

Novos olhares para a Responsabilidade Histórica

Trabalhos e projetos que contribuem para o bem-estar da sociedade disponibilizam informações sobre a história local e mostram comprometimento da empresa com a região na qual está implantada

Preocupados em dar algo mais à sociedade, diversas instituições de grande porte trabalham na modernização e inovação corporativa, além de investirem em ações de responsabilidade social, meio ambiente, cultura, esporte, entre outros. Medidas como estas servem também para fortalecer a confiança das comunidades e agregar valor à marca.

A nova onda agora é investir no patrimônio histórico (físico, cultural ou intelectual). Este novo conceito visa valorizar e preservar as tradições da região, onde as empresas estão instaladas, e resgatar seus costumes, mantendo viva a sua história.

Paulo Nassar, professor de comunicação da USP (Universidade de

São Paulo), e autor do livro "Relações Públicas na Construção da Responsabilidade Histórica e no Resgate da Memória Institucional das Organizações" comenta: "Iniciativas como essas tendem a fortalecer o crescimento dos públicos de uma companhia, entre eles, os empregados e a comunidade. Na medida em que as pessoas são mobilizadas, elas começam a se sentir pertencentes à empresa e ao seu sucesso".

Empresas investem na história do País

A fim de resgatar o que restou das organizações na memória da sociedade, a Companhia Vale do Rio Doce, Natura e Bunge se destacam nesta nova empreitada. No ano passado, a Vale restaurou um percurso de 18 quilômetros que une as cidades de Mariana e Ouro Preto, em Minas Gerais, além de disponibilizar, ao público, a antiga locomotiva Maria Fumaça.

Já no Espírito Santo, há um trabalho de resgate do Congo, o ritmo tradicional capixaba. E, para setembro deste ano, está prevista

