UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS E HUMANAS
CURSO DE ESPECIALIZAÇÃO À DISTÂNCIA
DE GESTÃO EM ARQUIVOS

MEMÓRIA EMPRESARIAL

MONOGRAFIA DE ESPECIALIZAÇÃO

Ana Paula Santos de Almeida

São João do Polêsine, RS, Brasil
2009

MEMÓRIA EMPRESARIAL

por

Ana Paula Santos de Almeida

Monografia apresentada ao Curso Especialização à Distância de Gestão em Arquivos, Centro de Ciências Sociais e Humanas, da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM, RS), como requisito parcial para obtenção do grau de **Especialista de Gestão em Arquivos**.

Orientador (a): Prof.ª Rosani Beatriz Pivetta da Silva

São João do Polêsine, RS, Brasil

2009

Universidade Federal de Santa Maria
Centro de Ciências Sociais e Humanas
Curso de Especialização à Distância
De Gestão em Arquivos

A Comissão Examinadora, abaixo assinada,
aprova a Monografia de Especialização

MEMÓRIA EMPRESARIAL

elaborada por
Ana Paula Santos de Almeida

como requisito parcial para obtenção do grau de
Especialista de Gestão em Arquivos

COMISÃO EXAMINADORA:

Rosani Beatriz Pivetta da Silva, Ms. (UFSM)
(Presidente/Orientadora)

Denise Molon Castanho, Ms. (UFSM)

Sônia Elisabete Constante, **Ms.** (UFSM)

São João do Polêsine, 28 novembro de 2009.

RESUMO

Monografia de Especialização
Centro de Ciências Sociais e Humanas
Universidade Federal de Santa Maria

MEMÓRIA EMPRESARIAL

AUTORA: ANA PAULA SANTOS DE ALMEIDA
ORIENTADORA: ROSANI BEATRIZ PIVETTA DA SILVA
São João do Polêsine, novembro de 2009.

Este trabalho apresenta como a implantação de um Centro de Documentação e Memória Empresarial pode servir de ferramenta estratégica nas organizações, tornando-se um canal de comunicação entre seus diferentes públicos, colaboradores, clientes, representantes e a comunidade. A pesquisa é complementada com a análise do Centro de Documentação de uma empresa do segmento metal-mecânico da cidade de Caxias do Sul-RS, que além de manter viva a trajetória da empresa e de seus personagens, cria um vínculo com a sociedade permitindo e dando acesso às informações que recupera sobre a história da empresa e conseqüentemente das pessoas que ajudaram a desenvolvê-la. A comunidade de um modo geral ganha com a criação e manutenção do Centro, porque com ele é possível perceber e reconhecer que a história da empresa é um pouco da história da cidade, daqueles que fazem parte da construção e preservação da identidade do município no qual esta incerida e que também colabora para o desenvolvimento deste, assim o Centro de Memória é uma fonte de conhecimento e informações que a comunidade pode utilizar para estudos e pesquisas nas escolas, universidades, em trabalhos de análise histórica, recuperação e preservação da identidade cultural, novas tecnologias empregadas nessas empresas, oficinas, aulas temáticas, história política e econômica do município.

Palavras-chave: memória empresarial, centro de documentação.

ABSTRACT

Monograph
Center for Social Sciences and Humanities
Universidade Federal de Santa Maria

MEMORY BUSINESS

AUTHORA: ANA PAULA SANTOS DE ALMEIDA
COACH: ROSANI BEATRIZ PIVETTA DA SILVA
São João do Polêsine, November 28, 2009.

This work shows how the introduction of a Documentation Center and Corporate Memory can serve as a strategic tool in organizations by becoming a channel of communication between the different stakeholders, employees, customers, and community representatives. The research is complemented by the analysis of the Documentation Center of a business segment of the metal-mechanic in the city of Caxias do Sul, which in addition to keeping alive the history of the company and its characters, creates a link with society and allowing giving access to information on recovering the history of the company and therefore the people who helped develop it. The community generally wins with the creation and maintenance of the Center, because it is possible to realize and admit that the company's history is a little bit of the city, those who are part of the construction and preservation of the identity of the municipality in which this uncertainty and that also contributes to the development of, and the Memorial Center is a source of knowledge and information that the community can use for study and research in schools, universities, analyzes historical restoration and preservation of cultural identity, new technologies employed in these enterprises, workshops, thematic lectures, political and economic history of the city.

Keywords: corporate memory, documentation center.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....07
1 – REFERENCIAL TEÓRICO 10
1.1 – Memória e Centros de Documentação 11
1.2 – Empresa e sua relação na sociedade 17
2 – MEMÓRIA EMPRESARIAL EM CAXIAS DO SUL 23
3 – DESENVOLVIMENTO E METODOLOGIA DA PESQUISA.....27
CONSIDERAÇÕES ACERCA DA PESQUISA 29
REFERÊNCIAS 32

INTRODUÇÃO

A temática que trata sobre “Memória Empresarial” faz parte de uma área da arquivística que vem sendo valorizada em função de agregar valor aos produtos e serviços das empresas. A implantação de um centro de memória empresarial permite recuperar a organização e interpretação da história da instituição, assim como o conhecimento da sua identidade e do seu papel para o desenvolvimento da comunidade a qual está inserida.

A comunidade, a região ou até mesmo o país, beneficiam-se ao receber espaços aos quais venham preservar a história de uma determinada Instituição que fez ou faz parte daquele contexto, proporcionando programas culturais e educacionais, divulgando informações e conhecimento para a sociedade em geral, revelando assim a história e preservando a memória local e coletiva.

Nesse sentido a pesquisa tem como objetivo geral analisar de que forma a implantação de um Centro de Documentação e Memória Empresarial, pode servir de ferramenta estratégica nas organizações, tornando-se um canal de comunicação entre seus diferentes públicos: colaboradores, clientes, representantes e a comunidade.

