

Memória Institucional e História Oral¹

Diana de AZEREDO²

Guilherme GRAEFF³

Universidade de Santa Cruz do Sul, Santa Cruz do Sul, RS

RESUMO

Desenvolvido no decorrer de oito anos, o projeto “*A memória de empresas na internet: um blog de históricos de empresas desenvolvido pelos alunos da graduação da Unisc*” se estabeleceu como blog no segundo semestre de 2012. Coordenada pela professora doutora Ana Maria Strohschoen, a iniciativa tem como foco a memória institucional nos vales do Rio Pardo e Taquari. Os trabalhos envolvem alunos das quatro diferentes habilitações do Curso de Comunicação Social.

PALAVRAS-CHAVE: memória institucional; história oral; blog.

¹ Trabalho submetido ao XX Prêmio Expocom 2013, na Categoria Produção Transdisciplinar, modalidade Produção Multimídia.

² Aluno líder do grupo e estudante do 7º. Semestre do Curso Jornalismo, email: azeredo_diana@yahoo.com.br

³ Estudante do 3º. Semestre do Curso Jornalismo, email: guilhermegraeff@outlook.com.

1 INTRODUÇÃO

Desenvolvido no decorrer de oito anos na Universidade de Santa Cruz do Sul (Unisc) e coordenado pela professora doutora Ana Maria Strohschoen, o projeto “*A memória de empresas na internet: um blog de históricos de empresas desenvolvido pelos alunos da graduação da Unisc*” se estabeleceu como blog no segundo semestre de 2012. A iniciativa teve como foco a memória institucional. A partir da proposta apresentada aos alunos da disciplina de Metodologia da Pesquisa em Comunicação, o trabalho dos estudantes pesquisadores resultou em acervo online com o histórico de empresas da região.

Esse projeto de extensão surgiu a partir de um projeto de pesquisa. Com base nesses estudos, comprovou-se a importância de preservar a memória institucional e a necessidade de realizar esse trabalho na região dos Vales do Rio Pardo e Taquari. Além de abranger as propostas de ensino, pesquisa e extensão, a iniciativa envolveu as quatro habilitações do curso de Comunicação Social: Jornalismo, Publicidade e Propaganda, Relações Públicas e Produção em Mídia Audiovisual.

2 OBJETIVO

É objetivo do projeto preservar e divulgar a história de empresas da região, por meio de acervo online disponível a pesquisadores e interessados pela área. Outra meta é contribuir para que profissionais da Comunicação e empresários compreendam a importância de preservar e divulgar a memória institucional. No contexto acadêmico, a iniciativa pretende oportunizar, ao aluno da Graduação, o contato com a pesquisa e a extensão dentro de uma das disciplinas da grade curricular.

Entre os objetivos específicos, é possível destacar a produção de vídeos e textos para o blog *Pesquisar é Bom*. A página online pode ser acessada através do <http://hipermidia.unisc.br/pesquisarebom/novo/>. Notícias sobre o projeto e produtos de memória finalizados pelos estudantes são disponibilizados no acervo e ficam à disposição, gratuitamente, de quem se interessar pelo tema.

Por meio da participação em congressos de Comunicação e publicação de artigos, a iniciativa é divulgada para estudantes e profissionais da área. Entrevistas em programas de rádio e matérias publicadas em jornais da região colaboram para divulgar o projeto à comunidade em geral. Dessa forma, é possível esclarecer a importância de preservar e divulgar a memória institucional.

3 JUSTIFICATIVA

Registros europeus, dos primeiros anos do século XX, já demonstravam a preocupação de preservar a história de empresas. Mas o conceito de memória empresarial passa a receber novo sentido nos Estados Unidos. Em 1927, foi criada em Harvard a disciplina “História empresarial” com o objetivo de estudar a biografia de empresários e a evolução das instituições. A análise desses dados era útil para o ensino de técnicas administrativas. Anos depois, Inglaterra, França, Itália e outros países seguiram o exemplo norte-americano.

A partir dos anos 40 e 50, os estudos nos Estados Unidos ultrapassavam o panorama econômico geral para enfatizar os processos internos de mudança organizacional em relação à competição tecnológica e mercadológica. Por volta da década de 70, já considerada objeto de estudo da Nova História, a empresa passou a ser considerada não apenas como uma unidade de produção de bens e serviços, mas também como de produção de significados sócio-culturais. Cargos de “historiadores-arquivistas” começam a ser criados dentro das organizações.

