




## FEITOS & DESFEITAS > COMUNICAÇÃO EMPRESARIAL

# Empresas ainda fazem pouco pela cultura

Por Paulo Nassar em 08/03/2011 na edição 632

Tweetar

Curtir

0

G+

0



0 comentários

A gestão cultural empresarial está mudando de uma posição interesseira – embasada somente nos ganhos econômicos que uma corporação e suas marcas poderiam ter, como patrocínios de eventos ou programas culturais – para uma atitude mais transcendente, que demonstra na prática o comprometimento empresarial com a cultura cotidiana das pessoas, país ou comunidade onde produzem, comercializam e se desenvolvem. A gestão cultural é muito mais complexa que o gerenciamento de marcas, o *branding*.

Esta transformação na visão das empresas sobre a administração de patrocínios culturais foi destacada no I Seminário Aberje de Gestão Cultural: Realidades e Perspectivas, que reuniu no dia 28 de fevereiro mais de 350 pessoas no Grande Auditório do Museu de Arte de São Paulo (Masp), na capital paulista. As exposições de empresas, especialistas brasileiros e internacionais no tema da gestão cultural questionaram a visão, principalmente a empresarial, de investir dentro de uma visão inculta e marqueteira, geralmente encampada por executivos limitados, muitas vezes medíocres, formados em escolas extremamente voltadas apenas para resultados financeiros. Acontece, como foi destacado no Seminário Aberje, que a sociedade onde as atividades mercadológicas se realizam exige das empresas um comprometimento com tudo aquilo que os cidadãos valorizam no cotidiano: crenças, valores, tecnologia e as artes locais.

Enfim, a sociedade vê com bons olhos o alinhamento das empresas com a sua cultura e aqueles que a expressam, os artistas. Em síntese, o território das empresas é cada vez mais pressionado a se aproximar, até se misturar, ao território da sociedade. Nem sempre está aproximação se dá por ações empresariais alinhadas às identidades, missões e visões descritas nos manuais de marketing e *branding*. Muitas vezes, o que aproxima a empresa da sociedade são as suas ações que patrocinam o que é radicalmente diferente das suas bandeiras corporativas, aquilo que está no campo da alteridade.

Mais do que vender

Uma pesquisa da Aberje realizada entre os seus associados, todos integrantes do grupo das 1.000 maiores empresas que atuam no Brasil, mostrou que apenas 5% têm projetos culturais de médio ou longo prazo. Dentre essas empresas que organicamente estão ligadas às demandas culturais dos brasileiros se destacam um número ínfimo de 15 empresas. Dessas, 11 empresas são de origem nacional e quatro são multinacionais. A maioria dessas empresas está em setores politicamente sensíveis ao controles do Estado e da sociedade, concebidos durante os processos de privatização dos anos 1990, tais como o de energia e telefonia. Dessas empresas, a sociedade exige uma responsabilidade histórica maior e um comprometimento com os destinos do país e de suas pessoas.

Outro dado que mostra um alinhamento maior das empresas brasileiras com o país é que, coincidentemente, essas mesmas empresas condutoras de grandes projetos culturais, a maioria com mais de 50 anos de existência, conduzem também os grandes programas de memória e história empresarial realizados atualmente no Brasil. Muitos desses programas são abertos para a visitação e consulta da sociedade e da comunidade acadêmica. Uma ação que reforça a percepção moderna da organização como parceira da sociedade e não como um elemento que explora irresponsavelmente os seus recursos naturais e culturais.

A pesquisa ainda aponta que as ações culturais das empresas multinacionais são de caráter celebrativo, dentro de iniciativas de perfil diplomático-econômico, tais como o Ano da França no Brasil, em 2009, ou ainda no contexto das grandes celebrações corporativas, realizadas quando as empresas celebram os seus aniversários. Um tipo de ação grandiosa que confunde ação cultural com a apresentação de uma grande orquestra sinfônica ou uma exposição pontual de um grande artista.

Por que a maioria das empresas, entre elas um grande número de multinacionais, não apoia ações culturais? A pergunta que já extrapolou o ambiente do Seminário Aberje de Gestão Cultural demonstra que as áreas de comunicação empresarial precisam reforçar junto às outras áreas de direção empresarial a percepção correta de seus papéis estratégicos e democráticos. Um desses

**Aos leitores**

Os artigos publicados nesta página não refletem necessariamente uma opinião do Observatório da Imprensa, já que somos um fórum de opiniões. Procuramos publicar os textos recebidos como parte de nosso compromisso com a diversificação das fontes de informação. Como ninguém é dono da verdade, a melhor forma de buscar a objetividade é através do contato com perspectivas e opiniões diferenciadas, o que nos permite neutralizar o discurso do ódio e da intolerância.