Para atingir o objetivo geral realizamos a pesquisa com os seguintes passos, que são os objetivos específicos:

- Realizar um estudo sobre o conceito/noção de Memória e Centro de Documentação, suas atividades e seus serviços;
- Demonstrar que tipos de produtos podem ser gerados a partir das fontes históricas contidas nos acervos e que possibilitem uma aproximação com os públicos das organizações;
- Mostrar o exemplo do Centro de Documentação e Memória de uma empresa de Caxias do Sul-RS;

A justificativa para a escolha do tema é pelo fato de trabalhar em um Centro de Documentação e Memória Empresarial de uma empresa privada na cidade de

Caxias do Sul-RS, do segmento metal-mecânico e perceber a importância que a empresa tem para a cidade em termos de desenvolvimento econômico, social e cultural, por isso optei realizar o estudo sobre o tema “Memória Empresarial”, para a partir da pesquisa pudesse aplicar no Centro de Documentação e Memória dessa organização, os conhecimentos adquiridos com a mesma, como também ter subsídios para analisar se o Centro tem contribuído para a preservação e o fortalecimento da imagem da organização.

Visto que ainda em meados da década de 90 a empresa preocupada com a comemoração dos seus 50 anos de atividades e sem registros históricos corretos e um amontoado de documentos desordenados, solicitou o auxílio de uma historiadora, que escreveu um livro que marcaria o início para a conscientização dos dirigentes, da importância de recuperar a história da instituição, de preservar sua identidade e de promover um bom relacionamento com seus públicos e com a comunidade, por meio de ações de responsabilidade histórica, a partir do exposto temos como problema de pesquisa: como a implantação de um Centro de Documentação e Memória Empresarial, pode servir de ferramenta estratégica nas organizações, tornando-se um canal de comunicação entre seus diferentes públicos: colaboradores, clientes, representantes e a comunidade?

Assim o trabalho está dividido em três capítulos: Capítulo 1 - Referencial Teórico no qual apresenta a fundamentação conceitual que dá sustentação ao desenvolvimento da pesquisa, que está subdividido em: Memória e Centros de Documentação e Empresa e sua relação na sociedade, que abordam o conceito/noção de *“Memória”*, como transmissor de experiências para exemplificar o presente trabalho, como se fosse uma leitura do passado no presente.

Os arquivos, centros de memória e museus são os locais de armazenamento dessa memória que pode ser individual ou coletiva. A construção da Memória coletiva é alicerçada naquilo que foi ou é relevante para o grupo ou instituição, assim a cultura, os comportamentos, os símbolos, a identidade e a comunicação são os pilares para a sustentação da memória.

A competência dos centros de documentação está em reunir, custodiar e preservar documentos que servirão ao ensino, à pesquisa em sua área de especialização, assim como estabelecer uma política de preservação para o seu

acervo, disponibilizando e divulgando aos seus usuários e público especializado, promovendo também um intercâmbio com outras entidades afins.

No Capítulo 1 ainda é tratado a problemática da história empresarial como tradução da sua identidade, da percepção do consumidor, colaboradores e comunidade em relação as suas marcas, produtos e serviços, sendo utilizada como uma estratégia de relacionamento. Utilizar os Centros de Documentação e Memória Empresarial, como um canal de comunicação e de ações de responsabilidade social e histórica, proporcionando à comunidade, acesso ao centro e conseqüentemente a trajetória de sua instituição e o valor dessa história para o desenvolvimento de projetos na área da educação, do meio ambiente e como parte da história de muitas pessoas.

Capítulo 2 – Caxias do Sul-RS: Memória Empresarial: relata a análise do Centro de Memória Empresarial da cidade de Caxias do Sul-RS, para que o espaço seja valorizado pela empresa e que o mesmo traduza as questões de vivência da comunidade, com campanhas internas de recuperação da história da empresa e das pessoas que nela trabalham, assim como um meio pelo qual a empresa possa manter um bom relacionamento com a comunidade proporcionando a ela um espaço de conhecimento.

Por fim o capítulo 3 apresenta o método utilizado para o desenvolvimento da pesquisa, como os dados foram coletados e sistematizados e os critérios adotados para a consulta dos subsídios para a realização do estudo. Como também as informações observadas no Centro de Documentação e Memória da empresa de Caxias do Sul-RS.

1 - REFERENCIAL TEÓRICO

O referencial teórico é o elemento que possibilita a estruturação conceitual que dá sustentação ao desenvolvimento da pesquisa, sendo necessário o levantamento e a análise do que já foi publicado sobre o tema e o problema da pesquisa. (Edna Lúcia da Silva, 2001).

Paulo Nassar – Doutor em Ciências da Comunicação – é um dos autores utilizados no referencial teórico da presente pesquisa, pois Nassar estuda a história das empresas como indispensável para manter o relacionamento com o público, mantendo sua imagem e reputação. Nassar aborda também, como a implantação de um Centro de Memória Empresarial traz benefícios para as empresas e a comunidade:

> *o importante conjunto de acervos históricos deve ser preservado e colocado a disposição da sociedade. As empresas possuem verdadeiros tesouros relacionados ao desenvolvimento das pessoas, das cidades, dos negócios e da comunicação empresarial. (Nassar, 2004: contra capa).*

Ainda para o embasamento teórico da pesquisa conta também com a autora Marilena Chauí, que trabalha o conceito/noção de memória, sendo esta constituída de registros, documentos, monumentos, lugares e relatos que possuem significado presente para a vida coletiva,

> *a memória não é um simples lembrar ou recordar, mas revela uma das formas fundamentais da nossa existência, que a relação com o tempo, e, no tempo, com aquilo que está invisível, ausente e distante, isto é, o passado. A memória é o que confere sentido ao passado como diferente do presente e do futuro (mas podendo permitir esperá-lo e compreendê-lo). (Chauí, 2005, p.141)*

Como locais de armazenamento da Memória Coletiva, Viviane Tessitore – Mestre em História Social – na obra *"Como Implantar Centros de Documentação"*, 2003, trata de aspectos práticos do dia-a-dia na implantação de um Centro de Documentação, sendo complementada com Maria Tereza Cortez, que foca seu trabalho na implantação de Centros de Documentação Empresariais, satisfazendo as necessidades das empresas:

> *a aquisição, o armazenamento e o processamento técnico desse acervo possuem características biblioteconômicas, arquivísticas e/ou museológicas devido a própria diversidade do material reunido – diversidade que é, ao lado da especialização temática, a marca distintiva dos Centros de Documentação, e que está presente também em suas atividades referenciadoras. (Tessitore, 2003, p. 15)*

Enquanto que a ABERJ – Associação Brasileira de Comunicação Empresarial divulga artigos sobre o tema, citando exemplos de Centros de Memória Empresarial e seus benefícios para as empresas e para o desenvolvimento do país.

Dessa forma, a análise dos referenciais teóricos dos autores descritos acima possibilitam realizar a construção da presente pesquisa que inicia com a relação da memória e os centros de documentação.

