
Cultura Organizacional e Memória Empresarial: Interfaces e Aproximações¹

Scarlet Alencastro Vanin Dutra de Souza²
Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul - PUCRS

Resumo

O presente artigo busca concatenar conceitos de cultura organizacional e memória empresarial, visando fornecer subsídios teóricos básicos para pesquisas a respeito das temáticas, visto que os estudos sobre estas ainda não ganharam a força necessária no âmbito da comunicação. Enquanto metodologia para o presente trabalho, foi utilizada pesquisa bibliográfica (STUMPF, 2010), tendo em vista que esta metodologia oferece respaldo ao pesquisador durante todo o trabalho, além de possibilitar um maior conhecimento sobre o tema, com acesso a fontes primárias e fontes secundárias. Com isso, serão apresentados os principais pontos de cada temática, bem como aproximações entre elas.

Palavras-chave: Comunicação; Cultura Organizacional; Memória Empresarial.

Introdução

A partir dos anos 70 e 80, os estudos de cultura organizacional e memória empresarial, respectivamente, se intensificaram no cotidiano das organizações, a partir do entendimento da importância que estas áreas trazem para o desenvolvimento de uma empresa e dia a dia no que tange o seu relacionamento com os diversos públicos³ que a compõem. Na atualidade, ambas as áreas sofrem influência de fatores como a globalização e se veem desafiadas a se reinventarem.

A intensificação destes estudos é perceptível também através do aumento do número de trabalhos com esta temática, em especial a partir dos anos 2013 a 2019, disponíveis na Plataforma Sucupira, no catálogo de teses e dissertações da Coordenação

¹ Trabalho apresentado no GP Relações Públicas e Comunicação Organizacional, XX Encontros dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do 43º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Mestranda do Programa de Pós-graduação em Comunicação Social da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PPGCom PUCRS). Bolsista Capes. Relações-públicas (Conrep/4 3856). Membro do Grupo de Pesquisa Ensino e Prática em Comunicação (GPEPCom). E-mail: scarletvs@gmail.com

³ No presente trabalho, utilizaremos como base, quando se refere a públicos, a tipologia de públicos de Fábio França (2012), que caracteriza os públicos como essenciais, sendo aqueles que a organização precisa para desenvolvimento e estão presentes até mesmo em seu ambiente físico; não-essenciais, sendo aqueles que a organização não precisa para sobreviver; e redes de interferência, como são caracterizados imprensa e governo, que podem interferir no andamento da organização.

de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes), a partir do filtro ciências sociais aplicadas e comunicação. Na plataforma, constam 274 resultados para a busca dos termos “memória e cultura”, com um avanço de 50% comparando o ano de 2013 (16 trabalhos) ao ano de 2019 (32 trabalhos). Nos anos anteriores, dos anos 90 ao ano 2013, ano em que as pesquisas começaram a ter um aumento significativo e por isso merece destaque, é possível perceber que as pesquisas anuais eram sempre abaixo de cinco por ano, sendo apenas uma produção por ano para os anos de 1998, 1999, 2001 e 2005, por exemplo. Este recorte se deve, pois, foi o período possível de ser observado a partir da plataforma online, bem como por ser o período que demonstra o aumento no número de trabalhos com o passar dos anos.

Desta maneira, é possível observar, a partir dos estudos e leituras realizadas acerca dos temas, que a cultura organizacional e memória empresarial possuem grande importância para a área da comunicação, em especial para as relações públicas e comunicação organizacional, onde ganham mais destaque. Esta importância dos estudos para as áreas supracitadas se devem, pois, é a partir do trabalho da memória de uma instituição que ela garante maior confiança por parte dos seus públicos, diante do conhecimento da sua história. Complementar a isso, a cultura organizacional, quando bem sustentada dentro de uma organização através da comunicação com seus públicos, bem como regime sério de contratação de pessoal e organização interna, garantem maior adesão dos colaboradores, que se sentem parte primordial da organização e parte de um “clube de raros” (FREITAS, 2002).

