

C/M

comunicação & memória



Memória da Eletricidade

CONSTRUINDO SINERGIAS

PHILIPE DESCHAMPS DIAS

Há dez anos no Brasil, uma das maiores empresas de energia do país ensina que é possível falar a mesma língua em idiomas diferentes

/ NO SETOR ELÉTRICO /

Quando desembarcou no Brasil há pouco mais de dez anos, a State Grid, com sede na China, sabia dos enormes desafios que teria pela frente. Mesmo figurando sempre no ranking das cinco maiores empresas do mundo em receita bruta – de acordo com a lista publicada anualmente pela revista de negócios americana Fortune Global 500 –, a maior empresa de energia do planeta tinha noção de que os mais de 16 mil quilômetros de distância entre Brasil e China não eram a única barreira a ser superada. Duas culturas complexas e idiomas incompreensíveis entre si acompanhavam o pacote de ambientação. Os desafios de integração, portanto, passaram – e continuam passando – por uma adaptação cultural que requer, acima de tudo, compreensão de ambos os lados. Não é preciso concordar ou se submeter às regras de cada cultura, mas compreender as diferenças e, acima de tudo, respeitá-las.

Apesar das disparidades, é interessante notar que Brasil e China possuem também grandes similaridades. São, neste caso, pontos de convergência que ajudam a adaptação. São duas nações de dimensões continentais, enormes populações espalhadas em grandes cidades, com oferta de energia (sobretudo as renováveis) distante dos principais centros de consumo, compartilhando o mútuo desafio de conectar oferta e demanda. Os dois países compõem ainda o grupo de nações em desenvolvimento que, em condições normais, têm crescido de maneira sólida – os BRICS (Brasil, Rússia, Índia, China e África do Sul) – e, finalmente, são dois povos receptivos e festeiros, o que facilita a integração entre ambos. Tais similaridades e pontos de confluência fazem com que as diferenças culturais sejam de certa forma atenuadas, enquanto que as vocações naturais, reforçadas.

Ciente deste cenário, a State Grid plantou raízes no país com a fundação da State Grid Brazil Holding, em dezembro de 2010, adquirindo à época sete concessionárias de transmissão de energia da Plena, uma empresa de origem espanhola. A filial brasileira somou-se a outras subsidiárias já estabelecidas no Chile, Portugal, Itália, Grécia, Omã, Filipinas, Hong Kong e Austrália. O grupo State Grid – com mais de 1,5 milhão de funcionários – atua ainda, por meio de outras operações, nos EUA, Venezuela, Índia e Rússia, além de alguns países da África.

Hoje a State Grid Brazil Holding é uma companhia brasileira forte e consolidada, com sede no Rio de Janeiro, que atua exclusivamente no setor de transmissão de energia. Já investiu mais de R\$ 30 bilhões no país e se destaca entre as maio-

res empresas do setor elétrico brasileiro. Possui 24 concessionárias e mais de 15 mil quilômetros de linhas de transmissão, cruzando 14 estados e representando 10% da malha elétrica do país. São cinco regionais, 54 subestações e 30 bases de manutenção, além de cerca de 800 empregados, entre brasileiros e chineses. É uma empresa que aprendeu a conviver com duas culturas distintas no dia a dia. E segue assimilando aprendizados diariamente.

Essa convivência harmoniosa entre duas culturas passa sobretudo pelo reconhecimento da importância estratégica da área de Comunicação na construção de uma forte relação entre dois povos, que, mesmo falando idiomas diferentes, precisam compreender a mesma língua, seguindo um único caminho e perseguindo, juntos, metas e objetivos comuns de negócio.

Existem vários meios e maneiras para se atingir esse objetivo, mas todos eles passam, inequivocamente, pela comunicação – não à toa ela é um dos principais valores da State Grid Brazil. A comunicação é a base de tudo, e é por meio dela que as mensagens da companhia são transmitidas na sede e nas cinco regionais. É um grande desafio, encarado de forma obstinada pela equipe de Cultura e Comunicação Corporativa, com o incentivo e o patrocínio de toda a alta direção da companhia. A visão da área de Comunicação como estratégica nos negócios é fundamental para qualquer empresa obter êxito na árdua tarefa de engajar colaboradores como defensores da imagem e reputação da companhia, multiplicando em suas redes de contato os propósitos da State Grid.