1.1 – Memória e Centros de Documentação

Os arquivos, centros de documentação e os museus são locais de armazenamento da memória, que pode ser individual ou coletiva. A construção da memória coletiva é alicerçada naquilo que foi ou é relevante para o grupo ou instituição, assim a cultura, os comportamentos, os símbolos, a identidade e a comunicação são referenciais relevantes para manter e preservar a memória de uma coletividade.

A memória é seletiva, *"... é definido oficialmente como 'passado' é e deve ser claramente uma seleção particular da infinidade daquilo que é lembrado ou capaz de ser lembrado".* Hobsbawn (apud Nassar, 2004, p. 113)

Dessa forma o conceito/noção de *"Memória",* apresenta-se como transmissor de experiências para enriquecer o presente, como se fosse uma leitura do passado no presente e o que se coleta deste processo constituí a Memória:

> *agora está claro e evidente para mim que o futuro e o passado não existem, e que não é exato falar de três tempos – passado, presente e futuro. Seria talvez mais justo dizer que os tempos são três, isto é, o presente dos fatos passados, o presente dos fatos presentes, o presente dos fatos futuros. E estes três tempos estão na mente e não os vejo em outro lugar. O presente do passado é a memória. O presente do presente é a visão. O presente do futuro é a espera. (Santo Agostinho apud Nassar, 2004, p. 112).*

Temos os seguintes tipos de memória:

> *1- a memória perceptiva, (...) que nos permite reconhecer coisas, pessoas, lugares etc. e que é indispensável para nossa vida cotidiana; 2- a memória social ou histórica, que é fixada por uma sociedade através de mitos fundadores e de relatos, registros, documentos, monumentos, datas e nomes de pessoas, fato, lugares que possuem significado para a vida coletiva; excetuando-se os mitos, que são fabulações, essa memória é objetiva, pois existe em objetos (textos), monumentos, instrumentos, ornamentos etc.) e fora de nós; 3- a memória biológica da espécie, gravada no código genético das diferentes espécies de vida e que permitem a repetição da espécie; 4- a memória artificial das máquinas, baseada na estrutura simplificada do cérebro humano.(Chauí,1999, p.129)*

Dentre os tipos de memória abordados pela autora, a memória social ou histórica, é a que nos interessa na presente pesquisa, tem produzido e acumulado um grande número de registros que a testemunham, possibilitando o seu conhecimento e reavaliação,

> *logo que os povos passaram a um estágio de vida social mais organizado, os homens compreenderam o valor dos documentos e começaram a reunir, conservar e sistematizar os materiais em que fixavam, por escrito, o resultado de suas atividades políticas, sociais,*

> *econômicas, religiosas e até mesmo de suas vidas particulares. Surgiram, assim, os arquivos, destinados não só à guarda dos tesouros culturais da época, como também à promoção dos documentos que atestavam a legalidade de seus patrimônios, bem como daqueles que contavam a história e sua grandeza. (Paes 1997, p. 15-16).*

O centro de documentação é uma das entidades responsável pela guarda, preservação, organização e acessibilidade a estes testemunhos, que são chamados de documentos independente do seu suporte, responsável pela preservação da memória social e histórica de um determinado grupo ou pessoa.

Um centro de documentação constitui uma mescla de documentos arquivísticos, bibliográficos e/ou museológicos, sendo que sua principal missão é o apoio a pesquisa institucional, acadêmica ou individual. (Tessitore, 2003).

> *os Centros de Documentação extrapolam o universo documental das Bibliotecas, embora possam conter material bibliográfico (que será sempre e unicamente aquele relacionado à temática na qual o Centro é especializado), e aproximam-se do perfil dos arquivos, na medida em que recolhem originais ou reproduções de conjuntos arquivísticos. (Tessitore, 2003, p. 15)*

Abrangendo vários campos do conhecimento e as diversas relações estabelecidas entre eles, os centros de documentação e informação surgem com a finalidade de reunir, armazenar, classificar, selecionar e disseminar a informação, assim a informação tornou-se a essência do documento.

A finalidade de um centro depende dos propósitos fundamentais de sua criação. Trabalha com documentos criando-os ou coletando-os, classificando ou divulgando os mesmos, assim:

> *nenhuma empresa poderá sobreviver se não possuir um intercâmbio de informações, qualquer que seja a área de ação em que atue, porque vivemos em um mundo que se encontra em uma fase de evolução, transição e transformação que afeta indivíduos, a empresa e a própria sociedade.*
>
> *Todo sistema de Informação deve ser idealizado com a finalidade de atender necessidades da empresa, e o primeiro problema é definir essas necessidades. (Cortez, 1980, p. 19).*

Assim surgem os Centros de Documentação Empresarial, que procurando satisfazer as necessidades das empresas, objetivam:

- Centralizar a informação;
- Centralizar o fornecimento da informação;
- Estabelecer rotinas que canalizem ao Centro de Documentação, a documentação relevante elaborada dentro da empresa e/ou recebida por ela;
- Veicular as informações com rapidez e confiabilidade;
- Desenvolver fontes de informações internas e externas com qualidade e abrangência necessárias;
- Levar a uma conscientização geral da importância da informação;
- Ser a memória da empresa, registrando e armazenando tudo o que for por ela produzido;

O Centro de Documentação e Memória Empresarial deve atuar como coordenador das atividades de captação, absorção, catalogação, recuperação e divulgação das informações, para tanto deve ter uma estrutura organizacional que contemple as suas atribuições (Cortez, 1980):

- Treinar, criar estímulos e conscientizar a empresa em relação ao objetivo primordial do Centro de Documentação;
- Reunir, selecionar, sistematizar, organizar, arquivar e difundir a documentação que interessa às diversas áreas da Empresa;
- Pesquisar, manter e divulgar a história das atividades específicas de sua área de atuação;
- Estimular a produção de documentos que registrem as experiências adquiridas através de artigos, comunicações internas, seminários, congressos, visitas e viagens;
- Distribuir e divulgar os estudos, levantamentos, propostas e resultados alcançados;
- Padronizar todo e qualquer material gerado na Empresa por meio de circulação interna e externa;

- Facilitar e incentivar o uso do Centro de Documentação;
- Manter contato com entidades e órgãos afins;
- Organizar exposições de materiais relevantes;

O Centro de Documentação deve atender ao usuário que busca informação para ampliar seus conhecimentos, encontrar soluções para suas dificuldades profissionais ou simplesmente para pesquisar no acervo da empresa.