No presente artigo, será realizada uma abordagem teórica de ambas as áreas, com a finalidade de elucidar alguns conceitos iniciais sobre ambos os temas. Após, serão enfatizados os principais aspectos de cultura organizacional e memória empresarial, bem como suas aproximações. Enquanto metodologia para tanto, será utilizada pesquisa bibliográfica (STUMPF, 2010), tendo em vista que esta metodologia oferece ao pesquisador subsídios para realização de todo o trabalho de pesquisa, contando com etapas (escolha do tema, definição do problema de pesquisa, definição da metodologia) que auxiliam no desenvolvimento do texto. A pesquisa bibliográfica, para Stumpf (2010), é caracterizada como ponto de partida para qualquer trabalho de pesquisa e oferece ao pesquisador acesso a fontes primárias e secundárias, proporcionando um maior conhecimento acerca do tema que está sendo estudado.

Desta maneira, o trabalho se encontra dividido da seguinte forma: conceitos de cultura organizacional, conceitos de memória empresarial e aproximações e destaques entre e sobre os conceitos. Por fim, as considerações preliminares com possibilidades de pesquisas futuras com o tema, tendo em vista a necessidade de fomentar estes assuntos na área da comunicação.

Cultura Organizacional

Em *A Identidade Cultural na Pós-modernidade*, Hall (2006) traz que, até o século XX, tínhamos uma sociedade sólida com seus valores e características. No entanto, com o passar do tempo, começou a se instaurar nos indivíduos uma crise de identidade, que representa um processo de transformação, no qual se distinguem em três concepções, sendo elas o sujeito do iluminismo, o sujeito sociológico e o sujeito pós-moderno. Neste escopo, encontra-se a globalização, que é outro aspecto relacionado a identidade na modernidade, ligado a um caráter de mudança. Estes elementos contribuem para a formação da cultura em uma sociedade e de uma cultura no ambiente organizacional, abordada no presente capítulo deste texto.

Alguns estudiosos, em especial antropólogos e sociólogos, limitam o conceito de cultura voltado para uma dimensão simbólica. Em contrapartida, o senso comum confunde o termo cultura com erudição. De acordo com Srour (2012), dizemos que as pessoas são cultas porquê gostam de x ou y , pretendendo assinalar que o significado do conceito está interligado com nosso nível intelectual. A fim de elucidar sobre cultura, o autor diz que

Na verdade, não há razões do ponto de vista analítico para conferir ao conceito de cultura a abrangência que alguns sustentam. Nem cabe confina-lo a uma única esfera simbólica como muitos pretendem [...] Podemos entender a cultura como equivalente à dimensão simbólica das coletividades, porque as representações imaginárias formam seu substrato (SROUR, 2012, p. 134-135).

Estudos mais aprofundados com a temática cultura organizacional, de acordo com Carrier e Silva (2014), tiveram início a partir dos anos 30, com pesquisas envolvendo modos, culturas e organizações, e se intensificaram nos anos 70, a partir de um cenário de globalização, onde se fazia presente o desenvolvimento tecnológico, o

maior relacionamento entre os países e organizações e a ampliação de informação entre os próprios indivíduos.

A partir dos anos 80, para além do campo das pesquisas, o discurso acerca da cultura organizacional tornou-se latente no ambiente das organizações. Para Freitas (1999), ficou enraizado nas empresas a partir desta década, fazendo com que, nos dias atuais, tenha se tornado ainda mais forte através da incorporação do discurso de cultura organizacional à teoria das organizações, a análises realizadas no dia a dia das instituições, bem como ao cotidiano destas empresas. Nesta perspectiva, a autora pondera que “os aspectos culturais passam a ser vistos como fundamentais na análise e na prática organizacional, despertando ainda grande interesse e entusiasmo” (FREITAS, 1999, p. 95).

