

Afinal, o que é memória empresarial? Por Carolina Kuk.

Entenda como as empresas estão se beneficiando deste trabalho em suas estratégias de negócio.



Acervo do Nestlé Centro de Memória.

Usado desde o início do século XX, o termo Memória Empresarial se referia inicialmente à organização dos acervos de empresas consideradas de interesse histórico. Ainda nos dias de hoje, o conjunto de atividades que abrange o conceito não é muito conhecido do público geral. Menos conhecida ainda é a dimensão estratégica que seu uso pode ter para as empresas.

Com o objetivo de esclarecer dúvidas comuns que rondam o tema, abordaremos o conceito e os quatro pra quês de desenvolver trabalhos de Memória Empresarial. E para mostrar como funciona na prática, traremos cases de grandes e médias empresas, além de dicas de como começar a usar a história empresarial e a história das marcas e serviços como um ativo útil para as companhias.

Ao final da leitura, será possível entender como a Memória Empresarial pode ser uma grande ferramenta estratégica para o seu negócio, e ter as informações necessárias para implementar um projeto com mais segurança. Continue lendo que a gente chega lá!

O que é memória empresarial?

Memória Empresarial é um conceito atribuído a um conjunto de atividades que visa zelar pela história de uma empresa. Outros termos correlatos usados para falar de atividades do gênero são Memória Corporativa, Memória Institucional ou ainda Memória Organizacional.

Não há diferença das atividades exercidas em cada uma delas, mas há diferença no caráter da organização para o qual se está exercendo esse trabalho. Ou seja, se é uma empresa, falamos de Memória Empresarial, se é um partido político, uma ONG ou uma escola, falamos de Memória Institucional. Um termo guarda-chuva, onde cabem todos os outros, é Memória Organizacional.

O que muita gente não sabe é que Memória Empresarial não é um enfeite nostálgico, um bibelô de cristaleira, ou uma firula de empresas centenárias. Zelar pela história de uma empresa - ou de uma instituição - pode (e deve!) servir como um ativo estratégico. As serventias desse tipo de trabalho podem ser agrupadas em quatro “pra quês”:

1. para reforçar identidade e reputação das instituições e suas marcas
2. para ser ferramenta de gestão de negócios
3. para fortalecer vínculos e relacionamento com diferentes stakeholders
4. para atuar pela responsabilidade histórica e social

Conhecer a história das marcas, dos serviços e dos produtos dá legitimidade ao *storytelling*., estratégia que vem sendo vastamente utilizada atualmente pelas área de marketing. Portanto, ter o acervo histórico organizado e disponível garante informações e dados corretos para o uso das diferentes áreas de uma organização.

Cuidar da memória de uma organização é cuidar da memória afetiva dos públicos que se relacionam com ela. Preservar documentos históricos empresariais garante a preservação de parte da história dos contextos onde sua atuação se dá.

Identidade e reputação da marca

Foi, por exemplo, com a publicação de um livro e com o desenvolvimento de espaços expositivos, que a Zodiac Farmacêutica mostrou aos seus clientes e parceiros toda a solidez de uma empresa que investe há mais de 30 anos no Brasil. A Zodiac é a filial brasileira do Grupo Adium, empresa de produtos farmacêuticos presente em 17 países da América Latina, e desenvolveu com a Raiz uma pesquisa

histórica que tinha dois eixos metodológicos principais: a coleta de depoimento dos colaboradores veteranos e a pesquisa documental.

O resultado final se deu com a extroversão desse conteúdo em duas palestras comemorativas do aniversário da empresa, no livro “Zodiac 30 Anos. Produzindo Qualidade de Vida” e em duas exposições, uma na sede na cidade de São Paulo e outra na fábrica, em Pindamonhangaba. Tudo isso foi um processo de resgate e reforço de identidade e da reputação da empresa para os colaboradores, parceiros e clientes.

Outro exemplo de uso da história institucional foi a publicação do relatório anual comemorativo dos 75 anos de sua atuação e um site com conteúdo correspondente pela SwissCam - Câmara de Comércio Suíço-Brasileira. O objetivo era fortalecer os vínculos entre seus colaboradores, seus associados e seus parceiros, celebrando juntos o legado construído por todos.

Era a primeira vez que a documentação histórica da instituição havia sido pesquisada e extrovertida. A história dos associados e também das relações diplomáticas e econômicas entre Brasil e Suíça ficaram indiretamente contempladas, já que fazem parte do contexto onde está inserida a trajetória da Câmara.

Percebidas as vantagens para desenvolver um trabalho de Memória Empresarial, o que vem na cabeça é: “bom... por onde começar?” Na metodologia de trabalho da Raiz, as atividades costumam ser divididas em dois grandes blocos: a organização (bastidores) e a extroversão (o que dá vista). São partes complementares e muitas vezes acontecem concomitantemente, em uma via de mão dupla.

Organização de acervos

Quando falamos de organização, estamos falando da organização dos acervos históricos. Isto é, colocar ordem nos documentos históricos produzidos ao longo da trajetória de uma empresa ou instituição.