Apesar de o idioma oficial da companhia ser o inglês, todas as mensagens e campanhas corporativas são sempre divulgadas em português e inglês, de forma simultânea, e em todos os canais de comunicação interna. Quando necessário, são reforçadas pelos líderes e pontos focais em diferentes áreas. Nas regionais, a equipe de Comunicação conta com o apoio de uma rede de influenciadores de 15 funcionários de diferentes departamentos, empoderados para multiplicar as mensagens importantes da companhia. É uma iniciativa ainda incipiente, mas importantíssima para o engajamento e inclusão efetiva dos empregados de Operação & Manutenção nas campanhas da empresa. Eles são o “coração” da State Grid e não estão sentados nos escritórios, mas espalhados em todo o Brasil, em cima de torres de transmissão, trabalhando arduamente para fazer a roda girar e a energia chegar literalmente na casa de cada um de nós. É fundamental ter esse



Vista de Xangai / Wikimedia Commons

time – que representa mais de 60% da empresa – informado e, mais do que isso, engajado nas causas corporativas.

A forma de comunicar também conta bastante neste caso. Estamos hoje acostumados a falar informalmente, via rede sociais e aplicativos de mensagens instantâneas. Aquela maneira careta, formal e chata (sim, chata!) de transmitir as mensagens corporativas não funciona mais. As empresas que ainda insistem nisso perdem, aos poucos, o interesse do empregado e, mais importante, o tão falado engajamento.

As companhias precisam, portanto, falar a linguagem de seu público – e, neste caso, no Brasil, estamos basicamente conversando com uma faixa etária jovem, que majoritariamente oscila na casa dos 20-30-40 anos. Se usamos emojis e figurinhas para falar com nossa família e amigos, por que não usar também na empresa? É preciso força e coragem para romper paradigmas. Pode parecer exagerado, mas, claro, não me refiro a isso como única ferramenta de comunicação. É imprescindível saber quando usar e fazê-lo sempre de maneira responsável e comedida, alternando com outros formatos e investindo no imagético,

“Os mais de 16 mil quilômetros de distância não eram a única barreira a ser superada. Duas culturas complexas e idiomas incompreensíveis entre si acompanhavam o pacote de ambientação.”

com uso de fotos, cards, vídeos e outras formas lúdicas de transmitir informação.

Com o passar dos anos e a evolução da sociedade, o desafio da área de Comunicação vai ficando cada vez maior. Hoje, mesmo em ambientes empresariais, a informação não deve ficar restrita unicamente aos assuntos corporativos. Em meio a uma enorme torrente de fake news nas redes sociais e na internet, de forma geral, é papel também das empresas esclarecer aos empregados pontos importantes que estão fora do ambiente corporativo, principalmente no atual momento de pandemia, quando a informação correta, literalmente, salva vidas.

A preocupação com o tema chegou à Avaaz, uma rede de mobilização global que luta por diversas causas internacionais. Em pesquisa divulgada em 2020, intitulada "O Brasil está sofrendo uma infodemia de Covid-19", a entidade trouxe um retrato preocupante sobre a força das fake news, chegando à conclusão que o Brasil sofria de uma infodemia por conta de informações falsas veiculadas sobre o coronavírus.

Como demonstra o relatório da Avaaz, os veículos de imprensa, o poder público e as empresas de tecnologia têm papel fundamental na contenção dessa ameaça real – mas nós, profissionais de comunicação corporativa, também temos a nossa carga de responsabilidade. E ela não é pequena. Assim como o jornalismo sério, que gasta muito tempo checando e recheando os fatos antes de publicar uma notícia, os profissionais de comunicação empresarial têm se desdobrado para fazer uma comunicação corporativa de qualidade, gerando valor para a sua marca e reputação e prestando, no fim das contas, um serviço essencial ao seu público. Temos visto ótimos exemplos no mercado, em todos os segmentos.

Em um momento tão importante e sensível como esse que atravessamos com a pandemia, as empresas têm tido cada vez mais papel relevante na manutenção da saúde de seus empregados e no esclarecimento de dúvidas sobre a Covid-19, com uma atuação fundamental das áreas de comunicação corporativa. Para tratar deste tema, a State Grid Brazil instituiu um comitê permanente de monitoramento, com a participação de executivos da alta direção, e assumiu a função de semanalmente informar os colaboradores e seus familiares sobre a pandemia. Trouxemos médicos e especialistas – como a dra. Margareth Dalcolmo, da Fiocruz, referência nacional – para tirar dúvidas sobre a doença e falar sobre a importância da vacinação, incentivando todos a se imunizarem. Criamos um "vacinômetro" e peças de comunicação, em diversos formatos, para ajudar a esclarecer os funcionários. Além disso, temos acompanhado diariamente os casos de contágio e a evolução dos vacinados na empresa. Em setembro, atingimos 99% dos colaboradores imunizados com a primeira dose (ou dose única) da vacina.