Nas décadas de 80 e 90, começam a surgir, na Europa, nos Estados Unidos e no Brasil, as primeiras “agências” de historiadores especializados em projetos de memória empresarial. A atuação é baseada em estudos e em iniciativas multidisciplinares. É nesse contexto que se insere o profissional de Relações Públicas, com a proposta de organizar, preservar e divulgar esse acervo de modo contínuo e não com ações isoladas.

Os produtos de memória institucional não são apenas peças isoladas, retiradas de depósito, de fotos empoeiradas. Pelo contrário, o que se observa é que neste contexto de pensar a memória nas empresas, as coisas do ontem não se dão apenas sob forma de festas comemorativas, mas sob o enfoque da mídia e dos acervos (STROHSCHOEN, 2008, p.15).

Thompson (1992) ressalta que “são as organizações maiores e mais bem-sucedidas que normalmente deixam registros ou encomendam suas próprias histórias”. Por isso, o projeto permite que os próprios estudantes definam as organizações que terão suas histórias contadas, sugerindo-se que priorizem as instituições previamente conhecidas e que possuam trajetória possível de ser contada.

É interesse dessa iniciativa que a empresa lance sobre si mesma um novo olhar. A partir dessa percepção diferenciada, a identidade da organização é reforçada interna e externamente. Essa consciência tem como finalidade melhorar o relacionamento da

instituição com seus funcionários e colaboradores e com a comunidade na qual está inserida. Thompson (1992) salienta a capacidade transformadora: “A história não deve apenas confortar; deve apresentar um desafio, e uma compreensão que ajude no sentido da mudança”. Em sua obra, escreve ainda que “o futuro brota do passado”.

Para o estudante de Graduação, o contato direto com as pessoas e com as suas histórias se torna uma experiência enriquecedora. “O próprio cientista, de super-homem frio e racional, se transforma em animal mais humano e mais político”, avalia Thompson (1992). Durante o trabalho, os alunos se envolvem nos processos de recordação e narração dos entrevistados.

A escolha do método da História Oral também encontra base em Thompson (1992). Ao lembrar a dificuldade que a maioria das pessoas encontra para se comunicar por meio da escrita, o historiador defende a gravação de entrevistas como uma forma de permitir que mesmo os analfabetos contem e preservem as suas histórias.

A evidência oral pode conseguir algo mais penetrante e mais fundamental para a história. Enquanto os historiadores estudam os atores da história a distância, a caracterização que fazem de suas vidas, opiniões e ações sempre estará sujeita a ser descrições defeituosas, projeções da experiência e da imaginação do próprio historiador: uma forma erudita de ficção. A evidência oral, transformando “objetos” de estudo em “sujeitos”, contribui para uma história que não só é mais rica, mais viva e mais comovente, mas também mais verdadeira (THOMPSON, 1992, p. 137).

Leituras como essas justificam o projeto “*A memória de empresas na internet: um blog de históricos de empresas desenvolvido pelos alunos da graduação da Unisc*”. São pesquisas que têm como principal fonte o trabalho de estudiosos das áreas de Relações Públicas e História. São eles que esclarecem tanto a importância dessa iniciativa quanto a melhor maneira de colocá-la em prática.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

Com equipamentos disponibilizados pela Unisc e o auxílio dos técnicos do laboratório de rádio e televisão, os alunos se transformam em entrevistadores. Depois de definir a empresa, eles agendam as gravações. Após essa coleta de dados, os estudantes transcrevem os áudios. Essas transcrições são utilizadas para compor o histórico escrito e impresso da empresa. Então, os depoimentos dos fundadores, diretores, funcionários e clientes obtidos nas entrevistas são editados e reunidos em um vídeo.

Ao aluno bolsista cabe a função de orientar a produção desse material. No final do semestre, o vídeo é apresentado e avaliado pela professora Ana Maria. Então, o bolsista se responsabiliza pela conversão do arquivo em uma extensão compatível ao site Youtube e pela postagem do material no blog do projeto. Os CDs com os históricos escritos e as gravações ficam disponíveis na Unisc.

Essa metodologia é orientada por Thompson (1992). Ele fornece um guia de elaboração de perguntas, posturas que devem ser observadas pelo entrevistador e catalogação do material coletado. Além das dicas práticas, o historiador analisa o método da história oral. Ele destaca os benefícios tanto para quem ouve quanto para quem conta a história.

