

Datas comemorativas e sua importância para as organizações

Entenda como uma efeméride pode escalar para uma estratégia de memória empresarial ou memória institucional

As organizações, assim como as pessoas, têm sua própria história. Desde sua fundação até o presente momento, várias datas importantes marcaram o caminho percorrido por uma empresa ou uma instituição: lançamentos de produtos e serviços, conquistas e fracassos, mudanças estratégicas e transformações culturais, inaugurações de espaços, participações em eventos.

Essas datas comemorativas são parte da história das organizações, sendo assim, registrar e preservar o momento faz parte dos trabalhos de memória empresarial e memória institucional. É comum que projetos de memória se iniciem a partir da celebração de uma data comemorativa. Afinal de contas, estes são momentos estratégicos para as organizações que, se bem conduzidos, podem fortalecer a identidade e a cultura, além de ativar os vínculos com os stakeholders.

Porém, é importante pontuar que um projeto de memória deve ser iniciado com um planejamento baseado nos objetivos da empresa ou instituição, para que essas ações não se resumam a eventos pontuais. Os trabalhos de organização e extroversão de acervos, bem como as pesquisas sócio-históricas, têm muito a contribuir para a adequada implantação desse tipo de projeto.

Neste artigo você vai descobrir o que são datas comemorativas organizacionais, saber por que são importantes para empresas e instituições e como elas podem servir de ensejo para projetos de memória institucional mais robustos. Além disso, você vai conhecer cases de organizações que desenvolveram bons projetos aproveitando efemérides para engajar seus públicos.

O que são datas comemorativas organizacionais?

Datas comemorativas são dias do calendário escolhidos para celebrar, relembrar ou homenagear um acontecimento, uma pessoa, uma ideia ou uma comunidade. Estas efemérides carregam um simbolismo e um contexto histórico e cultural importante para a identidade de um determinado grupo.

As datas comemorativas organizacionais são ocasiões em que as instituições e as empresas homenageiam seus funcionários, clientes, alunos, associados e outros parceiros. São também momentos especiais em que as organizações comemoram datas importantes relacionadas a sua atividade, ao seu negócio ou ainda à sua história.

O aniversário da fundação da empresa ou do lançamento de uma marca, o dia da conclusão de um projeto importante, a data da visita de um membro especial para a organização, o momento da mudança do nome da empresa, da conclusão de um projeto ou ainda a ocasião de uma aquisição ou fusão são alguns exemplos.

Além deste tipo de data comemorativa fundamentada nos marcos históricos particulares da organização em questão, as empresas e instituições também podem incorporar no calendário de celebrações, datas comemorativas nacionais e internacionais tais como o Dia do Trabalhador, o Dia do Consumidor, o Dia Mundial do Meio Ambiente, o Dia Internacional da Mulher, o Dia da Consciência Negra. Ações de endomarketing ou aquelas que relacionam o propósito e a trajetória da organização com a data em questão sensibilizam os públicos da instituição para os assuntos de interesse e demonstram seu compromisso com a sociedade. A seleção de datas externas a serem incorporadas depende do tipo de negócio da empresa, da área de atuação da instituição, bem como das suas estratégias e objetivos.

Há ainda um outro tipo de data comemorativa que são datas próprias criadas para promover a cultura organizacional, a união da equipe ou alguma pauta importante para aquela empresa ou instituição.

A importância das datas comemorativas para as organizações

Celebrar datas organizacionais fortalece as relações das marcas com os funcionários, clientes, alunos, associados e parceiros, além de promover a imagem da empresa interna e externamente.

Internamente, comemorá-las pode criar um senso de pertencimento e de valorização, e são uma oportunidade de reforçar a cultura organizacional, aumentando o engajamento dos colaboradores por meio da divulgação espontânea da marca empregadora. Além disso, as ações comemorativas são uma política de relacionamento e mostram aos stakeholders internos o quanto a organização se importa com o seu capital humano e com a sua história.