## Curadoria de Notícias

### Redes sociais revolucionam cobertura de eleições

*Textos recomendados*

Facebook e Twitter passaram a disputar com as grandes redes de TV as principais atenções de políticos e eleitores, como ficou evidente na convenção do Partido Republicano, nos EUA. [Saiba mais](#)

### Filme de Oliver Stone sobre Snowden estreia em setembro

*Textos recomendados*

Depois de muitas peripécias técnicas e políticas, o filme do diretor Oliver Stone sobre o autor do mais badalado vazamento de segredos norte-americanos vai para as telas de cinemas em meados de setembro. [Saiba mais](#)

### Mulheres jornalistas lançam portal Catarinas

*Textos recomendados*

O Catarinas é o primeiro portal de notícias online sobre a situação da mulher no Brasil. [Saiba mais](#)

### Delegado insiste na censura a blog jornalístico

*Textos recomendados*

O repórter independente Marcelo Auler, responsável pelo blog que leva o seu nome, voltou a ser alvo de uma ação judicial movida pelo delegado da Polícia Federal, Maurício Moscardi Grillo. [Saiba mais](#)

### Jornais abandonam acesso pago por 6 razões

*Textos recomendados*

Uma pesquisa divulgada pelo American Press Institute mostrou porque a maioria dos jornais que optaram pelo acesso pago já o abandonaram de forma provisória ou definitiva. [Saiba mais](#)

### As notícias podem infartar?

*Textos recomendados*

A imprensa foi responsabilizada pelo aumento, nos Estados Unidos, do número de enfartos sofridos por

papéis é o de legitimar a organização e as suas atividades – muitas delas produtoras de grande impacto nos ambientes social, econômico, cultural e ambiental – junto à sociedade. Os marqueteiros e os financeiros das empresas precisam entender que na sociedade contemporânea a comunicação empresarial faz muito mais do que vender.

\*\*\*\*\*

Jornalista, professor da ECA-USP e diretor-geral da Associação Brasileira de Comunicação Empresarial (Aberje)

Tweetar

Curtir 0

G+1 0

📄 ✉

0 comentários

### Todos os comentários

0 comentários Classificar por **Mais antigos**



Adicionar um comentário...

[Facebook Comments Plugin](#)

### Artigos recomendados



Do Brasil e seus heróis



A lição crítica das ocupações de escolas



Em nome do pai



Louco ou herói?



Lila Ripoll (1905-1967): a voz dos excluídos



A religião decide eleições na França e no Brasil

pessoas que abandonaram ou não iniciaram tratamentos a base de estatinas para controlar o colesterol no sangue. [Saiba mais](#)

### Mais vistos

- 1 Os cinco deslizes de Temer no Roda Viva 
- 2 Radicalismo nas redes sociais ganha espaço com erros da imprensa 
- 3 Quando o jornalismo cultural vira sinônimo de entretenimento 
- 4 Mas o carioca trocou o samba pela marcha fúnebre 
- 5 Em nome do pai 

Observatório da Imprensa 20 anos



### OI no Twitter

Tweets por @observatorio



**ObservatórioImprensa**  
@observatorio

Os desafios atuais nas pesquisas sobre comunicação [goo.gl/4Qgn2E](http://goo.gl/4Qgn2E)

Os desafios atuais nas pes...  
A comunicação, concebida p...  
observatoriadaimpresa.co

[Incorporar](#) [Ver no Twitter](#)

### Código Aberto VER TODOS OS ARTIGOS



#### A crise dos rituais eleitorais

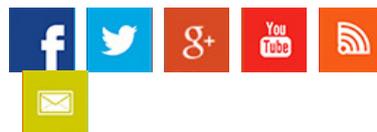
Carlos Castilho

As eleições no Brasil e nos Estados Unidos mostraram como o eleitor está cada dia mais desiludido com os processos eleitorais, numa mudança de comportamentos capaz de alterar a forma como muitos veem a democracia [Saiba mais](#)

Recomendar 67

Tweetar

G+1 0

**Canais OI****OI no Facebook**



**Observatório da Impre...**  
289.010 curtidas

[Curtir Página](#) [Compartilhar](#)

Seja o primeiro de seus amigos a curtir isso.