Essa luta compartilhada de forma corporativa se intensifica porque somos um setor essencial à população, transmitindo energia aos brasileiros em diferentes cantos do país. Por isso, desde março de 2020, quando estourou a pandemia por aqui, nunca paramos, reforçando a enorme responsabilidade que temos com o Brasil, em garantir a continuidade e disponibilidade dos nossos serviços. Afinal, a energia entregue com qualidade e eficiência é fundamental para o funcionamento de hospitais e indústrias, garantindo o dia a dia de milhões de brasileiros em suas casas. Em mais de um ano e meio de pandemia, a manutenção das operações tem ocorrido com todos os cuidados com a saúde e segurança dos colaboradores. Direcionamento das

equipes corporativas para o trabalho remoto, adoção de protocolos de segurança nas atividades de campo e testagem em massa foram algumas das medidas implementadas desde março do ano passado.

Mais de R\$ 11 milhões foram investidos em ações relacionadas à pandemia – cerca de R\$ 5 milhões em doações externas, com a linha de Investimentos Sociais de Empresas (ISE) do BNDES, e mais de R\$ 6 milhões investidos internamente, em adequações e material de segurança para atender ao nosso escritório e bases operacionais.

A comunicação não ficou de fora. Em uma tentativa de integração importante nesse momento, colocamos no ar a campanha "Essencial é a sua Energia", com conteúdos diários em inglês e português. Construímos pontes entre o pessoal dos escritórios, em home office, e os empregados operacionais de campo, de maneira que todos pudessem se engajar, continuar interagindo e trocando experiências.

Um abraço virtual e o envio de mensagens positivas ao Brasil, partindo dos colegas da nossa matriz, na China, foi o kickoff da campanha. E assim, por meio de podcasts, vídeos, reportagens, lives e outros eventos, envolvendo gente de norte a sul do Brasil, as relações internas foram se estreitando. A aprovação foi de 93%, comprovada em pesquisa feita pela área de Comunicação.

E foi também nesse cenário adverso que comemoramos os nossos dez anos de atuação no Brasil, em dezembro de 2020. Lançamos um selo comemorativo em homenagem à primeira década da companhia, simbolizando a arte do encontro das culturas brasileira e chinesa. Veiculamos vídeos semanais, ambientamos os escritórios e regionais e fizemos inúmeras ativações on-line, até culminar com a festa de final de ano, toda em formato virtual. Os empregados receberam em casa um livro de fotos produzido especialmente para a ocasião, além de um kit com dez brindes, todos feitos com a identidade da campanha dos dez anos.

Mesmo à distância, conseguimos promover encontros e aproximar as pessoas que construíram e continuam fortalecendo a história dessa grande empresa, aumentando o orgulho e o senso de pertencimento de cada empregado. No final das contas, a comunicação clara e abrangente conduziu brasileiros e chineses à superação de um grande desafio, mantendo o essencial: a nossa energia.

A empresa se empenhou ainda para não reduzir a carga horária de seus empregados e também manteve os postos de trabalho durante a pandemia. Ao contrário de diminuir seu quadro, contratamos mais de 150 colaboradores em 2020. Temos hoje aproximadamente 800 funcionários, um crescimento de cerca de 10% em

“Trouxemos da China a experiência para abastecer um país de proporções continentais com energia limpa e entregue por meio de uma infraestrutura com baixo impacto ambiental.

Campanha *Essencial é a sua Energia*. State Grid Brazil Holding / Divulgação
Selo da Campanha de 10 anos no Brasil. State Grid Brazil Holding / Divulgação



relação ao final de 2019. Em 2021, foram mais de 100 contratações e ainda temos 60 vagas em andamento. A roda não pode parar de girar.

Tudo isso vai além da natureza do nosso negócio. Estamos conscientes do nosso papel relevante para a sociedade brasileira, do compromisso com o desenvolvimento do país no longo prazo e da responsabilidade corporativa que essa visão implica.

