

## **Interface Memória e Comunicação: Formações Discursivas da Memória Organizacional no Campo da Comunicação Organizacional<sup>1</sup>**

Renata Andreoni

Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre/RS

Cleusa M. A. Scroferneker

Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre/RS

### **Resumo**

No presente texto buscamos identificar [e refletir criticamente sobre] trabalhos da área da Comunicação Organizacional que propõe um debate em relação à interface memória e comunicação, mais especificamente sobre a memória organizacional. Ao partir de pesquisa predecessora (CRUZ, 2014) referente à essa temática, abordamos artigos publicados nos anais de três importantes congressos do campo da Comunicação: Abrapcorp, Compós e Intercom, nos últimos cinco anos (2018-2014). Diante do exposto, sugerimos alguns encaminhamentos, visando o desenvolvimento de outras possibilidades para a interface memória e comunicação.

### **Palavras-chave**

Memória; Comunicação; Memória Organizacional; Comunicação Organizacional; Formações Discursivas.

### **Considerações Iniciais**

A memória vem assumindo centralidade em diferentes discursos e contextos. O sistema socioeconômico da contemporaneidade conduz à aceleração de transformações e reconfigurações sociais/organizacionais, associadas às mudanças tecnológicas. Nosso imaginário temporal é ressignificado a partir do advento de novos dispositivos de produção, circulação e acesso às informações, que possibilitam novas formas de conexão, mobilidade e relação. Neste contexto tecnossocial/tecno-interacional, chamamos a atenção para a emergência da memória (HUYSSSEN, 2000), como um fenômeno significativo das estruturas político-culturais das sociedades ocidentais.

Candau (2014) questiona e problematiza o lugar que a memória e a identidade ocupam, de fato, nas sociedades hodiernas. O autor ressalta que, muitas vezes, se configuram exageros no interesse do conhecimento compartilhado sobre as origens de um determinado grupo e seus

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho (GT) Discursos, Identidades e Relações Públicas, atividade integrante do XIII Congresso Brasileiro Científico de Comunicação Organizacional e de Relações Públicas.

desdobramentos, “[...] visando fundar a origem de uma nação, de uma sociedade ou de uma crença” (CANDAU, 2014, p. 200). A pluralidade de memórias acaba sendo mobilizada na tentativa de construir identidades mais estáveis e duradouras, gerando novas alternativas de visibilidade.

A busca de subsídios no passado pode se constituir como uma faceta para um consumo intimizado (LIPOVETSKY, 2004), uma estratégia de marketing, na qual se compra e se vende reminiscências, emoções, sensações e identificações. De acordo com D’Almeida (2014) a memória é uma questão política e social, no entanto, tem passado a ser, também, uma questão econômica/empresarial, como um capital de experiência conquistado, na medida em que a “[...] memória ativa é posta a serviço de uma identidade, bem como de um posicionamento de marca e de empresa” (D’ALMEIDA, 2014, p. 151).

Essa “ativação do passado” vem sendo um recurso às organizações em busca de constituir lugarizações<sup>2</sup> (AUGÈ, 2010), almejando conquistar identificações e legitimidade. Diante disso, é importante estarmos atentos a possíveis exageros em relação aos usos e abusos<sup>3</sup> da memória, visando o reconhecimento e a exaltação de determinadas trajetórias. Considerando tais argumentos, no presente artigo, propomos identificar, e refletir sobre, a interface memória e comunicação, como ela vem se estabelecendo, sob a denominação de memória organizacional<sup>4</sup>, nos estudos vinculados à área da Comunicação Organizacional.