Áreas como a sociologia e a antropologia⁴, de acordo com Carrier e Silva (2014), influenciaram os estudos acerca da cultura organizacional e que, por esta diversidade de estudos, há uma indefinição do conceito em ciências mais voltadas ao tema. Fazendo uma ligação com o exposto, Geertz (2012) sinaliza que este composto de áreas que buscam conceituar cultura fazem com que a visão do homem acerca do conceito seja menos clara do que deve ser, tendo em vista que a busca para reconstruir seu significado tem sido norte para todos os estudos científicos relativos do tema desde então. Neste sentido, o autor traz que

“Procure a complexidade e ordene-a”. O estudo de cultura se tem desenvolvido, sem dúvida, como se essa máxima fosse seguida. A ascensão de uma concepção científica da cultura significava, ou pelo menos estava ligada a, a derrubada da visão de natureza humana dominante no iluminismo. [...] E sua substituição por uma visão não apenas mais complicada, mas enormemente menos clara, tem permeado todo o pensamento científico sobre cultura desde então. Tendo procurado a complexidade e a encontrado numa escala muito mais grandiosa do que jamais imaginaram, os antropólogos embaralharam-se num esforço tortuoso para ordená-la. E o final ainda não está à vista (GEERTZ, 2012, p. 80).

Ainda no que tange o conceito de cultura e sua relação com a antropologia, Barbosa (2014) traz à respeito da expansão do conceito para além das fronteiras da antropologia, deixando claro que não se trata de uma reivindicação, mas sim uma forma

⁴ A antropologia é a ciência que tem enquanto objeto de estudo o homem e a humanidade abrangendo todas as suas dimensões.

de enriquecer seu estudo. Para a autora, o termo passou a integrar o vocabulário de organizações públicas e privadas, além do das próprias pessoas, buscando designar a variedade de fenômenos que não possuem relação ou semelhança entre si, tampouco com o conceito de cultura empregado de maneira antropológica. A medida que os discursos a respeito de cultura se ampliam, as divisões e discussões a seu respeito, respaldadas por pesquisadores, aumentam ainda mais (BARBOSA, 2014). Neste sentido, cabe trazer o que significa cultura, com ênfase neste sentido antropológico do termo, conforme exposto pela autora

Cultura, no sentido antropológico do termo, diz respeito à dimensão simbólica da realidade. Refere-se à capacidade humana de simbolizar e de atribuir significado ao mundo a seu redor. Cultura é, assim, destituída de conteúdo específico e composta de processos cognitivos de construção de sentido como oposição binária, alternância, entre outros que se organizam de forma sistêmica; em outras palavras, o significado dos termos é relacional, invariavelmente originado da relação com os demais (BARBOSA, 2014, p. 67).

Complementando esta perspectiva, Barbosa (2014) dá segmento ao exposto, trazendo a respeito de uma análise superficial relacionada à cultura, onde a autora alega que alguns hábitos pessoais foram colocados como cultura inadequadamente e também algumas categorias – especialmente dentro do governo – que buscam objetivar minorias e grupos sociais. Neste contexto, percebe-se que a noção de cultura se vê enquanto um espaço em que são depositados, sem análises ou explicações, derrotas ou sucessos organizacionais ou pessoais. Com isso, a autora assinala que “a noção de cultura não demarca mais uma dimensão específica da vida social, a simbólica, em sua relação constante com a prática. O conceito é simplesmente utilizado para designar qualquer coisa” (BARBOSA, 2014, p. 63).

No contexto das organizações, no que diz respeito ao entendimento do que é cultura organizacional, pode-se trazer Freitas (1999), que pontua que a cultura pode ser vista de duas maneiras, sendo elas: um instrumento de poder e representações imaginárias que se (re)constroem no dia a dia da organização através dos seus componentes e são expressados através de normas, valores, visão, identidade, entre outros. Para a autora, é através da cultura que se define e transmite informações e se estabelece a maneira como a organização se apresenta.

Assim, através da cultura organizacional se define e transmite o que é importante, qual a maneira apropriada de pensar e agir em relação aos ambientes interno e externo, o que são condutas e comportamentos aceitáveis, o que é realização pessoal, etc. Ao mesmo tempo, através dos elementos culturais, as organizações se apresentam como o lugar da excelência, das virtudes, do projeto ou missão a realizar, sempre capazes de rejuvenescer e quiçá de atingir a imortalidade (FREITAS, 1999, p. 97).

