a outra coisa que eu faço é pintar o cabelo. Não consigo me acostumar à idéia de permitir que meu cabelo fique grisalho ou branco. Mas este rosto que você está vendo é um rosto de 60 anos, não é de 20 nem de 30.

Veja — *Qual é sua opinião sobre cirurgia plástica?*

Anita — Tenho amigas inteligentes que fazem e dizem se sentir bem. Mas eu não quero chegar aos 70 como uma figura exótica, com aquela cara sem expressão, deixar uma faca entrar no meu rosto para me esticar, enquanto tem tantas partes do meu corpo, como os cotovelos, as mãos, os joelhos, que denunciam a idade. Não faz sentido.

Veja — *Toda revista feminina sabe que celulite na capa aumenta as vendas. É uma maluquice das mulheres?*

Anita — Para mim, foi a Itália que começou com essa mania. Mulheres retêm líquido, não tem jeito. Magras ou gordas, acabam com celulite em maior ou menor grau. A única coisa a fazer é esfregar, massagear a pele com um pano áspero e sal para ativar a circulação. E a mídia alimenta, sim, essa obsessão, tirando fotos com uma luz tal que salienta a celulite. Nenhuma revista ressalta a pele envelhecida dos homens, só a das mulheres.

Veja — *Qual foi o papel de seu marido na Body Shop e qual o segredo de 32 anos de casamento bem-sucedido, mesmo tendo sido sócios e parceiros a vida inteira?*

Anita — É muito difícil dar certo se só a mulher se torna uma personalidade no mundo dos negócios. Gordon sempre foi respeitado pelas instituições financeiras, sempre foi o grande plane-

“Deu tudo certo com os caiapós no que se refere ao negócio da extração de castanhas. Gastamos milhões para manter a comunidade viva e autônoma. Mas não gosto deles. São machistas e gananciosos”

jador e estrategista e, além disso, ele tem os próprios projetos.

Veja — *É possível ensinar alguém a ser um empreendedor?*

Anita — Não se ensina a obsessão nem a ficar sintonizado o tempo todo. Difícilmente algum rico pode virar empreendedor. Eles não têm a fome necessária, nunca estiveram à margem. Por isso imigrantes conseguem grandes fortunas, tornam-se empresários de sucesso. Conhecem a sensação de não pertencer à comunidade. Eu vim de uma família de classe baixa, trabalhadora. Éramos os únicos italianos na cidade. E toda a minha vida foi sinônimo de trabalho. Nada de lazer nem de divertimento. Eu trabalhava na cafeteria de minha mãe. Nunca tirei férias com a família. O empreendedor é movido pela mesma paixão de um artista ou de um escritor.

Veja — *Sua convicção é de que um código de ética será implementado glo-*

balmente pelas grandes empresas. Não é uma utopia?

Anita — Vai acontecer. E estamos vendo só a ponta do iceberg. Toda essa desilusão com consultores, com a maneira de administrar, com seu papel na sociedade. A reputação do negócio será discutida nos escritórios centrais dos conglomerados como um valor essencial. A melhor imagem é a honestidade. A população pressionará por isso. Reputação, reputação, reputação, é a única parte imortal do homem. É uma citação emprestada de *Otelo* (de William Shakespeare).

Veja — *Quando a senhora lançou produtos à base de cânhamo, planta da família da maconha, foi acusada de estimular o uso de drogas. Em sua opinião, o consumo e o comércio da maconha deveriam ser legalizados?*

Anita — A marijuana não é uma droga, em minha opinião. Deveria estar no mesmo nível do álcool e do fumo, com a ressalva de que estes dois últimos vícios matam. Claro que é necessário advertir contra o uso excessivo. Se você fuma muita maconha, fica bobão, estúpido. Se bebe muito álcool, além de ficar bobo, passa mal e morre. E, se fuma muito cigarro, você morre.

Veja — *A senhora já foi considerada uma das mulheres mais ricas da Inglaterra, em 1993. Ainda é?*

Anita — Isso depende do valor de minhas ações. No momento, valem aproximadamente 1 libra cada uma. Já venderam o triplô.

Veja — *Por que, na contratação de funcionários, uma das perguntas do questionário-padrão é “como você gostaria de morrer”?*

Anita — Quem me inspirou foi Marcel Proust, o grande filósofo francês. Meu funeral será ao ar livre, a música, de Bruce Springsteen. Os detalhes já estão todos definidos. E minhas filhas não herdarão nada da empresa. Foi uma decisão de comum acordo na família. Temos uma casa incrível aqui em Littlehampton, outra na Califórnia, elas têm os próprios negócios, suas casas. Minhas filhas também querem que as ações da Body Shop beneficiem grupos de direitos humanos, comunidades de base e teólogos da libertação. ■