Ao considerarmos as identificações e reflexões realizadas, partimos do pressuposto que a memória organizacional é recursivamente (re)produtora de narrativas memorialísticas, enquanto formações discursivas<sup>5</sup> de expressão, expansão e intenção. À luz de Foucault (1987), compreendemos a narrativa sob uma perspectiva discursiva, aberta, uma formação que emerge a partir de uma rede de relações. A formação discursiva, trata-se, portanto, de um processo de construção e disputas, que reúne enunciados dispersos, tecendo discursos que atuam sobre práticas sociais e organizacionais, atuando na esfera da legitimação, (re)configurando diferentes

---

<sup>2</sup> Expressão relacionada à compreensão de lugar antropológico (AUGÈ, 1994), no sentido do indivíduo, mesmo que provisoriamente, encontrar identificação (HALL, 2000) e vinculação (ZIMMERMAN, 2010), sentindo-se reconhecido e integrado.

<sup>3</sup> Expressões desenvolvidas na obra *A memória, a história, o esquecimento* (RICOEUR, 2007). Nela o autor problematiza possíveis excessos de memória.

<sup>4</sup> A referência à esta expressão pode ser descrita, também, como memória empresarial e/ou institucional. Alguns autores salientam diferenças conceituais sobre as nomenclaturas: memória empresarial, memória institucional e memória organizacional; outros não estabelecem, utilizando-as como sinônimos. Embora cientes das distinções etimológicas e de abrangências conceituais que essas expressões carregam, apresentamo-las como análogas, haja vista nosso propósito de identificar trabalhos na área da Comunicação Organizacional que buscam estabelecer, de alguma forma, a interface entre memória e comunicação.

<sup>5</sup> À luz de Foucault (1987), compreendemos a narrativa sob uma perspectiva discursiva, aberta, constituída sobre bases frágeis e arbitrarias, uma formação que emerge a partir de uma rede de relações. A formação discursiva, trata-se, portanto, de um processo de construção que reúne enunciados dispersos, tecendo discursos que atuam sobre práticas sociais e organizacionais, atuando na esfera da legitimação, (re)configurando diferentes relações de poder.

relações de poder. A partir do exposto, apresentamos, como proposições futuras, que a memória seja dimensão trazida às discussões sobre a complexidade da comunicação nesses espaços, enquanto um processo relacional, que envolve fenômenos indeterminados, (re)constituídos pela experiência da alteridade.

## 2. Abordagens sobre a memória na Comunicação Organizacional

Compreendemos que a memória, no campo comunicacional, pode ser abordada e/ou discutida sob diferentes âmbitos, desde aspectos relacionados à percepção; à (re)construção e disputas de sentidos; à indeterminação da comunicação; ao sentido de interesse público, enquanto potencial histórico, enfim, a memória, como um conceito polissêmico, pode assumir especificidades ao ser desenvolvida na Comunicação. No entanto a visão utilitária/instrumental da memória parece prevalecer como recurso de estetização a determinadas narrativas da comunicação organizacional (ANDREONI, 2018), sendo tangenciada, muitas vezes, a uma perspectiva de produto.

Entretanto identificamos, no campo da Comunicação Organizacional, que muitas discussões vêm problematizando as abordagens instrumentais, sinalizando a importância de irmos além dos princípios prescritivos e transmissivos da informação. Nesse sentido, somos impulsionados a problematizar determinadas abordagens que apresentam a memória como produto (materialidade) da/para a comunicação. Conforme Cruz (2014a), essa relação vem “[...] reforçando o enquadramento que a comunicação organizacional destina à memória organizacional – o de ferramenta, o que conduz a uma visão utilitária [...]” (CRUZ, 2014a, p. 181).

Em estudo realizado sobre o Estado da Arte da Pesquisa Brasileira em Comunicação sobre Memória Organizacional<sup>6</sup>, Cruz (2014a; 2014b; 2013) desenvolveu uma pesquisa que contemplou o período de 2003 a 2013. A autora considerou o *ranking* de periódicos da Capes (edição 2012) para a Grande Área Ciências Sociais Aplicadas, área de Comunicação nos níveis A1, A2, B1, B2, B3, B4, as teses e dissertações, bem como os trabalhos publicados nos Anais de quatro congressos: Associação Brasileira de Pesquisadores de Comunicação Organizacional e de Relações Públicas (Abrapcorp), Congresso Internacional em Comunicação e Consumo, (COMUNICOM), Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (Compós) e a Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom) apresentados nesse período.