Também os Centros são compostos de diversos tipos de acervos, conforme o que esta descrito no quadro a seguir:

Tipo de Acervo	***Conteúdo / Características***
Audiovisual / Videoteca	Fitas de áudio e/ou vídeo produzidas ou acumuladas pela empresa e referentes à sua área de atuação ou setores correlacionados.
Bibliográfico	Publicações e estudos de diferentes procedências e relacionados às linhas de acervo definidas.
De cultura material	Objetos tridimensionais e documentos que representam aspectos significativos da trajetória da empresa, como troféus, certificados, equipamentos, mobiliário etc.
Museológico	Objetos e documentos que se destacam pelo caráter único e inovador que representam, não apenas no universo da própria empresa como do setor em que atua no país – por exemplo, o primeiro computador, o primeiro cartão magnético etc.
Fotográfico	Iconografia relacionada à empresa, de origem interna ou externa, em diferentes suportes (papel, eletrônico, digital ou filme).
Referência	

	Acervos documentais e virtuais que servem como referência informativa relacionada às linhas de acervo. Pode também abranger monitoramento da concorrência.
Textual Permanente	Toda a documentação que reflete aspectos significativos da trajetória do empreendimento, desde sua criação até a atualidade – ou seja, não é formado apenas por documentos antigos ou raros. Fazem parte desse acervo documentos como: - projetos de várias naturezas, viabilizados ou não; - relatórios técnicos e administrativos; - campanhas promocionais / de marketing; - perfis; - clipping (em papel ou eletrônico); - jornais internos; - correspondência de diretoria; - projetos e programas de relações institucionais; - planos estratégicos.
Coleções	Documentos que atestam aspectos particulares, direta ou indiretamente relacionados às linhas temáticas principais, provenientes de diferentes origens. São consideradas coleções, por exemplo, a documentação relativa à trajetória pessoal e/ou política de fundadores, dirigentes e outras personalidades ligadas à história da empresa.
Banco de depoimentos	Registros gravados em áudio e/ou vídeo de entrevistas com pessoas ligadas direta ou indiretamente à história da empresa. Essas entrevistas, conduzidas de acordo com os métodos de história oral, são complemento importante do trabalho de pesquisa histórica e de organização de fontes, na medida em que preenchem lacunas informativas e evidenciam elementos intangíveis da evolução da cultura organizacional.

Fonte: Gagete e Totini apud Nassar, 2004, p. 125-126.

Assim, os Centros de Documentação e Memória são instituições mistas que não contam com uma teoria e metodologia específica, para a organização dos seus acervos, não só quando coloca à disposição do pesquisador referências para a localização das fontes de seu interesse, mas também tornando-se um pólo de atração da produção documental de pessoas e organizações que atuam ou atuaram no seu campo de especialização. (Tessitore, 2003).

Para tanto é preciso conhecer a clientela do centro, quem será atendido, quem é o usuário, para que este espaço torne-se um suporte facilitador, promovendo e dando continuidade ao desenvolvimento da empresa, sendo considerado um investimento em longo prazo, pois *"nossa memória é nossa consciência, nossa razão, nossa ação, nosso sentimento. Sem ela, somos nada..." (Luis Buñuel apud Nassar, 2007 p. 120).*

As empresas ao conservar e preservar seu acervo histórico e sua memória fazem com que a sociedade na qual estão inseridas, consequentemente também tenham sua identidade preservada e com isso mantendo uma boa relação, empresa sociedade e vice-versa.

Assim as empresas solidificam-se e ganham referencia dando ao local em que estão localizadas desenvolvimento econômico, social, cultural e político, fortalecendo os laços de relação entre sociedade e empresa.

1.2 – Empresa e sua relação na sociedade

O tema Memória Empresarial, teve início no Brasil, a partir da década de 60, com estudos acadêmicos sobre a evolução de empresas e de seus fundadores, buscando compreender a relação entre os aspectos econômicos, a ideologia e a estrutura paternalista dessas empresas. (Gagete e Totini apud Nassar, 2004).

Com a globalização e a revolução tecnológica, houve mudanças em todos os paradigmas de produtividade e gestão e muitas empresas perceberam que um dos maiores desafios era promover mudanças, sem perder sua identidade, que estava ligada à sua memória, aos processos que vivenciaram, aos erros e acertos, as inovações, superações, derrotas e vitórias que marcaram sua trajetória histórica, assim:

> *estudos sobre a evolução dessas empresas e seus fundadores passaram a ser objeto de análise de acadêmicos, que buscavam compreender a relação entre os aspectos econômicos, a ideologia e a estrutura paternalista dessas empresas. (Gagete e Totini apud Nassar, 2004, p.117).*

A atividade de organização de arquivos históricos era mais voltada para órgãos governamentais e públicos, quanto às empresas privadas, não existiam normas e procedimentos relacionados à tramitação e guarda de documentos históricos, foi a partir da necessidade do desenvolvimento de metodologias arquivísticas e de produção de estudos de análise histórica, que surgiu na década de 90, prestadores de serviço nessa área.

As empresas esgotavam o "resgate histórico", com um simples registro ou a celebração do passado, mas nos últimos anos os projetos de memória empresarial estão sendo utilizados como ferramenta de gestão estratégica e preservação da identidade empresarial,

> *... a história de uma empresa não deve ser pensada apenas como resgate do passado, mas como um marco referencial a partir do qual as pessoas redescobrem valores e experiências, reforçam vínculos presentes, criam empatia com a trajetória da organização e podem refletir sobre as expectativas dos planos futuros. A sistematização da memória de uma empresa é um dos melhores instrumentos à disposição da comunicação empresarial e corporativa. Isto porque as histórias não são narrativas que acumulam, sem sentido, tudo o que vivemos. O grande desafio está em saber utilizá-las. Se a memória na empresa for entendida como ferramenta de comunicação, como agente catalisador no apoio a negócios, como fator essencial de coesão do grupo e como elemento de responsabilidade social e histórica, então poderemos afirmar que esta empresa, de fato, é capaz de transformar em* conhecimento útil a história e a experiência acumulada em sua trajetória. (Worcman apud Ledesma, 2006, p. 34)

A visibilidade que a sociedade tem da história de uma empresa e de seus gestores pode ser um ingrediente poderoso nos processos de crise e concorrência. Em meio às adversidades, as empresas e os gestores que têm as suas trajetórias,

realizações, contribuições e atitudes bem posicionadas na sociedade podem contar com o apoio e a compreensão dos públicos sociais.