A autora pondera que, entre as funções designadas para a cultura organizacional, encontra-se a de conseguir adesão e consentimento dos indivíduos que compõem a organização, a chamada co-participação (FREITAS, 1999). Endossando esta perspectiva, Scroferneker (2014) diz que a cultura tem a tentativa de ordenar os comportamentos que são aceitos dentro da organização, bem como fazer com que os indivíduos se sintam parte da organização e identifiquem que a mesma é o “seu lugar”. Nesta perspectiva de “lugarizar” os indivíduos dentro das instituições, a autora supõe que “a cultura organizacional revela e desvela o universo organizacional, que é constituinte/constituído por diálogos visíveis e invisíveis. A visibilidade e a invisibilidade desses diálogos, por sua vez, buscam “lugarizar” os indivíduos organizacionais” (SCROFERNEKER, 2014, p. 126). Com isso, Freitas (1999) complementa o exposto, sinalizando que a cultura altera e amplia a noção de território dentro das organizações.

Srouf (2012) revela que a cultura organizacional está inserida também no modo como são colocados os móveis, a maneira como a empresa é pintada, seu ambiente físico de maneira geral. Tudo faz parte da cultura desta organização. Além disso, o comportamento do colaborador dentro do ambiente, em especial com a chegada de um novo colega, faz dele parte da organização. Os colaboradores mais velhos geralmente se sentem parte daquilo, realizando tarefas que, aos seus olhos, são triviais. Enquanto o recém chegado, com medo do desconhecido neste novo ambiente, fica embaraçado com a situação, visto que encontra-se com padrões com os quais deve se conformar. O autor justifica estes comportamentos, trazendo uma explanação acerca destes e da cultura organizacional, onde nos diz que

Ora, que força misteriosa é essa? A cultura organizacional. Ela escorre por todos os poros, multiplica seus rostos, vinca toda e qualquer

atividade, se reproduz sob o crivo de uma série de controles sociais. Não se resume à somatória das opiniões individuais dos agentes que partilham, pois tem vida própria e constitui uma das dimensões da organização (SROUR, 2012, p. 128).

A cultura organizacional está inserida nas organizações e nos diálogos que ela mantém com seus públicos, além de presente no dia a dia de uma organização a partir de pequenos elementos e atitudes: o modo que ela se expressa, seus discursos, a maneira como coloca sua decoração, entre outros. Através da cultura organizacional, uma instituição garante a adesão dos seus públicos, a partir de um sentimento de “exclusividade” por pertencer a organização, bem como fortalece a imagem e identidade da instituição e seu cotidiano através das atitudes supracitadas.

Memória e Memória Empresarial

A memória, em especial desde o início do século XXI, vem sendo tratada de maneira diferente através de um movimento de conservação, que pode ser observado através de histórias contadas em livros, monumentos, esculturas e até mesmo retomadas de elementos que deixaram de fazer parte do cotidiano. A memória pode passar uma sensação de pertencimento, humanização e identidade às pessoas e, para seu estudo, pode-se utilizar as abordagens individual, coletiva, social ou institucional (HALBWACHS, 2006).

Para Japiassú e Marcondes (2006), a memória é vista como a capacidade que temos de relacionar eventos que acontecem no presente com um acontecimento do passado, que tenha as mesmas características. Entende-se, desta maneira, a memória como a capacidade de checar o passado através do presente. Complementando esta perspectiva, Halbwachs (2006) assinala que a memória está ligada à experiência do espaço, construindo laços sociais. Para ele, a memória é vista, também, como um processo de reconstrução.

Halbwachs (2006) pondera que a memória está ligada intimamente à experiência que o indivíduo possui no espaço em que está, sendo este o construtor de laços sociais. Esta memória nasce a partir deste indivíduo e da sociedade ao seu redor, levando-se em consideração as suas práticas culturais, bem como suas experiências no âmbito coletivo. O autor complementa que o sentido que uma memória coletiva exprime nestes espaços

de passado e de presente são capazes de transforma-los em lugares. Esses são cativados a partir de nossas experiências pessoais e através de relatos de outras pessoas próximas que passaram por esta ou semelhantes situações com as quais nos identificamos (HALBWACHS, 2006). Complementando esta perspectiva, Dodebei, Farias e Gondar (2016), assinalam que a memória está inserida em um campo onde há relações de poder, que se configuram na colisão entre lembranças e esquecimentos.