No dia 14 de março de 2023, a Zodiac Farmacêutica comemorou 32 anos em uma live exclusiva com todos os colaboradores e a força de vendas. Para celebrar o momento, o gerente geral, o comitê executivo e a historiadora corporativa da Raiz Projetos e Pesquisas de História promoveram uma conversa sobre memória institucional e a história da companhia. Também foram apresentados vídeos enviados pelo CEO e outros membros do board corporativo, parabenizando a todos pelo trabalho desenvolvido até hoje e apontando as linhas mestras para o futuro da empresa.

Nesta ocasião, a razão social foi alterada, a estratégia de divulgação foi apresentada e a empresa passou a se chamar Adium. Os colaboradores da sede se reuniram para confraternizar em um café da manhã com bolo de aniversário.

A celebração de 17 anos da GOL é um outro exemplo de endomarketing voltado à memória empresarial. Com o objetivo de promover conhecimento sobre a empresa entre seus colaboradores de uma forma lúdica, foram distribuídos álbuns e figurinhas que contavam a história da organização. Enquanto as pessoas preenchiam o álbum, tinham a oportunidade de conhecer mais detalhes da trajetória da empresa em que trabalhavam.



Álbum de figurinhas comemorativo dos 17 anos de GOL

Por outro lado, externamente, celebrar datas comemorativas expressivas para a atividade da instituição ou para o negócio da empresa mostra preocupação com o impacto de suas atividades na sociedade, com o legado que estas organizações deixarão para o futuro e também com a reputação de suas marcas.

Foi o caso do centenário da Nestlé Brasil, quando a empresa fez uma série de posts em suas redes sociais com vídeos que traziam as principais contribuições da empresa para a sociedade em cada uma das décadas: lançamentos de produtos, programas de responsabilidade social e inauguração de fábricas. Na quinta década, por exemplo, entre os anos 1961 e 1970, o Nescau patrocinou o maior espetáculo da Terra Nestlé, lançou as linhas Maggi, Professional e Baby food, colaborou com a missão espacial da Nasa e adquiriu os biscoitos São Luiz.



Vídeos comemorativos dos 100 anos da Nestlé no Brasil, 2021

Em uma ação que combinou a articulação de stakeholders externos e internos, o Centro Universitário FMU, por ocasião de seus 50 anos, elaborou um hot site de celebração que contava com uma linha do tempo, curiosidades históricas sobre a instituição e uma websérie com depoimentos de ex-alunos renomados, colaboradores e professores.

O aniversário também foi o mote para uma grande exposição da Granado no Museu Histórico Nacional, no Rio de Janeiro (RJ). Por ocasião da celebração de seus 150 anos, a marca fez uma ação de extroversão de seu acervo histórico, levando a um dos mais importantes museus do Brasil as embalagens, os anúncios, o maquinário e até as fragrâncias que fizeram parte da trajetória da empresa.



Post sobre a inauguração da exposição de 150 anos da Granado no Museu Histórico Nacional, 2021

Existem projetos mais simples e fáceis de executar que também usam o aniversário para comunicar a reputação da marca: a criação de embalagens comemorativas. Seguindo essa linha, a Gomes da Costa criou em 2014 uma embalagem especial de 60 anos com a assinatura: Há 60 anos trazendo o melhor do mar para você.



Embalagem comemorativa de 60 anos da Gomes da Costa, 2014

Um outro exemplo foi quando a Ceratti aproveitou a comemoração do aniversário da cidade de São Paulo no dia 25 de janeiro para começar uma campanha um tanto quanto inusitada: o pedido de registro do sanduíche de mortadela como patrimônio cultural imaterial de São Paulo. Para apoiar o processo de registro e também o conteúdo da linha do tempo no site

da marca, a Raiz desenvolveu uma pesquisa sócio-histórica sobre a história da mortadela, da imigração italiana no Brasil e da região do Mercado Municipal na cidade de São Paulo.