---

<sup>6</sup> Pesquisa financiada pelo Centro de Altos Estudos da Escola Superior de Propaganda e Marketing do Rio de Janeiro (ESPM) (CRUZ, 2013).

Em relação às aproximações entre memória e comunicação organizacional é importante mencionarmos a primeira obra editada sobre a temática, em 2004, *Memória de Empresa: História e Comunicação de mãos dadas*, a construir o futuro das organizações. Esse livro evidencia o pioneirismo da Associação Brasileira de Jornalismo Empresarial (Aberje) em promover uma aproximação entre memória e comunicação no contexto organizacional<sup>7</sup>.

Em estudo previamente realizado (ANDREONI, 2018), consideramos que as configurações apresentadas na referida obra constituem uma interface entre memória e informação, porém restringindo a comunicação a uma “ferramenta de gestão”, na qual a memória torna-se mais um recurso a ser trabalhado e transmitido, buscando promover relações de pertencimento e identificações. Sob nosso entendimento, a abordagem se revela predominantemente instrumental.

Para corroborar o estudo desenvolvido por Cruz (2014a; 2014b; 2013), propomos uma abordagem mais concisa, porém contemporânea, abarcando pesquisas publicadas em anais de congressos nacionais do campo, nos últimos cinco anos. O recorte contemplou os trabalhos publicados nos Anais da Associação Brasileira de Pesquisadores de Comunicação Organizacional e Relações Públicas (Abrapcorp), da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (Compós) e da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom), considerando o Grupo de Trabalho Discursos, Identidades e Relações de Poder<sup>8</sup>, o Grupo de Trabalho Comunicação no Contexto das Organizações e o Grupo de Pesquisa Relações Públicas e Comunicação Organizacional, respectivamente, por entendermos que esses grupos se constituem no espaço para a abordagem da memória organizacional. O período selecionado compreende os anos de 2014 a 2018.

Com intuito de identificarmos possíveis abordagens à memória nos artigos, estabelecemos como enfoque os títulos, palavras-chave e resumos, observando sua incidência entre um desses três pontos, indicando, ou não, a necessidade de aprofundamento da leitura. Em relação ao GT Comunicação no Contexto das Organizações (Compós) o enfoque foi

---

<sup>7</sup> “A Aberje é uma organização profissional e científica sem fins lucrativos que tem como principal objetivo fortalecer a Comunicação nas empresas e instituições [...]”, apresentando-se como “o principal centro de referência nacional na produção e disseminação de conhecimento e práticas de comunicação empresarial” (Aberje, 2017).

<sup>8</sup> Com o intuito de manter a busca com enfoque sobre um GT apenas, selecionamos o GT Discursos, Identidades e Relações de Poder, pois compreendemos que a interface memória e comunicação dialoga, intimamente, com os pressupostos deste grupo de trabalho. Entretanto é importante mencionarmos que há possíveis aproximações com os outros GTs, considerando a particularidade deste congresso, que não abrange as pesquisas do campo da Comunicação como um todo, mas é específico da área da Comunicação Organizacional e Relações Públicas. Nesse sentido, foi necessário estabelecermos um recorte arbitrário, direcionado ao GT que mais identificamos aproximações com a temática e no qual pretendemos apresentar o trabalho, bem como discuti-lo entre os pares.

circunscrito ao ano de 2014, haja vista a extinção do Grupo no ano subsequente<sup>9</sup>. Cabe mencionarmos que, durante o período de vigência do Grupo (2011 a 2014), que gerou a publicação de 40 trabalhos, identificamos apenas um abordando a temática da [sobre a] memória.

Nesses cinco anos, mapeamos um total de 338 trabalhos, sendo 55 artigos correspondentes ao GT Discursos, Identidades e Relações de Poder (Abrapcorp), 10 textos referentes ao GT Comunicação no Contexto das Organizações (Compós) e 274 publicados nos Anais do GP Relações Públicas e Comunicação Organizacional (Intercom). Entre todos os textos, apenas 10 abordaram a palavra memória entre o título, resumo e/ou palavra-chave, sendo seis referentes aos Anais da Intercom e quatro da Abrapcorp. Diante do exposto, elaboramos um quadro síntese com informações sobre esses trabalhos (Quadro 1).