Para Pierre Nora, a memória vive em uma constante evolução, ancorada na lembrança e no esquecimento. Para o autor, a memória é

Vivida sempre por grupos vivos e, nesse sentido, ela está em permanente evolução, aberta à dialética da lembrança e do esquecimento inconsciente de suas deformações sucessivas, vulnerável a todos os usos e manipulações, susceptível de longas latências e de repentinas revitalizações. [...] A memória é um fenômeno sempre atual, um elo vivido no eterno presente; [...] Porque é afetiva e mágica, a memória não se acomoda a detalhes que a confortam; ela se alimenta de lembranças vagas, telescópicas, globais ou flutuantes, particulares ou simbólicas, sensível a todas as transferências, cenas, censuras ou projeções. Instala a lembrança no sagrado, [...] emerge de um grupo que ela une, [...] é, por natureza, múltipla e desacelerada, coletiva, plural e individualizada (NORA, 1993, p. 09).

Ainda no que tange à memória, Barbosa (2006) diz que é sempre importante termos consciência de que atualmente vivemos em um presente, que é transitório; o futuro, apenas um projeto, que ainda não aconteceu; e o passado uma representação mental, que nos possibilita termos “rememorações”. Neste sentido, a memória está alicerçada em uma ideia de fidelidade, que é fundamental para indicar a presença no passado e no tempo presente, através da construção de laços culturais fundadores.

Os estudos acerca de memória empresarial iniciaram no mundo todo a partir dos anos 1900. Já no Brasil, o tema vem ganhando um espaço especial desde os anos 80, diante de uma redemocratização do país, visto que passou a atuar com uma postura mais estratégica dentro da organização, contribuindo para novas possibilidades e frentes de atuação para a área da comunicação. Sendo assim, a memória empresarial contribui para que o ambiente seja visto como democrático “dando sentido a conceitos, pessoas, espaços e relações, e criando esse senso de pertencimento, saindo da constatação de que as relações são muito técnicas e pouco éticas e estéticas” (NASSAR, 2012, p. 25).

Apesar de os estudos sobre memória empresarial terem crescido nos últimos anos no Brasil, as organizações tem tido dificuldades em trabalhar com a memória, tendo em vista a dificuldade para se encontrar profissionais capacitados para abordarem o tema no contexto das organizações. Em contrapartida, estes fatores motivaram a criação de empresas que buscam trabalhar com memória empresarial no país (NASSAR, 2012).

O desenvolvimento da memória dentro de uma organização está atrelado a ações de responsabilidade social realizadas por estas organizações, de acordo com Nassar (2012). Antes, as empresas perdiam seus acervos, não possuíam profissionais para cuidar do material de maneira adequada. Atualmente, investem em movimentos que gerem memória e disponibilizam estes materiais para toda a comunidade. Esta nova visão da memória, por parte das organizações e do público, possibilita novas áreas de atuação para profissionais e pode ser caracterizada como um espaço da comunicação estratégica das organizações. No entanto, para a realização deste trabalho e do trabalho de reconhecimento e contação da história da organização, é necessário conhecê-la e entendê-la em seu cerne, para verificar seu passado, seu presente e seus objetivos para o futuro. Por esta razão, profissionais que possuem este trabalho com a história e a memória de uma organização, adquirem uma responsabilidade muito forte (NASSAR, 2012).

Em sua obra “Relações Públicas na Construção da Responsabilidade Histórica e no Resgate da Memória Institucional das Organizações”, Nassar (2012) revela que os estudos e as práticas inerentes à área de memória empresarial tiveram início no campo da administração e vem ganhando espaço nas áreas de relações públicas e de comunicação organizacional, estando conectado com ambas as áreas e possibilitando uma nova frente de atuação. A memória empresarial possui proximidade com os campos de relações públicas e de comunicação organizacional pois fortalece o relacionamento da organização com os seus públicos, a imagem, a proximidade e o sentimento de pertencimento destes públicos, e o desenvolvimento histórico da organização.