A história oral é uma história construída em torno de pessoas. Ela lança vida para dentro da própria história e isso alarga seu campo de ação. Admite heróis vindos não só dentre os líderes, mas dentre a maioria desconhecida do povo. Estimula professores e alunos a se tornarem companheiros de trabalho. Traz a história para dentro da comunidade e extrai a história de dentro da comunidade. Ajuda os menos privilegiados e, especialmente, os idosos, a conquistar dignidade e autoconfiança. Propicia o contato – e, pois, a compreensão – entre classes sociais e entre gerações. E para cada um dos historiadores e outros que partilhem das mesmas intenções, ela pode dar um sentimento de pertencer a determinado lugar e a determinada época. Em suma, contribui para formar seres humanos mais completos. Paralelamente, a história oral propõe um desafio aos mitos consagrados da história, ao juízo autoritário inerente a sua tradição. E oferece os meios para uma transformação radical do sentido social da história (THOMPSON, 1992, p. 44).

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

A decisão de criar um *blog* no *software Wordpress* foi tomada a partir da conversa com o aluno Guilherme Graeff, que atua, pelo Curso de Comunicação Social, no Setor de Informática (Sinf). Além de ser gratuita, a plataforma tem versão em Português, apresenta *layout* simples, aceita textos, imagens, áudios e vídeos e permite a criação de *links* e menus conforme a necessidade do usuário. Cientes dos recursos disponibilizados pelo *Wordpress*, chegamos à conclusão de que seria a melhor alternativa. A página online pode ser acessada no endereço: <http://hipermidia.unisc.br/pesquisarebom/novo/>.

Para armazenar os vídeos, continuamos utilizando o *Youtube*. A cada conteúdo postado, o site gera um *link*. E é ele que disponibilizamos no *blog*. Quando o internauta clica no vídeo, consegue visualizá-lo sem qualquer alteração de imagem e som. Essa proposta já funcionava no *site* e, por isso, não foi difícil utilizá-la no *blog*.

Nesse caso, a novidade foi o *Issuu*. Assim como o *Youtube* serve como “armazém” de vídeos, o *Issuu* é útil para “guardar” os artigos. Essa descoberta foi feita a partir do

projeto experimental da aluna Lílian Alves, a revista Faces da Memória. Os artigos, produzidos durante o projeto de Pesquisa, entre 2005 e 2008, foram colocados no *Issuu*. Essa publicação gerou um *link* que está postado no *blog*. Da mesma forma como consegue assistir aos vídeos, o internauta consegue ler os artigos. Assim, o *blog* não fica sobrecarregado e lento.

Além da capacidade de armazenamento e da rapidez para a atualização dos conteúdos, outra vantagem do *blog* é a organização automática das postagens. Por meio de um recurso próprio, a página *online* apresenta um histórico dividido por meses. Então, é possível pesquisar uma notícia, um vídeo ou um áudio que foram publicados em junho, por exemplo, sem percorrer as publicações de outubro, setembro, agosto e julho. Ou seja, a “memória do projeto” fica preservada de maneira ordenada cronologicamente.

Vale lembrar que o *blog* não foi movimentado apenas no final do período letivo, quando os vídeos e históricos escritos ficaram prontos. A facilidade técnica da página *online* permitiu a criação do *link* “Notícias”. Entre essas atualizações havia um intervalo de, em média, 15 dias. Além de manter o internauta ciente do que ocorria no projeto, essa foi uma maneira de incentivar os acessos, convidando o público para ver “as novidades”.

No *link* “Multimídia”, estão os *links* “Áudios”, “Fotos” e “Vídeos”. São 45 vídeos produzidos pelos alunos da disciplina de Metodologia da Pesquisa em Comunicação. Há produções relacionadas a diferentes setores, tanto da indústria como do comércio e da prestação de serviços. Além dos vídeos produzidos nos dois semestres de 2012, quem acessa o *blog* pode assistir ao material feito nos anos anteriores.

6 CONSIDERAÇÕES

A partir da experiência no projeto, é possível compreender a importância da preservação e da divulgação da memória institucional. Bem contada e acessível ao público, essa história ajuda a construir a identidade empresarial e a fortalecer a comunicação interna e externa da organização.

Em uma análise dos resultados, percebe-se que a história de uma empresa se soma a outras histórias e, juntas, compõem a história de um município, de uma região. O trabalho, então, passa a ser inserido em um contexto econômico e socialmente mais amplo. É possível concluir que se tratam de mais informações circulando à disposição das pessoas e a serviço da história humana.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

NASSAR, Paulo (Org.). **Memória de Empresa: história e comunicação de mãos dadas, a construir o futuro das organizações.** São Paulo: Aberje, 2004. (p. 113-126)

STROHSCHOEN, Ana Maria. **Os históricos e as histórias contadas pelas empresas: mídia ou memória institucional?** Santa Cruz do Sul: artigo produzido em 2008.

THOMPSON, Paul. **A voz do passado: história oral.** Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1992, 385pp.