**Quadro 1** – Trabalhos publicados nos Anais do GP Relações Públicas e Comunicação Organizacional (Intercom) e nos Anais do GT Discursos, Identidades e Relações de Poder<sup>10</sup> (Abrapcorp), que apresentam a palavra memória (2018-2014).

<b>Título</b>	<b>Palavras-chave</b>	<b>Autor(a/es)</b>	<b>Anais/Ano</b>
A comunicação organizacional e a memória das universidades comunitárias: o cinquentenário da Universidade de Caxias do Sul	Comunicação Organizacional. Universidades Comunitárias. Memória Social. Memória Institucional. Universidade de Caxias do Sul	Eduardo de Carvalho Borba	<i>Intercom / 2018</i>
Discurso e Comunicação de Memória nas Organizações: o espaço Memória Bannisul como cena de enunciação da memória institucional	Comunicação. Discurso. Memória Institucional.	Daniela Seibt	<i>Intercom / 2017</i>
Reforma urbana do Porto Maravilha: memória e identidade nas narrativas para a construção da “marca Rio”	Comunicação institucional. Memória. <i>Branding</i> . Porto Maravilha. “marca Rio”.	Flávia Barroso de Mello	<i>Intercom / 2017</i>
Memória Organizacional e o consumo dos jovens: pistas sobre um relacionamento em construção	Memória Organizacional. Consumo de jovens. História. Reputação. Havaiana	Wanessa Valeze Ferrari Bighetti	<i>Intercom / 2016</i>
A memória organizacional – um estudo sobre vários enfoques Estudo de Caso – Farmácia Natura e o Museu Farmacêutico Moura em Pelotas	Memória. Comunicação Organizacional. Cultura Organizacional. Museu Farmacêutico.	Margareth de Oliveira Michel. Jerusa de Oliveira Michel. Cristina Geraldine da Porciúncula	<i>Intercom / 2015</i>
Uso da internet para consolidação da democracia por meio da preservação da memória de entidades públicas: um estudo comparativo entre as memórias virtuais dos parlamentos do Reino Unido e do Brasil	Memória Organizacional. Imagem. Reputação. Democracia. Internet.	Wanessa Valeze Ferrari Bighetti. Rosane Andrelo.	<i>Intercom / 2014</i>

<sup>9</sup> Faz-se importante mencionarmos que no presente ano (2019) a área da Comunicação Organizacional voltou a ganhar representatividade no congresso da COMPOS, com o GT Estudo de Comunicação Organizacional, sob coordenação do Prof. Dr. Rudimar Baldissera (UFRGS) e vice coordenação do Prof. Dr. João José Azevedo Curvello (UNB).

<sup>10</sup> Anteriormente denominado como Comunicação, Identidade e Discursos.

Os Heróis na Memória Organizacional	Comunicação Organizacional. Memoriais Organizacionais. Heróis Organizacionais.	Diego Pereira da Maia Karla Maria Müller	<i>Abrapcorp / 2017</i>
Narrativas da Experiência na Comunicação Organizacional	Mitos. Ritos. Rituais. Narrativas. Comunicação Organizacional.	Emiliana Pomarico Ribeiro	<i>Abrapcorp / 2017</i>
Porto Maravilha: memória nos discursos da “marca Rio”	Comunicação institucional; Porto Maravilha. Discurso. Memória. “Marca Rio”.	Flávia Barroso de Mello Vania Oliveira Fortuna	<i>Abrapcorp / 2017</i>
Narrativas que constroem organizações? Casos BNDES e VALE	Subjetividade. Narrativa. Organização. Memória.	Anita Cardoso	<i>Abrapcorp / 2014</i>

Fonte: Elaborado pela autora, a partir das informações apresentadas nos artigos.

