

O que é centro de memória e para que serve? Por Carolina Kuk.

Saiba por que esse tipo de projeto é o mais aprimorado da Memória Empresarial.



Os centros de memória são o produto mais aprimorado da Memória Empresarial ou da Memória Institucional. É a partir de sua implantação que a engrenagem de resgate e ativação da história como recurso estratégico fica disponível de maneira consistente e cotidiana nas organizações.

Eles são o lugar ou a área de referência para todos os assuntos relacionados ao legado das empresas e das instituições, servindo de ponto de apoio nos mais diversos projetos internos e externos. Os trabalhos de organização e de extroversão de acervos históricos ficam neles reunidos.

Este artigo vai explicar o que é um centro de memória e quais suas atividades, trazer exemplos práticos e apontar os benefícios da implantação deste tipo de projeto, além de elencar os passos para começar.

Para entender os potenciais da implantação de um centro de memória, continue a leitura.

O que é centro de memória?

Os primeiros centros de memória surgiram no Brasil na década de 1970 com um salto quantitativo significativo na década que se seguiu. Não por coincidência, concomitantemente ao processo de redemocratização, surgiu a preocupação com o zelo em relação à documentação histórica e à preservação da cultura e da identidade das organizações.

São chamados de centros de memória tanto os setores responsáveis pelos trabalhos de [Memória Empresarial](#) ou Memória Institucional, como os lugares físicos onde estas atividades se dão. O Centro de Memória da Bunge, por exemplo, engloba tanto a divisão, a área formada pela equipe de tratamento documental, atendimento à pesquisa e ações educativas, como o espaço ocupado na sede da empresa em São Paulo pela reserva técnica, exposições permanentes e temporárias e mesas de trabalho da equipe.



Centro de Memória da Bunge

É comum surgirem dúvidas em relação aos termos centro de memória, centro de documentação (também conhecidos por CEDOCs) e museu corporativo. Portanto, vale ressaltar que não se tratam da mesma coisa.

Centros de documentação fazem os trabalhos de bastidores, de [organização de acervos](#), se ocupando do tratamento técnico dos documentos e também servindo de repositório de informações. Os centros de memória, além destas mesmas funções, têm ainda uma outra: a de refletir sobre a trajetória da organização em questão e propor novos usos para os

conhecimentos frutos dessa reflexão. Em conjunto com as mais diversas áreas - RH, marketing, jurídico, eventos, inovação, relações públicas - os centros de memória promovem ações de ativação da história e do acervo em questão.

O [Nestlé Centro de Memória](#), em parceria com a área de Recursos Humanos, desenvolvia atividades para o Programa de Integração de Colaboradores, conhecido atualmente como *onboarding*. Os participantes visitavam o espaço, conheciam o caminho percorrido pela companhia para a qual trabalhavam, eram apresentados a alguns documentos históricos e aprendiam como capturar informações deles. A partir daquela experiência, o colaborador estava sensibilizado e engajado nas suas atividades cotidianas, já que conhecia o legado que estava por trás da sua atividade.

Essa visita também servia para que o colaborador soubesse que, ali, ele teria um recurso estratégico para uso no seu cotidiano de trabalho. Certa vez, uma pessoa recém contratada para o marketing de Neston acionou o Nestlé Centro de Memória assim que saiu do Programa de Integração dos Novos Colaboradores. Ele queria conhecer a história da marca para a qual iria trabalhar e solicitou um dossiê completo com informações, sequencial histórico de embalagens, comerciais e campanhas. Assim, ao pensar nas novas ações, ele estava a par das mudanças e permanências na identidade da marca, de todos os lançamentos de produtos, das alterações do tom das comunicações com seu público, etc.

Os museus corporativos por sua vez são projetos de extroversão de acervos. Eles dão vista à documentação histórica e materializam a memória das marcas, dos produtos, das empresas e dos contextos mais amplos onde sua atuação se dá. As empresas e instituições que têm museus podem ou não ter também um centro de memória. A Hering, em Blumenau (SC), tem o museu e o centro de memória, que trabalham em cooperação, mas de maneira independente. Já a Cervejaria Bohemia, em Petrópolis (RJ), tem apenas o espaço expositivo sem que a ele esteja associado um centro de memória.





Cervejaria Bohemia

Apesar das suas diferenças, centros de memória, centros de documentação e museus corporativos são todos lugares de memória clássicos. Pensado pela primeira vez por Pierre Nora, “lugar de memória” é um conceito que foi ressignificado ao longo do tempo e ao redor do qual gira um intenso debate historiográfico. Lugares de memória são vetores, ativadores de memória.