Tudo que é realizado dentro da organização, seus feitos positivos e negativos, deixam rastros históricos que refletem na memória. De acordo com Nassar (2004), a memória empresarial passou, a partir do momento que obteve mais visibilidade nas

organizações, a atuar mais próxima dos públicos e na construção de sentidos. Desta maneira, a memória carrega um papel estratégico na comunicação de uma organização: a partir do conhecimento da história da instituição, é possível fomentar seus fatores positivos, bem como apresentá-la de forma mais completa aos seus públicos. A partir do conhecimento da história de uma organização por parte dos diversos públicos que a compõem, são garantidas mais confiança e credibilidade diante deles.

Cultura e Memória: evidenciando conceitos

Nos capítulos acima foi possível verificar alguns conceitos teóricos a respeito de cultura organizacional e memória empresarial. Diante do exposto, é possível verificar que ambas as áreas são complementares entre si, tendo em vista que uma cultura organizacional bem estruturada acarreta, conseqüentemente, em uma memória empresarial positiva entre os diversos públicos da instituição. Por esta razão, se faz primordial que ambas as áreas tenham atenção especial da área da comunicação, em especial relações públicas e comunicação organizacional, onde já se destacam, sendo elas novas possibilidades de atuação não somente quando trabalhadas junto a outras atividades, mas também quando vistas separadamente.

No que concerne à cultura organizacional, cabe trazer que seus estudos tiveram início nos anos 30 e se intensificaram nos anos 70 e são influenciados por áreas como a sociologia e a antropologia, sendo vista, no sentido antropológico, como a dimensão simbólica da realidade. A cultura organizacional pode ser vista de dois modos: poder e representações imaginárias. Tem como objetivo designar fenômenos, destacando que estes não possuem, necessariamente, relação ou semelhança. Além disso, sofre grande influência da globalização, que teve seu advento datado nos anos 80. No que tange a cultura, pode-se destacar a interculturalidade nesta perspectiva, que é o relacionamento entre as diferentes culturas (FERRARI, 2014).

Já no que diz respeito à memória, cabe destacar que ela é vista como um campo de relação de poder e como a capacidade de relacionar acontecimentos do presente com eventos do passado. Para seu estudo, pode-se utilizar as abordagens individuais e coletivas. Seus estudos vem recebendo uma atenção maior desde o início do século XXI, quando se iniciou um movimento de conservação de elementos e fatores

históricos. A memória empresarial possibilita uma maior proximidade com os públicos com os quais esta organização se relaciona. Isso se dá a partir, por exemplo, do conhecimento da história da empresa e do seu cotidiano. No ambiente organizacional, se caracteriza como uma construção de sentidos e possibilita novos ramos para a área da comunicação, tendo em vista que o trabalho desta dentro das organizações está cada vez mais importante e com falta de profissionais para o trabalho.

Pode-se perceber que o que mais aproxima as áreas de cultura organizacional e memória empresarial são as relações de poder que as permeiam. De acordo com Foucault (1979), cada sociedade tem o seu regime de verdades, que é visto como os discursos que são aceitos e que funcionam nestes ambientes. Para o autor, nem todo mundo que detém o poder é porquê quer. Neste sentido, para que existam as relações de poder, se faz necessário que se tenha a identificação do que fomenta esta relação. Um exemplo de relação de poder em uma organização, que consegue agregar na prática conceitos de cultura organizacional e de memória empresarial, é quando um novo colaborador chega à empresa, sem conhecer o local. Colaboradores mais antigos, que conhecem a história da organização e sua cultura, exercem poder sobre esta nova pessoa, por já terem este conhecimento sobre as rotinas da instituição.

Além disso, destacam-se entre as semelhanças, conforme já mencionado, a importância de o colaborador conhecer, tanto a cultura quanto a memória da instituição, para que possa se posicionar neste ambiente, bem como melhor desenvolver o seu trabalho. A cultura organizacional e a memória empresarial fornecem subsídios para o bom andamento de uma organização, bem como relacionamento desta com os seus públicos de interesse, fator primordial para que ela consiga se manter em uma sociedade.