A memória é seletiva, guardamos aquilo que por um motivo ou outro tem ou teve algum significado em nossas vidas e a História é a forma como organizamos e traduzimos para o outro o que filtramos em nossa memória.

A História de uma empresa é também a organização do que foi seletivamente demarcado como significativo em sua trajetória e recuperar a história passou a ser um projeto importante para muitas empresas que perceberam que tanto os registros físicos do passado como as pessoas que vivenciaram os momentos históricos estavam se perdendo.

Com essas pessoas também estava indo à compreensão dos processos passados e seus reflexos no presente, assim como os *know-how* técnico-administrativo e o conhecimento dos valores que marcaram a cultura original da empresa, ficando distante da realidade das novas gerações da empresa, pois:

> *uma empresa é uma reunião de pessoas que também fazem parte de outros grupos sociais. A partir dessa compreensão, definimos que a história de uma empresa é resultado da história e da contribuição de cada uma dessas pessoas – clientes, fornecedores e outros grupos de relacionamento. (Worcman apud Nassar, 2007, p. 26).*

Dessa forma, recuperar, organizar, dar a conhecer a trajetória da empresa não é juntar em álbuns velhas fotografias amareladas ou papéis envelhecidos. É usá-la a favor do futuro da organização e de seus objetivos presentes. É tratar de um dos seus maiores patrimônios dentro de estratégias e ações que envolvam o pensamento de relações públicas e de comunicação organizacional.

A Nova História trouxe a interdisciplinaridade, entre a Historia, as Ciências Sociais, a Antropologia, o Direito, a Economia, as Relações Públicas e a Comunicação, sem anular a identidade de cada uma, a empresa passou a ser fonte de pesquisa como uma unidade de produção de bens e serviços, mas também como uma unidade de produção de significados socioculturais. (Nassar, 2004).

Essa nova abordagem colaborou para o estudo da construção e consolidação da cultura e identidade organizacional que são forças para o

fortalecimento dos relacionamentos com os diferentes públicos e do sentimento de pertencimento dos públicos e da sociedade em relação às empresas.

Para tanto é necessário o desenvolvimento de produtos gerados a partir das fontes históricas contidas nos acervos, como livro histórico - institucional, vídeos, CD-ROM, relatórios internos, estudos de caso, conteúdos históricos para intranet e internet, *showroom* histórico, museu empresarial, exposições, produtos de suporte e banco de memória oral.

Os produtos gerados, a partir da recuperação da história das empresas possibilitam que a sociedade como um todo conheça além da história da empresa, sua própria história e a história da cidade, do estado e do país.

Os centros de documentação e memória são os principais produtos da memória empresarial, pois eles são responsáveis pela definição e aplicação de uma política de recuperação, avaliação, tratamento técnico e divulgação de acervos, e, principalmente pelos serviços de disseminação do conhecimento acumulado pela empresa e de fontes de interesse histórico, *"a essência da documentação deixou de ser o documento, para ser a informação em si mesma."* (Centro Interamericano de Pesquisa e Documentação em Formação Profissional apud Paes, 1997).

É por meio dos Centros que podemos desenvolver todos os outros produtos de registro histórico empresarial, podendo estes tornarem-se um diferencial competitivo na medida em que oferecem agilidade e rapidez nas solicitações de pesquisas para o público interno e externo, permitindo que a empresa interaja com a comunidade e promova a verdadeira transformação social.

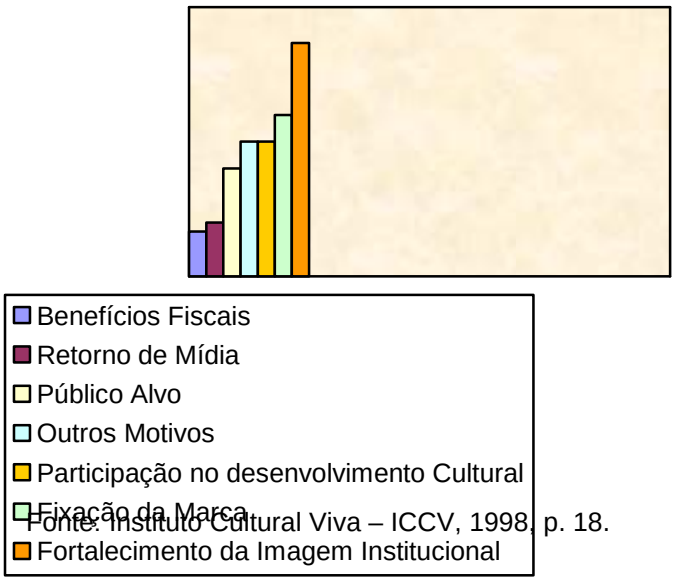
A memória empresarial torna-se uma solução de impacto para valorizar o trabalho da corporação e dos colaboradores, pois possibilita uma visão histórica da empresa, dos seus fatos, momentos e pessoas marcantes, com visibilidade, facilidade de acesso e acima de tudo, com um olhar histórico e institucional.

Com isso podemos dizer que História não é ficção, mas sim o conhecimento de fatos e processos que marcaram e marcam uma trajetória e tem como fonte a memória dos personagens e a documentação que produziram e é no trabalho metódico e especializado com a memória oral e escrita, que sai a verdadeira história da empresa, e que pode ser de referência para o público interno e externo, assim como um instrumento de gestão de negócios e canal de comunicação.

Em pesquisa desenvolvida pelo Instituto Cultural Cidade Viva – ICCV, sobre o perfil de empresas patrocinadoras de projetos de memória e cultura no Brasil, 29% apontaram que investirem nestes dois segmentos proporcionam o fortalecimento da imagem institucional, enquanto 18% das empresas investem nessa área por possibilitar a fixação da marca.

Nesta pesquisa desenvolvida pelo ICCV, aparecem ainda como razões para o investimento: benefícios fiscais, retorno na mídia, público-alvo, outros motivos, participação no desenvolvimento cultural, como foi demonstrado no gráfico abaixo realizado após a referida pesquisa:

Razões para Investimentos Empresariais



Fonte: Instituto Cultural Viva – ICCV, 1998, p. 18.