**Cadastre-se e receba nossas notícias**E-mail  [Enviar](#)**SIGA O OBSERVATÓRIO DA IMPRENSA**
[Observatório](#) • [História](#) • [Objetivos](#) • [Equipe](#) • [Contato](#)
**TODAS AS SEÇÕES**

- 2015/2016
- A crise na segurança pública
- A tragédia de Mariana
- A tragédia dos refugiados
- Almanaque
- Aos leitores
- Armazém Literário
- Assessoria de Comunicação
- Atentados e desastres
- Caderno da Cidadania
- Caderno do Leitor
- Censura
- Checagem de informações
- Cidadania
- Ciência
- Ciência no Brasil
- Cinema
- cinema brasileiro
- Cinema e realidade social
- Circo da Notícia
- comunicação
- Comunicação social
- Congresso em Lisboa
- Conjuntura Econômica
- Conjuntura mundial
- Conjuntura Nacional
- Conjuntura política

**ARQUIVO COMPLETO**

- 2016
- 2015
- 2014
- 2013
- 2012
- 2011
- 2010
- 2009
- 2008
- 2007
- 2006
- 2005
- 2004
- 2003
- 2002
- 2001
- 2000
- 1999
- 1998
- 1997
- 1996

**OBSERVATÓRIO NA TV**

- Programas anteriores
- Vídeos dos programas

**OBSERVATÓRIO NO RÁDIO**

- Programas Anteriores

**CÓDIGO ABERTO**

- Último post
- Arquivo completo

**HÁ 10 ANOS NO OI**

- Morte de modelo reaviva debate sobre ditadura da magreza
- Yahoo! anuncia parceria com jornais americanos
- Uma língua e muitos sotaques
- 'Reportagem virou artigo de luxo'
- Lista maldita ou necessária?
- Terra Magazine
- Veja
- Arte de se colocar no lugar do outro
- Irritação e relações tensas
- Seminário da OMS com jornalistas lusófonos



- Corrupção
- Crise Econômica
- Crise na imprensa
- Crise política
- Curadoria de notícias
- Desenhos Falados
- Diálogo com Leitores
- Dilemas contemporâneos
- Dilemas da imprensa
- Diplomacia Pontifícia
- Direito de Resposta
- Direitos Humanos
- Diretório Acadêmico
- Discurso do ódio
- Doenças modernas
- Dossiê Digital
- Dossiê Murdoch - Parte 2
- Dossiê Saúde
- Dossiê Vladimir Herzog (1937-1975)
- E-Notícias
- Edição especial: Dossiê Murdoch
- Educação
- Ensino do jornalismo
- Entre Aspas
- Entrevista
- Esclarecimento
- Espaço urbano
- Estante de livros
- Ética Jornalística
- Eventos
- Experiências
- Feitos & Desfeitos
- Ferramentas jornalísticas
- Fórum dos estudantes
- Futebol
- Governo Temer
- Grande Pequena Imprensa
- Hábitos de leitura
- Impasses na imprensa
- Imprensa e saúde
- Imprensa em Questão
- Informação
- Interesse Público
- Internet
- Jornal de Debates
- Jornalismo ambiental
- Jornalismo científico
- Jornalismo cultural
- Jornalismo de precisão
- Jornalismo e saúde
- Jornalismo Investigativo
- Jornalismo local
- Jornalismo na internet
- Lava Jato
- Liberdade de informação
- Malagueta Digital
- Marcha do Tempo
- Meio ambiente
- Memória
- Memória do holocausto
- Mercado editorial
- Mercosul
- Mídia local
- Mídia na CPI
- Modernidade
- Modismos & preconceitos
- Monitor
- Monitor da Imprensa
- Mosaico
- Multimídia
- Mural
- Na Imprensa Internacional

- Netbanca
- Noticiário econômico
- Novas tecnologias
- O desafio ambiental
- O desafio do terrorismo
- O futebol como negócio
- O Papa Midiático
- O processo do impeachment
- Observatório da Imprensa
- Observatório da Imprensa / 20 anos
- Observatório da Imprensa na TV
- Observatório da Propaganda
- Observatório, 10 anos
- Observatório, ano 10
- OI Oito Anos
- Olimpíadas 2016
- Opinião
- Opinião Pública
- Palanque do ccs
- Pesquisas
- Política cultural
- Política internacional
- Primeiras Edições
- Privacidade
- Processo do impeachment
- Programa do OI na Televisão
- Publicidade
- Qualidade na TV
- Rede Globo
- Redes Sociais
- Resenha
- Retrospectiva
- Saídas para a Mídia
- Saúde Pública
- Speculum
- Televisão
- Tendências
- Tendências no jornalismo
- Terror & Horror
- Terrorismo
- Tv em Questão
- Uma História
- Violência
- Violência contra jornalistas
- Voz dos Ouvidores