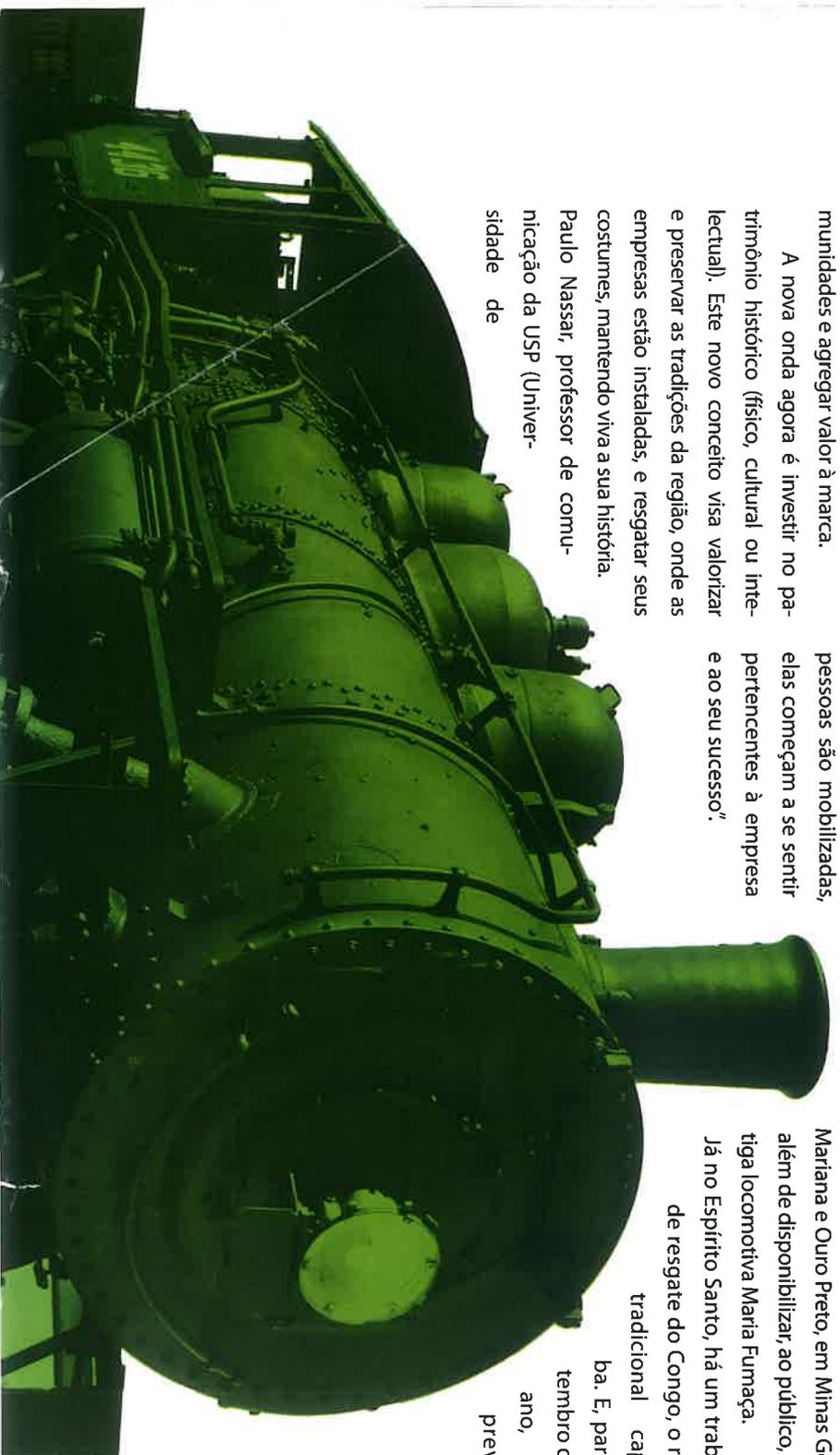


Imagem arquivo

a inauguração do Centro de Referência Azulejar, em São Luís do Maranhão, um local destinado à exposição e informações sobre a arte da azulejaria.

A Vale também possui um projeto chamado "Inventário dos Azulejos de São Luís do Maranhão", cujo objetivo é a pesquisa e catalogação do acervo azulejar (de azulejos da região). Neste projeto foram investidos R\$110 mil. "Este resgate tem uma importância muito grande para nossa cidade e nosso estado, que ficará para gerações futuras. As pessoas irão olhar os painéis de azulejo com outros olhos" conta Zelinda Lima, pesquisadora, folclorista do Maranhão e coordenadora do Projeto.

Em 1994, a Bunge criou um Centro de Memória que recebe cerca de quatro mil pesquisadores, anualmente, em busca de imagens históricas, e peças que documentam a evolução de costumes, técnicas e processos industriais.

Já a Petrobras possui um projeto chamado "Memória dos Trabalhadores da Petrobras", que surgiu no âmbito da come-

moração dos 50 anos da estatal.