Considerações Preliminares

O conhecimento da teoria acerca dos temas de interesse possibilita um maior conhecimento sobre eles para que a prática possa acontecer. Vazquez (1977) elucida a respeito quando discorre sobre a *práxis*, caracterizando-a como a união da teoria e da prática. Neste sentido, se observa que, para que as áreas de cultura organizacional e memória empresarial, sendo estas áreas complementares, possam agregar a importância

merecida na ambiência das organizações, se faz primordial, em um primeiro momento, conhecer a respeito da teoria que as embasam para que a prática possa acontecer. Por esta razão, a pesquisa bibliográfica (STUMPF, 2010) é uma metodologia importante em todos os trabalhos de pesquisa e se faz primordial do início ao fim.

Com isso, no presente trabalho, foram vistas alguns conceitos teóricos básicos sobre cultura organizacional e memória empresarial, bem como realizados alguns destaques acerca destes conceitos, visando oferecer subsídios para futuros trabalhos com esta temática. Além disso, com as aproximações realizadas com estas teorias, foi possível observar que possuem algumas semelhanças, como a proximidade de datas com que os estudos destas áreas ganharam mais visibilidade no contexto nacional, bem como as relações de poder que as permeiam.

É possível observar que ambas as áreas possuem grandes possibilidades de estudos e pesquisas futuras, juntas ou separadas, fazendo com que seja possível abrir novos caminhos para a comunicação – destacando as relações públicas e a comunicação organizacional - a partir destas perspectivas, que, atualmente, muitas vezes são tratadas em conjunto com outras atividades da área.

Referências:

BARBOSA, Marialva. **História e memória como processo de reflexão e aprendizado**. In: MARCHIORI, Marlene (Org). Faces da cultura e da comunicação organizacional. São Caetano do Sul, SP: Difusão Editora, 2006.

BARBOSA, Lúvia. Dilemas e Tensões do Conceito de Cultura. In: MARCHIORI, Marlene (org). **Comunicação em Interface com Cultura**. São Paulo: Difusão Editora, 2014.

CARRIER, Alexandre de Pádua; SILVA, Alfredo Rodrigues Leite da. Cultura Organizacional *versus* Cultura nas Organizações: conceitos contraditórios entre o controle e a compreensão. In: MARCHIORI, Marlene (org). **Cultura e Interação**. São Paulo: Difusão Editora, 2014.

FOUCAULT, Michel. **Microfísica do poder**. Organização e tradução de Roberto Machado. Rio de Janeiro: Edições Graal, 1979.

FRANÇA, Fábio. **Públicos: como identifica-los em nova visão estratégica**. 3. Ed. São Caetano do Sul: Yendis, 2012.

FREITAS, Maria Ester. **Cultura Organizacional: identidade, sedução e carisma?** Rio de Janeiro: Editora FGV, 1999.

GEERTZ, Clifford. **A Interpretação das Culturas**. Rio de Janeiro: LTC, 2012.

HALBWACHS, Maurice. **A memória coletiva**. São Paulo: Centauro, 2006.

HALL, Stuart. **A Identidade Cultural na Pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.

NASSAR, Paulo. **Relações Públicas: A construção da Responsabilidade Histórica e o resgate da Memória Institucional das Organizações**. 3. ed. Rio de Janeiro: Difusão, 2012.

NORA, Pierre. **Entre Memória e História: a problemática dos lugares**. **Revista Projeto História**. São Paulo, n. 10, p. 07-28. 1993.

PLATAFORMA SUCUPIRA. Disponível em: <<https://sucupira.capes.gov.br/sucupira/#>>
Acesso em 17 de setembro de 2020.

SCROFERNEKER, Cleusa Maria Andrade. Comunicação e Cultura Organizacional: a complexidade dos diálogos “(in)visíveis”. In: MARCHIORI, Marlene (org). **Comunicação em Interface com Cultura**. São Paulo: Difusão Editora, 2014.

SROUR, Robert Henry. **Poder, cultura e ética nas organizações**. 3 Ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2012

STUMPF, Ida Regina C. Pesquisa Bibliográfica. In: DUARTE, J., BARROS, A. (Org.) **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2010.

VAZQUEZ, Adolfo Sanchez. **Filosofia da Práxis**. 2.ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1977.