No caso de organizações, os centros de memória são lugares de memória porque vivificam a história institucional, das marcas e dos serviços, além dos entornos onde elas se inserem. Faz isso por meio da reflexão cotidiana e da organização e extroversão dos acervos históricos.

Para que e para quem serve um centro de memória?

Os exemplos apresentados mostram, na prática, algumas formas de explorar o que os centros de memória podem oferecer às empresas e instituições. Basicamente, eles servem para:

- 1) fortalecer a identidade e a reputação das organizações e suas marcas;
- 2) servir de ferramenta estratégica para gestão das diversas áreas da empresa ou instituição;
- 3) fortalecer vínculos e o relacionamento com os parceiros e demais *stakeholders*;
- 4) atuar pela responsabilidade histórica e social.

Não apenas os colaboradores das mais diversas áreas das instituições são atendidos, mas também as demandas dos parceiros de negócios, tais como agências de publicidade e comunicação. Os centros de memória podem ser acionados, ainda, para responder consumidores, associados e usuários via SAC. Estudantes e pesquisadores externos com investigações nas áreas de negócio da instituição também podem usufruir destes serviços prestados pelos centros de memória.



Atendimento a influenciadores digitais no Nestlé Centro de Memória

A Raiz Projetos e Pesquisas de História já utilizou muitos centros de memória empresariais para desenvolver pesquisas sócio-históricas. Um exemplo foi quando a Bunge atendeu às demandas da Raiz por acesso a comerciais, cartazes e embalagens sobre suas marcas de margarina, quando uma pesquisa sobre a categoria foi desenvolvida para a [Seara](#).

Como e quando criar um centro de memória?

Todas as empresas e instituições que têm interesse em usar sua documentação histórica como ativo estratégico, pode e deve implantar um centro de memória.

Foi para usar seu patrimônio intelectual de forma estratégica que a Raiz Projetos e Pesquisa de História iniciou a implantação do [Centro de Memória da Editora Brasil Seikyo](#). O objetivo era fortalecer a identidade e a reputação institucional da editora e de seus produtos perante o grupo do qual faz parte, atender os colaboradores das mais diversas áreas da própria editora que usam o acervo organizado para gerir informações e imagens, fortalecer vínculos com seus leitores e com os associados da Brasil Soka Gakkai Internacional (BSGI) e atuar

pela responsabilidade histórica e social, já que zelar pela história da instituição também é zelar pelas histórias dos contextos onde sua atuação se dá - a história do budismo no Brasil, da educação e da cultura de paz.

Centros de memória são projetos de longo prazo e, para começar, é imprescindível analisar e definir os objetivos e o escopo de atividades que serão desenvolvidos, de acordo com as prioridades. Na sequência, é necessário estabelecer qual o acervo a ser organizado e extrovertido: será um acervo sobre a organização em si ou terá uma abrangência mais ampla, tratando também da área de negócio da empresa ou da cidade onde sua atuação se dá?

A próxima etapa é o diagnóstico sobre o acervo. Entre as reflexões a serem feitas nesta fase estão: Onde está o acervo do escopo definido? Quais as condições de conservação? É interessante fazer um projeto de memória oral para capturar depoimentos de colaboradores veteranos que podem dar indícios sobre o acervo a ser coletado?

Sistematizadas todas estas definições, é hora de formar a equipe, montar a reserva técnica, recolher a documentação histórica e começar a pôr a mão na massa.

Gestores de centros de memória

Entre as áreas que comumente se tornam gestoras dos centros de memória estão a de comunicação corporativa, relações públicas, fundação, marketing e RH. Conforme mencionado anteriormente, ao iniciar um projeto de criação de centro de memória, é preciso entender qual o objetivo prioritário da organização.

Para isso, é imprescindível contar com empresas especializadas em memória empresarial ou memória institucional. Por meio de equipes multidisciplinares, elas serão capazes de estruturar um projeto desse porte, que envolve várias áreas de conhecimento e metodologias combinadas. A sinergia entre as empresas especializadas e as instituições contratantes são fundamentais na etapa de implantação e tornam o projeto muito mais produtivo na etapa de gestão.

A Raiz possui experiência em criação de centros de memória e conta com uma vasta rede de profissionais parceiros para atender a todas as etapas envolvidas nesses projetos. Se acredita que estas atividades fazem sentido para sua organização, entre em [contato](#) para colocarmos suas ideias no papel!

Artigo publicado originalmente no blog [Raiz Aprofunda](#)