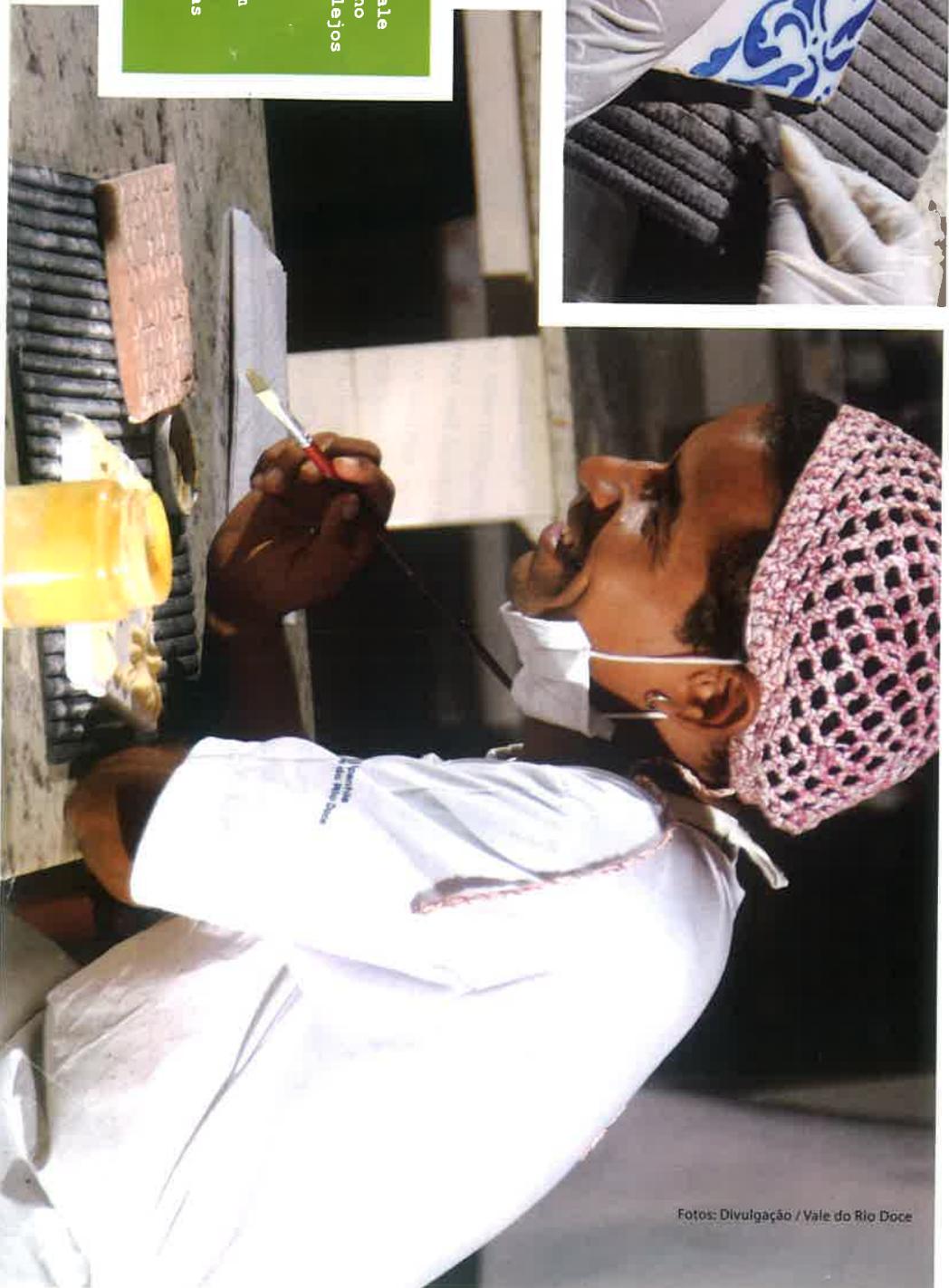
O BNDES tem uma série de trabalhos elaborados a partir de 2002, ligados à comemoração dos 50 anos da instituição no País. Além disso, existem ainda o Centro de Memória da Multibrás - antiga Brastemp e Cònsul, com o Museu de Eletrodomésticos -; o Centro de Cultura Odebrecht - o mais tradicional do País, desde 1984 -, entre muitos outros.

Outra empresa que trabalha forte nessa área é a Natura. A companhia se empenha na recuperação de um trecho de três quilômetros da estrada de ferro que liga Perus à Pirapora, em Cajamar, São Paulo, e sua inauguração está prevista para o segundo semestre deste ano. "Este trecho é uma das poucas estradas remanescentes de bitola estreita (antigo sistema de roldagem dos trens), o que caracteriza um patrimônio ainda mais raro. Este trabalho pode ser um grande indutor para o turismo segmentado e gerar uma cadeia de empregos e serviços", comenta Rodolfo Gutilla, diretor de assuntos corporativos e relações governamentais da Natura. Segundo Paulo

Nassar, a responsabilidade histórica é uma convergência de todas as responsabilidades corporativas em uma linha do tempo de curto a longo prazo. "Ela veio para ficar, não é um modismo", reforça.

Cláudia Calai, coordenadora de projetos da Fundação Bunge, também ressalta que é importante utilizar este nicho como ferramenta estratégica de gestão, para dar suporte em áreas internas e, ao mesmo tempo, ser um canal de comunicação com a comunidade onde ela está inserida.

Enfim, investimentos como esses geram uma maior compreensão das origens dessas empresas e aperfeiçoamento do trabalho desenvolvido por elas. Mostram que o comprometimento da empresa com a sociedade está muito acima do lucro. Além de resgatar, tratar e disponibilizar o patrimônio histórico, o grande objetivo dessas companhias é incentivar e disseminar a cultura preservacionista. É uma forma de mostrarem um pouco de sua história e cultura para outras empresas, instituições e comunidade em geral. ■



Fotos: Divulgação / Vale do Rio Doce

À direita: A Vale também investe no Programa de Azulejos em São Luís, Maranhão.

À esquerda: Trem da Vale resgata tradição em Minas Gerais.