Os pesquisadores ao analisar o gráfico, puderam ver que é possível perceber que o processo de globalização veio acompanhado de mudanças, e as grandes corporações respondendo a essas mudanças se modificam interna e externamente e pouco a pouco se aproximam cada vez mais da comunidade, atuando em todos os aspectos do seu desenvolvimento e agregando à sua imagem organizacional valores positivos, tanto culturais como sociais. *“O cliente evoluiu para o cidadão e espera um relacionamento mais amplo do que aquele que costuma vigorar entre a empresa que vende e as pessoas que compram”* (Wilson da Costa Bueno apud Viva, 1998, p. 35).

A partir destes dados estudados para complementar a análise proposta pela pesquisa, sentiu-se a necessidade de trabalhar com um exemplo já implementado em uma empresa, então foi realizada observação no Centro de Documentação de uma empresa da cidade de Caxias do Sul-RS, a qual será descrita no capítulo seguinte.

2 – CAXIAS DO SUL-RS: MEMÓRIA EMPRESARIAL

A Memória Empresarial, hoje, constitui-se em um relevante instrumento da comunicação corporativa, por permitir o fortalecimento da marca e identidade da empresa e incrementar o relacionamento desta com seus clientes, investidores, parceiros, fornecedores e demais segmentos da sociedade.

Essa interação com diferentes públicos permite compreender que a história de uma empresa, não é feita apenas de um grande líder, mas da união e da contribuição de pessoas de diferentes grupos sociais. Assim contar a história de uma empresa é contar a história da cidade, do estado, do país no qual a empresa está inserida e também de várias pessoas que trabalharam de forma direta ou indiretamente nesta empresa.

A responsabilidade histórica e social tem esse compromisso, de transformar essa visão, da história ser um meio de comunicação com diferentes públicos, e isso pode acontecer por meio de atividades que possibilitem esse relacionamento, como entrevistas para banco de memória oral, exposições dentro da empresa e pela cidade, publicações e oficinas.

Em 1999 surgiu o Centro de Documentação de uma empresa do setor metal-mecânico do Rio Grande do Sul, a produção de um livro histórico-institucional em comemoração aos seus 50 anos da história dessa instituição, era o início de uma relação da empresa com seus diversos públicos.

A princípio a maior preocupação era de recuperar documentos que poderiam contar a história da empresa, para tanto, contrataram uma historiadora que elaborou em conjunto com o Departamento de Marketing uma campanha interna para doação de documentos que pudessem contar a história da empresa nos seus 50 anos.

Aos poucos foram sendo doados documentos e com esses, algumas curiosidades e conseqüentemente, a quantidade de documentos aumentou

consideravelmente e o trabalho da historiadora, que os separou por grandes assuntos.

O resultado deste primeiro passo foi como já foi dito a elaboração de um livro comemorativo aos 50 anos da empresa como também a definição de uma sala para abrigar os documentos de caráter histórico da empresa. Mas, foi somente em 2004, com os 55 anos da empresa, que o projeto de constituição de um Centro de Documentação, realmente teve sua forma, além de guardar os documentos, preocupou-se em organizar todo o seu acervo documental, disponibilizando informações de forma rápida, via um sistema informatizado.

Devido à demanda de pesquisas e o acúmulo de documentos, em 2007, foi implantado um projeto de gestão documental com a finalidade de padronizar e organizar o acervo por meio de um plano de classificação adequado para as necessidades da empresa.

Seguindo a idéia de gestão documental, o Centro de Memória dessa empresa, criou em 2008 uma identidade visual, definiu seus objetivos e funções e passou a contar com profissionais qualificados e habilitados ao tratamento documental.

Dentro do objetivos implantados no centro, podemos destacar algumas metas para atingi-los:

- o resgate e o tratamento técnico de diferentes acervos;
- a disseminação de dados relacionados à evolução do empreendimento, tornando-se fonte de informações;
- centralização e preservação do patrimônio documental e informativo da organização;
- disponibilização de informações, inclusive através de banco de dados;
- fornecimento de subsídios para ações presentes e futuras da empresa;
- meio de ligação entre empresa e o público interno e externo;

O Centro recebe a documentação dos diferentes departamentos da empresa e realiza o tratamento arquivístico, de acordo com as normas de preservação de acervos históricos. Os documentos são analisados, classificados, higienizados, organizados, cadastrados em banco de dados, acondicionados em embalagens

apropriadas e arquivados. Após essa metodologia de tratamento técnico os documentos são disponibilizados para pesquisa interna e externa.

O acervo do Centro de Memória é composto de, aproximadamente, 60 mil itens, sendo sua classificação de acordo com o gênero e o tipo documental, que vai desde fotografias a placas e medalhas.

Os documentos são produzidos e recebidos pela empresa desde 1949 até os dias atuais, sobre diferentes assuntos, que dizem respeito à organização e ao seu negócio de atuação, como: concorrência, mercado, exportação, clientes, representantes, assinatura de contratos, entrega de produtos, assistência técnica, produtos, diretores, gerentes, coligadas, meio ambiente, festas, colaboradores, parque fabril, prêmios, homenagens, qualidade, comunicação interna, treinamentos, benefícios, escola de formação profissional, fundação, feiras, exposição, visitas, projetos especiais entre outros.

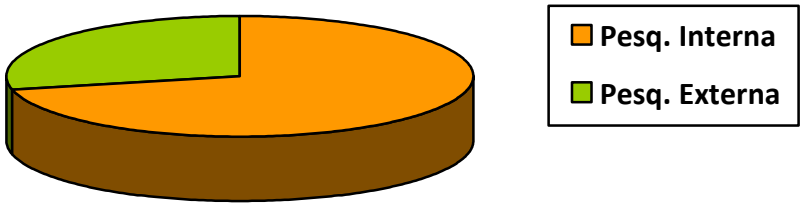
Em 2009, ao completar 60 anos de atividades, o acervo histórico da empresa está organizado e informatizado, assim o centro demonstra sua preocupação hoje, com a manutenção dos documentos que recebe com a preservação e o desenvolvimento de atividades de responsabilidade social e histórica.

Dentre essas atividades está a divulgação de informações por meio do atendimento de pesquisas históricas que objetivam a recuperação e a sistematização de dados, transformando-os em informações completas.

Essas pesquisas atendem ao público interno, principalmente os Departamentos de Marketing; Jurídico; Engenharia, Recursos Humanos - Comunicação Interna, Comercial entre outros. Enquanto que as pesquisas externas são atendidas mediante prévia avaliação para busólogos, canal aberto do site da empresa, imprensa, pesquisadores, acadêmicos e a comunidade em geral.