Ação da Ceratti para registro do sanduíche de mortadela como patrimônio cultural foi iniciada no dia do aniversário da cidade de São Paulo

Como usar as datas comemorativas de forma estratégica para as empresas?

O primeiro passo para usar as datas comemorativas de forma estratégica é identificar e conhecer os marcos históricos da organização. Também é importante elencar as datas comemorativas externas, nacionais e internacionais, que são afins à sua área de atuação, aos seus valores e aos seus princípios. A memória empresarial muito tem a colaborar neste ponto já que os projetos de organização de acervos e de pesquisas sócio-históricas são grandes auxiliares neste mapeamento.

A partir do recolhimento e tratamento da documentação histórica de uma empresa ou instituição e da pesquisa sócio-histórica sobre a organização e as categorias às quais ela pertence, é possível criar um calendário de datas comemorativas relevantes para servirem de ferramenta para o planejamento de ações.

É comum que ações para comemoração de datas comemorativas sejam o primeiro contato de uma organização com os potenciais dos projetos de memória empresarial. Passada a efeméride em questão, concluído o evento de celebração, novas perspectivas se abrem para os gestores e é frequente que um novo projeto, mais completo, seja solicitado na sequência.

A Zodiac, agora Adium, inicialmente contratou a Raiz para desenvolver uma pesquisa sobre a trajetória da empresa. O produto final era, a princípio, um livro comemorativo dos 30 anos. Havia urgência no desenvolvimento do projeto, já que o ensejo era a comemoração do aniversário redondo a ser completado ainda naquele ano.

Durante o processo, percebeu-se o potencial mobilizador da história e, assim, além do livro, surgiu a ideia da instalação de dois conjuntos de painéis expositivos na sede e na planta que contam a história da empresa. Além disso, duas palestras sobre o assunto foram ministradas para os gestores e para todos os demais colaboradores. Por fim, um projeto piloto de organização do acervo histórico foi concebido e executado.

Neste caso, a efeméride deu origem à implantação do projeto de memória empresarial na organização, mas não necessariamente precisa ser nesta ordem, como já comentado. A Editora Brasil Seikyo, por exemplo, começou um projeto de organização de acervos para garantir o zelo com o seu patrimônio intelectual. Consolidada esta etapa, o calendário de datas comemorativas da instituição é que ditou o ritmo dos projetos de extroversão: primeiro foi desenvolvida a pesquisa para as publicações e vídeos para celebrar os 30 anos da última visita de Daisaku Ikeda ao Brasil. Em seguida, o mesmo foi feito para o aniversário da editora.

Centro de memória: implantação e manutenção

Quando a efeméride serve como start para os projetos de memória empresarial ou memória institucional, é muito vantajoso que, em seguida, aproveite-se a sensibilização despertada nos colaboradores e nos consumidores para iniciar um projeto mais consistente de organização do acervo histórico e implantação de um centro de memória.

A partir dos centros de memória é possível planejar de maneira mais assertiva e estruturada as futuras comemorações, já que está no rol de suas atividades :

- Mapear as datas comemorativas relevantes para a organização.
- Fazer o levantamento de documentação histórica para produção de conteúdo.
- Desenvolver as pesquisas que correlacionam a história da organização com os temas das efemérides em questão.
- Auxiliar no planejamento das ações mais adequadas para cada data comemorativa.
- Salvar a documentação sobre a comemoração.

Profissionais ou empresas especializadas em memória empresarial são os mais capacitados para ajudar na definição do escopo de trabalho de acordo com os objetivos de cada cliente, bem como os tipos de produtos mais adequados para cada tipo de efeméride. Conte com a experiência da Raiz para auxiliar sua organização nas comemorações que estão por vir.

-

Este artigo foi publicado originalmente no blog Raiz Aprofunda.