

## Museu corporativo: história a serviço das estratégias de marca.

Por Carolina Kuk.

Saiba o que são museus corporativos e para o que servem.



World of Coca-Cola em Atlanta (EUA)

Os museus corporativos são um complexo produto de extroversão de acervos da Memória Empresarial. São neles que as empresas impactam seus públicos de interesse com a narrativa oficial sobre sua trajetória.

Ao mostrar uma seleção de objetos pessoais e brindes, de manuscritos e fotografias, de comerciais e anúncios dos seus fundadores e colaboradores, das suas marcas e de seus produtos, as empresas contam aos visitantes do museu corporativo sobre sua identidade e reputação a partir de sua história.

Este artigo vai explicar o que é um museu corporativo e apresentar alguns exemplos de museus corporativos brasileiros e em outras partes do mundo, apontar os ganhos que as marcas e a sociedade podem ter com este tipo de projeto, além de elencar os passos para começar.

Para entender os potenciais dos museus corporativos, continue a leitura.

## O que são museus corporativos?

Há controvérsias sobre qual teria sido o primeiro museu corporativo, mas há registros de que na França, já em 1873, Alexander Le Grand passou a receber visitantes em sua destilaria de licor para que acompanhassem a produção do Bénédictine, sua marca. O Wedgwood Museum é considerado por muitos pesquisadores o primeiro museu corporativo. Foi aberto ao público em 1906, com a exposição de um acervo sobre a empresa de cerâmica inglesa reunido pelo seu fundador Josiah Wedgwood desde 1774.



Fotografia de Isaac Cook, o primeiro curador do Wedgwood Museum, do dia da abertura do museu em 1906

No Brasil, foi a partir do processo de redemocratização na década de 1980 que o interesse em preservar a memória institucional - e dentre elas a empresarial - ganhou força. O contexto político reforçava a preocupação com os documentos históricos e com a preservação da cultura e da identidade organizacional. A partir dos anos 1990, as iniciativas em Memória Empresarial aumentaram cada vez mais no Brasil e no mundo. A criação dos museus corporativos refletiu esta tendência.

Na mais recente definição do Conselho Internacional de Museus (ICOM), aprovada em agosto de 2022, museu é:

*“uma instituição permanente, sem fins lucrativos, ao serviço da sociedade, que pesquisa, coleciona, conserva, interpreta e expõe o patrimônio material e imaterial. Os museus, abertos ao público, acessíveis e inclusivos, fomentam a diversidade e a sustentabilidade. Os museus funcionam e comunicam ética, profissionalmente e, com a participação das comunidades, proporcionam experiências diversas para educação, fruição, reflexão e partilha de conhecimento”.*

Os museus podem ser de vários temas: de Arte, de Ciência e Técnica, Etnográficos, de História Natural e Históricos, etc. Os museus podem ser públicos ou privados, podem ocupar espaços físicos e fixos ou serem itinerantes. Mais recentemente com o advento da *internet*, podem também estarem hospedados na *web*, no formato de museus virtuais. Um exemplo de museu virtual empresarial é o [MUFA](#), o Museu do Universo da Farmácia do grupo Raia Drogasil.

Desde os anos 1960, o debate sobre o conceito de museu vem se dando a partir da ideia de democratização cultural. Com a paulatina ampliação da sua definição, os espaços expositivos das empresas também passaram a utilizar a denominação 'museu'.

Sendo assim, são considerados museus corporativos ou museus de empresas os espaços expositivos, centros de visita, centros de informação e instalações corporativas que comunicam a história, as operações ou os interesses de uma empresa para os seus funcionários, convidados, parceiros, clientes e público em geral. Muitas vezes o museu corporativo tem outros nomes como 'centro de experiência', "casa da...", "tour da...", "espaço de...", "o mundo da...". É o caso do Chocotour Nestlé Chocolover em Caçapava (SP).

Para ilustrar melhor, são exemplos de museu corporativo a Cervejaria Bohemia em Petrópolis (RJ) da Ambev, o MMGerdau, em Belo Horizonte (MG), o Museu Hering em Blumenau (SC), o The Nest da Nestlé em Vevey na Suíça, os Cup Noodles Museums, em Yokohama e Osaka Ikeda no Japão, o World of Coca-Cola em Atlanta (EUA), Heineken Experience em Amsterdã (Holanda).

### **Para que serve um museu corporativo?**

Na Memória Empresarial, os museus corporativos são projetos de [extroversão de acervos](#). São uma maneira de pôr pra fora, de mostrar, de dar visibilidade aos documentos históricos das empresas.

No entanto, não são todos os documentos históricos reunidos no acervo empresarial que estão expostos nos museus corporativos. Por meio da curadoria e da expografia, estes espaços servem para as empresas comunicarem e reforçarem **identidade**, **reputação** e a história oficial bem como a narrativa da empresa sobre si mesma aos mais diversos *stakeholders*.