O gráfico abaixo apresenta uma média da quantidade de pesquisas históricas atendidas no Centro de Memória, no período de Janeiro a Outubro de 2009, que foi quando os dados foram coletados.

Atendimento de Pesquisas



Ainda como divulgações de informações estão às atividades de elaboração de publicações impressa, matérias em boletim informativo interno, link no site da empresa e na intranet, *hot site*, reportagens históricas em veículos de comunicação, exposições, elaboração de painéis históricos dentro da empresa e atendimento a clientes.

Como forma de segurança das informações, o centro desenvolve alternativas como cópias de segurança do banco de dados através de *backup*, a transferência de mídia (exemplo VHS para DVD) e a digitalização dos documentos que compõem o acervo.

> *o importante conjunto de acervos históricos deve ser preservado e colocado a disposição da sociedade. As empresas possuem verdadeiros tesouros relacionados ao desenvolvimento das pessoas, das cidades, dos negócios e da comunicação empresarial. (Nassar, 2004: contra-capa).*

Dessa forma, o Centro de Memória da Empresa, conseguiu agregar valor a sua história e utilizá-la como uma ferramenta de marketing, ou seja, uma ferramenta de relacionamento entre seus públicos e a comunidade, procurando valorizar os protagonistas da história, fortalecendo sua identidade e seu papel no desenvolvimento da cidade, do estado e do país, disseminando valores e garantindo o uso da memória como fonte do conhecimento para as novas gerações e estimulando a participação da comunidade.

3 – DESENVOLVIMENTO E METODOLOGIA DA PESQUISA

A pesquisa foi desenvolvida a partir de bibliografias publicadas referente ao tema proposto no estudo, principalmente artigos e fontes disponibilizados na internet, assim como observação nas atividades desenvolvidas no Centro de Memória da empresa de Caxias do Sul-RS, juntamente com os referenciais teóricos pesquisados.

Assim a abordagem adotada na realização do estudo é qualitativa, pois é a partir dos referenciais que se evidenciam o aspecto significativo, proporcionando maior familiaridade com o problema apresentado para torná-lo explícito ou construir hipóteses a respeito do mesmo.

Para tanto, foram pesquisadas as bibliografias referentes a Centros de Documentação em bibliotecas e livrarias, como foram procuradas referências sobre Memória Empresarial.

Como os referenciais bibliográficos dentro dessa temática são poucos, foi ainda recorrido busca na internet, na qual foi localizado artigos, monografias e estudos de caso sobre o tema em estudo. Para seleção deste material o critério utilizado seguiu a mesma lógica estabelecida para a seleção das bibliografias, que foi à busca por termos como: Centro de Documentação, Memória Empresarial, História de Empresas e Memória. Assim na medida que analisava os matérias apareciam mais termos que eram lançados na internet e investigados como: responsabilidade história, memória institucional entre outros.

Para complementar a pesquisa, senti a necessidade de realizar um outro método no qual pudesse ter mais subsídios que dessem conta de atingir o objetivo proposto no estudo, que foi analisar de que forma a implantação de um Centro de Documentação e Memória Empresarial, pode servir de ferramenta estratégica nas organizações, tornando-se um canal de comunicação entre seus diferentes públicos: colaboradores, clientes, representantes e a comunidade, então como

opção fiz a observação direta em um Centro de Documentação e Memória de uma empresa. Por trabalhar em uma empresa, e especificamente no Centro de Documentação e Memória desta, solicitei autorização aos superiores para coletar informações que pudessem qualificar o presente trabalho.

As informações coletadas in locu, começaram com o histórico da empresa, do centro de documentação, sua forma de classificação, abordagem, objetivos, funções, formas de divulgação do acervo, pessoas responsáveis, quantidades de documentos e conversas informais com gestores, colaboradores e comunidade referente à utilização do Centro de Documentação, com o intuito de entender de que maneira o Centro é utilizado como ferramenta de comunicação, vindo assim, ao encontro com o que foi abordado nos referenciais teóricos.

CONSIDERAÇÕES ACERCA DA PESQUISA

O desenvolvimento da pesquisa permitiu constatar que a criação do Centro de Documentação e Memória de uma empresa do setor metal-mecânico da cidade de Caxias do Sul-RS, é um espaço importante para o fortalecimento dos vínculos com seu público interno e com a comunidade, uma vez que possibilita a interação e a visualização do sentimento de pertencimento de todos na construção da sua história.

A empresa representa uma referência no desenvolvimento econômico, e conseqüentemente, social e cultural da cidade, empregando diretamente cerca de cinco mil pessoas, e investindo em ações sociais e na responsabilidade histórica. Por isso, o Centro de Memória, além de manter viva a trajetória da empresa e de seus personagens, cria um vínculo com a sociedade, permitindo e dando acesso as informações que revela a história da empresa e das pessoas que ajudaram a construí-la. Essa é uma iniciativa dos diretores fundadores, que procuram levar para todas as unidades, principalmente as localizadas fora do Brasil, à identidade que construiu a história dessa empresa.

A comunidade, de um modo geral, ganha com a criação e manutenção do Centro, porque com ele podemos perceber e reconhecer que a história da empresa é um pouco da história da cidade, daqueles que fazem parte da construção e preservação da identidade do município no qual esta está fixada e que também colabora no desenvolvimento deste. Assim, o Centro de Memória podemos dizer que é uma fonte de conhecimento e informações que a comunidade pode utilizar para estudos e pesquisas que as escolas e universidades, podem utilizar em trabalhos de análise histórica, recuperação e preservação da identidade cultural, novas tecnologias empregadas nessas empresas, oficinas, aulas temáticas, história política e econômica do município, tornando-se uma forma de integração e

de transformação social, além de reforçar a marca da empresa e seus relacionamentos.

Salientamos ainda que os diferentes públicos estão cada vez mais exigentes, o preço e a qualidade dos produtos e serviços empresariais continuam sendo de extrema importância, mas já não são mais soberanos no processo de decisão de compra. Eles levam cada vez mais em consideração traços como reputação da empresa e o seu compromisso com a melhoria da qualidade de vida das pessoas e do meio ambiente.