Foi com a organização do seu acervo histórico que a Nestlé Brasil, líder mundial em alimentos e bebidas presente em 98% dos lares brasileiros, conseguiu ter um importante instrumento para o planejamento das ações de marketing, para defesa das marcas no jurídico, e para munir a comunicação institucional de uma narrativa coerente sobre missão e propósito desde suas origens. O Nestlé Centro de Memória é uma ferramenta de gestão de negócios para a Nestlé.

O termo “documentos históricos” costuma trazer à mente a imagem de um antigo pergaminho, amarelado, meio carcomido nas bordas, mas não é disso que se trata. Tudo aquilo que ajuda a contar a história em questão pode ser considerado um documento.

Um folheto institucional, uma fotografia de fábrica, um jingle de rádio, um anúncio em revista, um comercial de televisão, um rótulo de produto, um brinde distribuído aos consumidores, um quadro, uma notícia de jornal, uma apresentação de Power Point, um post, um meme...

E organizar isso tudo é um trabalho composto pelas seguintes etapas:

1. Definição dos critérios de guarda
2. Recolhimento planejado da documentação
3. Triagem
4. Higienização
5. Classificação
6. Catalogação
7. Digitalização
8. Acondicionamento na reserva técnica

Na Raiz, também chamamos estas etapas de “bastidores” porque é aquele trabalho que, embora fique fora das vistas, sustenta o espetáculo. Lembrando que quem guarda tudo nada guarda e que, portanto, definir o escopo do projeto é fundamental.

Centro de Memória

Recentemente, começamos esse trabalho na Editora Brasil Seikyo com a criação de um centro de memória. A demanda inicial era pelo cuidado com o patrimônio intelectual. Sentiam a necessidade de preservar e organizar toda a produção já feita pela área de publicações desde a fundação da editora em 1965 até os dias de hoje.

Por causa da pandemia e do distanciamento social imposto pela Covid-19, iniciamos pela produção mais recente, aquela que já surgiu em meio digital. Desenvolvemos o sistema de classificação e catalogamos o acervo de forma que a produção de 2020 até os dias de hoje está preservada, organizada e facilmente disponível para consulta dos colaboradores.

Extroversão de acervos

Quando falamos de extroversão, estamos falando de dar vista aos acervos históricos, por meio do desenvolvimento de projetos que mostrem ao público a documentação histórica da empresa ou da instituição. Como disse Antonio Cícero em seu poema Guardar:

“Guardar uma coisa não é escondê-la ou trancá-la.

Em cofre não se guarda coisa alguma.

Em cofre perde-se a coisa à vista.

Guardar uma coisa é olhá-la, fitá-la, mirá-la por admirá-la, isto é, iluminá-la ou ser por ela iluminado”.

Aplicado ao contexto da Memória Empresarial, guardar os acervos históricos é também “dar a ver” (como disse certa vez Renato Lessa) e isso pode ser feito de várias formas. Entre as práticas estão, por exemplo, a publicação de um livro comemorativo, a criação de lugares de memória nos espaços de passagem dos públicos interessados, a distribuição de brindes que ajudem a história a chegar ao colaborador, a criação de conteúdos reveladores nas redes sociais sobre o acervo preservado, a montagem de um Museu Corporativo físico ou virtual, e até mesmo a disponibilização do banco de dados na Internet.

Especialistas em Memória Empresarial

Para garantir o atendimento às necessidades de cada empresa ou instituição, todas essas atividades devem ser realizadas por profissionais especializados na área, que ajudarão a definir o escopo dos trabalhos de Memória Empresarial.

Uma equipe qualificada e experiente saberá aplicar as metodologias específicas para cada uma das etapas, além de desenvolver estratégias de sensibilização, engajamento e orientação dos públicos. E, se necessário, estará preparada para adaptar as soluções aos prazos, verbas e objetivos de cada projeto.

Para concluir, vale trazer uma última reflexão. O sociólogo Amitai Etzioni, em seu livro *As Organizações Modernas*, aponta para a importância que as organizações têm na sociedade atual. Ele diz que a nossa sociedade é uma sociedade de organizações, dentro das quais somos educados, trabalhamos, nos divertimos, rezamos, pagamos nossas contas e, inclusive, morremos.

Responsabilidade histórica e social

A pergunta que fica: o que será da história da sociedade em que vivemos hoje se as organizações não zelarem pela sua história? Desenvolver esse trabalho de resgate é ter responsabilidade histórica e social, já que cuidando da história das organizações, cuidamos também da história do contexto mais amplo onde ela está posta.

Agora ficou mais clara a importância da Memória Empresarial ou Institucional e os processos envolvidos? Caso queira falar mais sobre o assunto ou pensar em um projeto juntos, conte com a experiência da Raiz Projetos e Pesquisas de História.

Artigo publicado originalmente no blog Raiz Aprofunda:

<https://www.raizprojetos.com/post/o-que-e-memoria-empresarial>