Os trabalhos que abordaram a memória, nos estudos da Comunicação Organizacional, representam 2,9% da produção, considerando o *corpus* selecionado. Cruz (2014a; 2014b; 2013), em sua pesquisa, constatou que o volume dessa produção representava menos de 1% dos trabalhos do campo da Comunicação. Embora a incidência de textos que abordem essa temática seja, ainda, seja reduzida, há um crescimento em comparação ao estudo mencionado. Entretanto é importante lembrarmos que o escopo desta pesquisa não é o mesmo, pois trata-se, nesse artigo, de um recorte mais conciso. A partir do material identificado, desenvolvemos, a seguir, breves reflexões em relação aos trabalhos publicados nos três Congressos mencionados.

## **2.1 GP Relações Públicas e Comunicação Organizacional (Intercom): breves reflexões sobre a interface memória e comunicação organizacional**

Durante o período analisado foram encontrados seis trabalhos publicados nos Anais do Congresso. O texto A comunicação organizacional e a memória das universidades comunitárias: o cinquentenário da Universidade de Caxias do Sul aborda a iniciativa Minha História com a UCS como uma ação de comunicação, buscando estabelecer uma confluência entre os conceitos de comunicação organizacional, memória institucional, memória social e universidade comunitária. Borba (2018) realiza uma breve revisão bibliográfica de cada um desses conceitos, evidenciando possíveis interfaces entre eles. O autor não se propõe a apresentar prerrogativas sobre a memória em relação à comunicação organizacional, sua atenção está centrada em trazer essa discussão para o contexto da universidade comunitária, valendo-se de premissas conceituais já propostas por outros autores.

O trabalho, intitulado Discurso e Comunicação de Memória nas Organizações: o espaço Memória Banrisul como cena de enunciação da memória institucional, compreende a memória sobre uma abordagem estratégica. Para a autora, a memória possibilita às empresas criarem “[...] um **canal estratégico de comunicação** com os stakeholders, permitindo que se estreitem

os laços de identificação e contribuindo para a criação de uma **boa imagem** organizacional” (SEIBT, 2017, p. 14, grifos nossos). A comunicação nos parece ser compreendida como um recurso tático para gerar identificação dos públicos, reduzindo a complexidade da comunicação à dimensão de canal.

A questão da identidade, também, é retratada no texto, apresentado em 2017, denominado Reforma urbana do Porto Maravilha: memória nas narrativas para a construção da “marca Rio”, no entanto, sob outra perspectiva. Mello (2017) discute sobre os processos de revitalizações urbanas na contemporaneidade, associados à constituição de uma memória coletiva, considerando o caso do Porto Maravilha, na cidade do Rio de Janeiro. A autora estabelece um diálogo com os Estudos Culturais e, mais especificamente, com a História Cultural, imprimindo uma abordagem crítica sobre a complexidade desse fenômeno hodierno, no qual as transformações ocorrem associadas a um processo de construção de memória. Com efeito, problematiza os interesses relacionados com essa construção, considerando a realização de um trabalho de enquadramento da memória, conforme expõe o sociólogo austríaco Michel Pollak (1948-1992), “[...] numa dinâmica de lembrar, esquecer, apagar e silenciar, que se vale de um conjunto de representações para buscar estabelecer um imaginário hegemônico no contexto social” (MELLO, 2017, p. 8). A pesquisadora ressalta que o enfoque direcionado à memória, pelas organizações, se configura como um esforço de construção de uma imagem desejada, corretiva de possíveis percepções negativas. Assim, destaca que desenvolve-se “[...] uma imagem de marca homogeneizada do ponto de vista mercantil, semelhante à de outros modelos de cidade promovidas no mercado mundial” (MELLO, 2017, p. 11).

A discussão, realizada pela autora, apresenta um contraponto às outras reflexões abordadas, ao priorizarem as potencialidades da memória como um recurso a atender os interesses da gestão. Mello (2017), sob nossa perspectiva, busca uma discussão interdisciplinar com a História e os Estudos Culturais para (re)pensar essas relações. Suas críticas, tecidas em relação a essas associações, são centradas em aspectos sociais.