Este é um exemplo que vem sendo seguido por muitas outras empresas, mesmo que timidamente, por meio de cronologias históricas nos sites, as empresas estão percebendo as vantagens de se investir em sua própria história e que estas compõem um espaço que tem um sentido especial dentro da sociedade produtiva, sendo agentes e receptores dessa sociedade mais ampla.

A globalização exige das instituições muito mais que a busca incessante de aperfeiçoamento em seus métodos e processos de produção, para se manterem atuantes e competitivas. As organizações têm que ter o compromisso com a preservação e disseminação de suas memórias, fazendo com que a sociedade na qual atuam com elas identifiquem-se e tornem-se diferenciadas no mercado do século XXI.

Por isso, a necessidade em investir em meios de comunicação com a sociedade e o Centro de Memória será o fomentador desses meios, pois é nele que se produzirá, após a recuperação e a organização dos documentos históricos, o livro institucional, o *cdroom*, a exposição, o banco de memória oral, o hot site, a cronologia histórica, a revista comemorativa, o vídeo institucional, o *showroom*, o relatório histórico, os conteúdos para a internet e a intranet, entre outros meios de comunicação.

A responsabilidade histórica está embasada no tripé “registrar, preservar e disseminar”, daí a necessidade do Centro de Documentação e Memória ter objetivos claros e bem definidos, com profissionais qualificados, caso contrário e como pode acontecer com muitas organizações, os projetos de memória param no primeiro item do tripé: “registrar” e sem seqüência a memória da empresas não atinge o objetivo proposto e esperado pela sociedade.

Assim, constatamos que o objetivo geral da pesquisa analisar de que forma a implantação de um Centro de Documentação e Memória pode servir de ferramenta estratégica nas organizações, tornando-se um canal de comunicação entre seus diferentes públicos: colaboradores, clientes, representantes e a comunidade, foi atingido, pois os dados abordados mostraram que os Centro de Documentação e Memória quando bem estruturados e engajados com a política estratégica da empresa, passam a ser o fio condutor para manter e aproximar a empresa do seu público e vice-versa.

O exemplo da empresa de Caxias do Sul-RS vem reforçar e mostrar a relevância dos Centros de Memória, como uma iniciativa que está dando bons resultados para a organização, que mantém desde 1999, ou seja, faz dez anos que a empresa investe no fortalecimento e consolidação da sua marca e principalmente na responsabilidade histórica.

Por tanto, acreditamos ter atingido o tema proposto na pesquisa, mas que não se esgotam aqui todas as possibilidades de realização de trabalhos que envolvam este tema, pois é cada vez mais crescente iniciativas das empresas em implementarem ações que fortaleçam a relação com a sociedade na qual elas estão inseridas.

Podemos deixar ainda, como propostas para outras pesquisas estudos em Centros de Documentação de empresas públicas: por exemplo, possibilidades de realização de Centros de Documentação em Câmaras de Vereadores, na qual há uma intima relação com a sociedade, como tantos outros trabalhos que poderão surgir a partir deste.

REFERÊNCIAS

AXT, Gunter. Memória, Cidadania e os Novos Campos do Historiador. Artigo disponível em: http://www.anpuh.uepg.br/historia-hoje/vol1n4/memoria .htm. Acesso em: 09 Março 2007.

BELLOTTO, Heloísa Liberalli. Arquivos Permanentes – tratamento documental. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2007.

CHAUÍ, Marilena. Convite a filosofia. São Paulo: Ática, 2005.

CONFORTO, Marília. Velhos papéis: o Centro de Documentação da Universidade de Caxias do Sul. Disponível em: Revista Métis: História & Cultura. Volume 2/nº 3, Janeiro de 2003.

CORTEZ, Maria Tereza. Centro de Documentação: implantação. São Paulo: M.T. Cortez, 1980.

LEDESMA, Cristiane Lima. A Memória Empresarial e sua utilização como ferramenta de comunicação: Case Espaço Memória do Grupo Pão de Açúcar. Monografia disponível em: http://www.gestcorp.incubadora.fapesp.br_portal_monografia_pdf. Acesso em: 25 Agost. 2009.

MOURA, Bianca Rodrigues. Guia de Memória Empresarial. Unimed do Brasil: São Paulo, 22 de Novembro de 2005. Disponível em http://www.segurosunimed.com.br
MUSEU, Revista. A Comunicação Empresarial através de Centros de Memória. Artigo disponível em: http://www.revistamuseu.com.br. Acesso em: 14 Set. 2009.

NASSAR, Paulo. Relações Públicas na construção da responsabilidade histórica e no resgate da memória institucional das organizações. São Caetano do Sul-SP: Difusão Editora, 2007.

_____. A História Empresarial e a Administração de Crises. Disponível em: http://www.aberje.com.br/acervo_colunas.asp. Acesso em: 23 Julho 2009.

_____ (Coord.). Memória de Empresa – História e Comunicação de mãos dadas, a construir o futuro das organizações. São Paulo: Editora Aberje, 2004.

NICOLAZZI, Fernando. História: memória e contramemória. Disponível em: Revista Métis: História & Cultura. Volume II/nº 3, Julho de 2002.

PAES, Marilena Leite. Arquivo: teoria e prática. 3ª Edição. Revisão ampliada. Rio de Janeiro: Editora Fundação Getúlio Vargas, 1997.

PAULA, Priscila de. Empresas montam álbuns de família. Artigo disponível em: Revista Líderes Ano X/nº 24, Rio de Janeiro, Agosto de 2007.

SILVA, Edna Lúcia & MENEZES, Estera Muszkat. Metodologia da pesquisa e elaboração de dissertação. Florianópolis: Laboratório de Ensino a Distância da UFSC, 2001.

TEIXEIRA, Francisco M. P. História Empresarial é coisa séria. Artigo disponível em: http://www.aberje.com.br/acervo_colunas.asp. Acesso em: 23 Julho 2009.

TERRA, José Claúdio C. Gestão do Conhecimento em Pequenas e Médias Empresas. Rio de Janeiro: Negócios, 2003.

TESSITORE, Viviane. Como implantar centros de documentação. Como fazer Volume 9. Arquivo do Estado e Imprensa Oficial do Estado. São Paulo, 2003.

TOTTINI, Beth. A memória como instrumento de gestão empresarial. São Paulo: Aberje. Disponível em: http://www.aberje.com.br/acervo_colunas.asp. Acesso em: 23 Julho 2009.

VIVA, Instituto Cultural Cidade. Perfil de Empresas Patrocinadoras. Rio de Janeiro, 1998.