Compartilhando aprendizados e cultura, trouxemos da China a experiência para abastecer um país de proporções continentais com energia limpa e entregue por meio de uma infraestrutura com baixo impacto ambiental. Cruzar o Brasil do Amazonas ao Rio de Janeiro com a linha de transmissão Xingu-Rio (XRTE) é um exemplo disso. A tecnologia inovadora da transmissão em Ultra-Alta Tensão em Corrente Contínua ± 800 kV permitiu superar uma incrível extensão geográfica com a linha de transmissão que é hoje a maior do mundo a utilizar esse tipo de tecnologia.

Mais do que essa questão inovadora, o planejamento de traçado e as escolhas técnicas de engenharia minimizaram impactos sobre o meio ambiente e as populações. As linhas de transmissão da empresa estão instaladas em quatro regiões do país e, ao longo de sua extensão, cruzam diferentes usos do território: áreas urbanas e rurais, propriedades do agronegócio, comunidades tradicionais, indígenas e quilombolas, áreas nativas e preservadas da Floresta Amazônica, do Cerrado, da Caatinga e da Mata Atlântica. Toda essa diversidade exige diretrizes corporativas claras e um olhar atento às realidades de cada localidade. Na construção da XRTE, por exemplo, os investimentos sociais trouxeram ganhos efetivos de desenvolvimento e geração de renda local.

A empresa investiu ainda mais de R\$ 10 milhões em projetos sociais nos últimos dois anos, sempre em linha com os Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (ODS) da Organização das Nações Unidas (ONU), que visam ao atendimento das necessidades e melhoria da qualidade de vida das comunidades no entorno dos nossos projetos.

Todo esse investimento da State Grid Brazil Holding no país reflete a importância que o Brasil tem hoje para a China. Relatório divulgado este ano pelo Conselho Empresarial Brasil-China (CEBC) traz dados que reforçam essa afirmação. Intitulado "Investimentos Chineses no Brasil – Histórico, Tendências e Desafios Globais", a pesquisa de Tulio Cariello, diretor de Conteúdo e Pesquisa da instituição, mostra que, de 2007 a 2020, as empresas chinesas firmaram 176 empreendimentos no Brasil, com um investimento superior a R\$ 66 bilhões – sendo 48% aplicados no setor elétrico.

Em números de projetos realizados, o setor de energia também está na liderança, aparecendo com 31% do total – em 2020, o setor levou 97% dos investimentos. Ainda segundo o relatório do CEBC, há projetos em 23 das 27 unidades federativas, mostrando que o investimento não se restringe ao eixo Rio-São Paulo. Finalmente, segundo dados do Ministério da Economia, a soma de importações e exportações entre os dois países em 2020 foi de mais de R\$ 102 bilhões, com um saldo positivo para o Brasil de R\$ 33 bilhões. A China é o destino de mais de um terço das exportações brasileiras e é responsável por cerca de 70% do superavit comercial do país. São números que impressionam.

É nesse ritmo que a State Grid Brazil Holding segue investindo no país, sedimentando em bases sólidas o primeiro capítulo de uma jornada de pouco mais de dez anos. A visão da empresa é resiliente e de longo prazo, com foco no desenvolvimento sustentável dos negócios e na geração de valor para a sociedade. O compromisso seguirá por muitas décadas à frente, trazendo tecnologia de ponta, excelência operacional, cuidado com as pessoas, respeito à diversidade e conservação do meio ambiente. Tudo isso, unindo dois povos, duas culturas e dois idiomas em uma só empresa, que acredita na integração de dois países por meio de muita comunicação e de uma convivência dialógica e pacífica de longo prazo. ///



PHILIPPE DESCHAMPS DIAS é gerente de Cultura e Comunicação Corporativa da State Grid Brazil Holding. É jornalista (UERJ) e mestre em administração de empresas (PUC-Rio).



VEM AÍ O MAIS NOVO LANÇAMENTO DA MEMÓRIA DA ELETRICIDADE

O Panorama da Energia é um grande acervo digital de artigos e publicações cuidadosamente selecionados pela equipe de curadoria digital da Memória da Eletricidade. Seu objetivo é disponibilizar ao público os conteúdos mais adequados para o bom entendimento e acompanhamento das principais transformações, tendências e debates presentes no setor elétrico e energético nacional e internacional.

 **Panorama da Energia**

Agências

Artigos Acadêmicos

Artigos Autorais

Consultorias



www.memoriadaeletricidade.com.br

Av. Pres. Vargas, 409 - 13º andar - Centro, Rio de Janeiro - RJ, 20071-003

+55 21 2514-4900

Acompanhe a gente nas redes sociais