O artigo Memória Organizacional e o consumo dos jovens: pistas sobre um relacionamento em construção, publicado nos Anais de 2016, recorre à associação da memória organizacional como estratégia de comunicação, “[...] com o objetivo de facilitar o relacionamento com seus públicos, [...] fortificando sua imagem, identidade, reputação” (BIGHETTI, 2016, p. 1). A memória é compreendida como um recurso a facilitar a abordagem comunicacional, na medida em que “[...] a empresa pode **despertar o sentimento de afeto**, ressaltar a importância da participação deste público na história organizacional e, assim, validar sua trajetória ao longo dos anos” (BIGHETTI, 2016, p. 2, grifos nossos). Dessa forma, “[...]”

muitas empresas estão investindo na **memória organizacional como estratégia para fisgar o público jovem**” (BIGHETTI, 2016, p. 8, grifos nossos). Considerando a pluralidade das memórias que possam emergir entre a relação públicos/empresa, a pesquisadora destaca a memória organizacional como uma possibilidade de: “Recuperar fragmentos deste relacionamento e trabalhá-lo estrategicamente, com vistas à unidade de discurso”, enfatizando seu papel para “[...] garantir o reforço necessário capaz de validar a história organizacional e de legitimar as atitudes empresariais [...] (BIGHETTI, 2016, p. 8).

Entretanto, sob outra perspectiva, é importante (re)pensarmos essas abordagens, considerando a instrumentalização dos afetos. Sodré (2006) reflete sobre essa questão, considerando as estratégias sensíveis, enquanto operadas pela mídia e pela publicidade. Para o autor, trata-se de “[...] como estratégias racionais não espontâneas podem instrumentalizar o sensível manipulando os afetos” (SODRÉ, 2006, p. 11).

O próximo texto que destacamos, apresentado em 2015, é denominado A memória organizacional – um estudo sobre vários enfoques Estudo de Caso – Farmácia Natura e o Museu Farmacêutico Moura em Pelotas. As pesquisadoras, ao reiterarem que as organizações “[...] estão inseridas em ambientes complexos de relações fluídas, incertas e inseguras” (MICHEL A.; MICHEL J.; PORCIÚNCULA, 2015, p. 3), buscam “[...] refletir sobre a memória organizacional como um fator de comunicação e de relacionamento com os públicos organizacionais (MICHEL A.; MICHEL J.; PORCIÚNCULA, 2015, p. 8). A partir de um estudo direcionado, as autoras consideram que “[...] a memória organizacional é realmente um elemento facilitador de relacionamentos”, contribuindo para a “[...] identidade da organização no mercado, fortalecendo a marca e passando uma imagem sólida e com credibilidade” (MICHEL A.; MICHEL J.; PORCIÚNCULA, 2015, p. 14). A memória organizacional, neste caso, é pautada como recurso à comunicação estratégica, destacando sua função como facilitadora de relacionamento, de identidade, de fortalecimento da marca, imagem e credibilidade. A ênfase para a memória é centrada nos benefícios à gestão, como um instrumento/produto de facilitação da comunicação promovida pela organização, que vem atender, exclusivamente, aos seus interesses. Possíveis conflitos, disputas e silenciamentos não são pautados nas discussões das autoras.

O último artigo mapeado na investigação nos Anais da Intercom, publicado em 2014, é apresentado pelo título Uso da internet para consolidação da democracia por meio da preservação da memória de entidades públicas: um estudo comparativo entre as memórias virtuais dos parlamentos do Reino Unido e do Brasil. Nesse texto, o enfoque está direcionado a refletir sobre a memória organizacional em instituições públicas, considerando a sua



importância à gestão da comunicação, destacando, também, suas potencialidades em relação ao fortalecimento da imagem e à construção da reputação. As autoras propõem realizar uma análise comparativa entre dois sites governamentais, em dois contextos distintos, Brasil e Inglaterra. Destacam como objetivo, “[...] verificar como cada site está utilizando o espaço destinado à memória institucional como uma prática comunicativa voltada à manutenção da imagem corporativa e como mecanismo de aprimoramento da democracia” (BIGHETTI; ANDRELO, 2014, p. 2). A partir da análise, compreendem que:

[...] apesar de ambos os portais valorizarem e entenderem a importância da memória para manter viva a história de uma sociedade, aprimorar a democracia, fortalecer a imagem institucional e, com isso, construir uma boa reputação, a forma adotada para cumprir com este objetivo e a atenção destinada a este recurso faz grande diferença no resultado alcançado (BIGHETTI; ANDRELO, 2014, p. 14).

As pesquisadoras consideram diferenças significativas entre as duas abordagens, observando que, no caso brasileiro, o tratamento da memória é direcionado “[...] mais como ferramenta propagandística do governo do que como real recurso para preservação da história da sociedade” (BIGHETTI; ANDRELO, 2014, p. 14). A partir do exposto pelas autoras, podemos ressaltar que, além das potencialidades da memória organizacional à gestão, as formas, os conteúdos e as abordagens que vem conformando as práticas da memória também podem ser foco de observação reflexiva dos pesquisadores. A nosso ver, proposições nesse sentido poderiam assumir pauta com maior recorrência, ao considerarmos as pesquisas sobre a memória organizacional, estabelecendo interfaces com pressupostos relacionados à cidadania e democracia, conforme apresentam as autoras.

## **2.2 GT Discursos, Identidades e Relações de Poder (Abrapcorp): breves reflexões sobre a interface memória e comunicação organizacional**

Os textos publicados nos Anais da Abrapcorp, diferentemente dos mapeados na Intercom, não apresentam regularidade de incidência, haja vista que identificamos, no GT em questão, três trabalhos em 2017 e um em 2014 com a palavra memória entre nossos filtros. A ausência nos demais anos, indica que esse não é um tema de interesse recorrente no GT. Entendemos que tal cenário possa fragilizar o amadurecimento da temática na área, na medida em que os trabalhos apresentam-se de forma espaçada e dispersa. Esse cenário pode, talvez, revelar o desinteresse dos pesquisadores sobre esta discussão. De maneira breve, abordamos, a seguir, a proposta de cada texto.

O artigo Os Heróis na Memória Organizacional evidencia a importância da memória organizacional como uma ação fiadora de identidade na operação da comunicação organizacional. Para tanto, vale-se de dados empíricos de quatro instituições públicas: Memorial do Ministério Público do RS, Memorial do Theatro São Pedro, Memorial do Legislativo do RS e o Memorial do Judiciário do RS. Memória/Identidade: Essa nos parece ser a interface mais estabelecida e ressaltada entre os trabalhos da área. De acordo com os autores: “Entender a história organizacional promove o entendimento de suas origens [...], sem perder a consciência de sua **verdadeira identidade**, mantendo os diferenciais da marca” (MAIA; MÜLLER, p. 14, grifo nosso).

O texto, intitulado Narrativas da Experiência na Comunicação Organizacional, apresenta as memória individuais como fontes de micronarrativas, constituídas por entrevistas com funcionários e por análises de documentos históricos. Conforme a autora, essas micronarrativas, apresentadas como manifestações ritualísticas, “podem ser legitimadas, compreendendo crenças, valores e convicções das pessoas da organização” (RIBEIRO, 2017, p. 4), gerando significados. Destarte, a autora apresenta as micronarrativas como alternativa importante à pluralidade nos espaços organizacionais, na convivência com as meta narrativas, trazendo à tona dimensões de ordem subjetivas e afetivas.

Como contraponto, podemos pensar que o potencial afetivo das memórias para essas formações discursivas, compreendidas como micronarrativas, podem valer-se como potência de (re)afirmação das meta narrativas. Nesse caso, a reunião de diferentes vozes pode configurar-se como a manutenção de um monólogo, travestido de multiprotagonismo.