Museus são lugares de memória dos mais clássicos. No caso dos museus corporativos, servem para ativar, vivificar e engajar a memória empresarial, criando narrativas sobre a história das marcas, dos produtos e dos serviços, sobre os fundadores e colaboradores, sobre o entorno social e territorial onde estas empresas estão inseridas. Sendo assim, geram **vínculo** e conexão com o público atingido. Na pesquisa sócio-histórica que a Raiz desenvolveu para [Bohemia](#), a equipe ficou impactada com a visita a Cervejaria Bohemia, um museu corporativo instalado na primeira fábrica do produto.

### **Museu corporativo como estratégia de marca e responsabilidade histórica e social**

Por reforçarem identidade, reputação e vínculo das empresas com os públicos, os museus corporativos podem ser usados como uma ferramenta estratégica de marketing, gerando negócios e agregando valor às marcas. Também movimentam a economia local por meio da geração de empregos, do turismo e do intercâmbio cultural e servem como instrumento de ações de responsabilidade histórica e social.

Uma maneira de operar pela responsabilidade histórica e social, é que ao abordarem assuntos correlatos a sua atuação e à história do território onde estão inseridas suas instalações, os museus de empresas mobilizam a memória coletiva sobre o entorno, produzem e compartilham conhecimento. Sendo assim, os museus corporativos servem de ponto de encontro entre as empresas, o território e a comunidade e podem ser uma expressão do envolvimento da empresa com o social. Muitas vezes, eles ficam na estrutura organizacional das fundações e contam com leis de incentivo para viabilizar os investimentos.

Um exemplo é o [Museu Weg](#), em Jaraguá do Sul (SC), que para além da história dos fundadores, da empresa e dos seus produtos, conta a história da cidade, da ciência e da tecnologia. As ações educativas da Weg via museu incluem diversas atividades com alunos e professores das escolas da região como oficinas, visitas guiadas, blog sobre ciência e jogos virtuais. O desenvolvimento e a manutenção do projeto contaram com a Lei Federal de Incentivo à Cultura.



Fachada do Museu Weg de Ciência e Tecnologia, em Jaraguá do Sul (SC)

### **Como criar e manter um museu corporativo?**

O museu corporativo é um dos mais complexos investimentos que uma empresa pode fazer para preservar, reforçar e comunicar ao público sua identidade, reputação e história. Além dos recursos destinados à organização de acervos e à pesquisa, há de desenvolver a estrutura física ou virtual e promover sua manutenção.

Para garantir a sustentabilidade do projeto no médio e longo prazo é preciso planejar e definir com atenção o formato e o local mais adequados, pensar no público de interesse e na melhor linguagem para com ele se comunicar, alinhar o museu com a estratégia de marketing e comunicação da empresa, estabelecer parcerias com escolas, faculdades, secretarias de turismo, cultura e lazer, reunir e organizar o acervo, fazer o trabalho de curadoria e expografia, desenvolver ações para o educativo.

Para isso, contar com equipes especializadas é fundamental para a implantação do projeto, já que muitos saberes serão acionados. Profissionais de história, biblioteconomia e arquivologia, de museologia, de expografia, arquitetura, design e tecnologia e também especialistas das áreas de atuação da empresa em questão formam as equipes multidisciplinares necessárias para atender as demandas. Para a manutenção do projeto e das peças expostas, profissionais de preservação, conservação e restauração de documentos históricos também podem ser necessários, além de uma equipe que atenda os visitantes e outra que garanta a limpeza do local, caso estejamos falando de um museu físico. Nos museus corporativos virtuais, é preciso ter uma equipe de tecnologia de plantão para que o funcionamento seja garantido.

### **Museus corporativos são uma tendência**

Em listagem elaborada na tese de doutorado da pesquisadora Ana Luiza Montes, em 2021 havia no Brasil 60 museus corporativos.

Se o investimento de recursos para desenvolver este produto da memória empresarial é alto, o retorno também é. Dados da pesquisa de Ana Luiza Montes, de 2021, informam que o Museu da Cachaça e o Ipark de propriedade da empresa Ypioca recebem aproximadamente 10 mil visitantes por mês no município de Maranguape (CE). Outro dado trazido pela tese da Ana diz que o museu da Ducati na Bologna (Itália) atrai mais de 60 mil visitantes por ano.

Mas maior do que o dado dos números de visitantes é o valor intangível que os museus corporativos podem gerar para a empresa e para a comunidade atingida. É importante que entre no cálculo o vínculo com o público, a experiência do visitante com a marca e a entrega de conhecimento à comunidade. A experiência vivida pelo público em um museu corporativo pode ser muito impactante, o que traz ganho para a marca em reputação e reconhecimento.

A Raiz Projetos e Pesquisas de História pode auxiliar na criação do melhor formato de museu corporativo para as empresas e conta com uma vasta rede de profissionais parceiros para atender a todas as etapas envolvidas nesse projeto. Se acredita que um projeto assim faz sentido para sua marca, entre em [contato](#) para colocarmos suas ideias no papel!

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

---