O terceiro texto, Porto Maravilha: memória nos discursos da “marca Rio”, promove mais uma (re)aproximação entre memória e identidade. Porém, assim como no artigo publicado nos Anais da Intercom, que abordava a mesma temática, Mello e Fortuna (2017) estabelecem uma perspectiva crítica, apresentando que a “gestão sobre o passado” se dá sobre a imagem que determinados grupos ambicionam preservar e evidenciar. “Os discursos institucionais do Porto Maravilha apontam para a espetacularização da memória e da cultura, elementos discursivos que relacionados à ‘revitalização’ da zona portuária, se alinham à construção da imagem do Rio como cidade-espetáculo” (MELLO; FORTUNA, 2017, p. 14, grifo original). As autoras debatem sobre a produção de significados em torno do Porto Maravilha, entre memórias e apagamentos no discurso institucional.

No artigo Narrativas que constroem organizações? Casos BNDES e VALE apresentado em 2014 no GT, a discussão evidencia o poder da memória como substrato à construção de narrativas que venham a “construir imagem, identidade e reputação” (CARDOSO, 2014). Essa

“nova” forma de narrar-se das organizações é apresentada pela autora como uma alternativa de sobrevivência no mercado contemporâneo. Nesse processo de coleta de testemunhos, calcados nas memórias e experiências pessoais, é passível o entendimento que: “As organizações, como forma de controle, estimulam as narrativas, mas editam passo a passo o que será publicizado” (CARDOSO, 2014). Para a sua análise, a autora baseou-se em dois casos de memória organizacional, o BNDES e a VALE, evidenciando que as subjetivações, trazidas pelas memórias, se constituem em um importante recurso estratégico comunicacional, ampliando as possibilidades de interação e diálogo, assim como oportunizando à organização se apresentar mais “humanizada”.

A partir das reflexões realizadas, compreendemos que, embora a discussão sobre a temática não seja muito expressiva em termos quantitativos, é recorrente a sua abordagem relacionada à identidade e à legitimação, sendo a memória um recurso à comunicação organizacional. Entendemos que as perspectivas apresentadas configuram-se, também, como formações discursivas do campo, que por vezes exaltam as prerrogativas da memória à comunicação organizacional, por outras, se apresentam mais críticas, ressaltando as relações de poder envolvidas nesse processo. No entanto o que prevalece é a memória enquanto um produto a ser manipulado<sup>11</sup> pela [e para a] comunicação. Nesse sentido, nos parece pertinente alargar o espectro dessas formações discursivas, corroborando através de outras perspectivas, propondo novos questionamentos, interfaces, abordagens e tensionamentos.

### **3. Algumas ponderações e possíveis contribuições para um futuro caminho filosófico.**

Diante do exposto, em relação às perspectivas mais críticas, acrescentamos o pensamento de Ricoeur (2007), ao expor uma preocupação pública:

[...] perturba-me o inquietante espetáculo que apresentam o excesso de memória aqui, o excesso de esquecimento acolá, sem falar da influência das comemorações e dos erros da memória – e de esquecimento. A ideia de uma **política da justa memória** é, sob esse aspecto, um de meus temas cívicos confessos (RICOEUR, 2007, p. 17, grifo nosso).

As ponderações do autor, sobre os possíveis excessos de memória, parecem não encontrarem eco, na maioria, das discussões contemporâneas sobre a interface comunicação e memória no contexto das organizações. No entanto pesquisadoras da área da Comunicação Organizacional destacam que: “Mais do que vislumbrar um conjunto de técnicas e prescrições,

---

<sup>11</sup> Conforme a concepção etimológica da palavra, no sentido de manusear: “**manipul.ação, ar, o – MÃO**” (CUNHA, 2010, 407, grifos do autor).

a Comunicação Organizacional implica em compreender as interações, as trocas simbólicas que se desenvolvem a partir de pensamentos e palavras, atos e sentimentos [...]” (SCROFERNEKER; AMORIM; FLORCZAK, 2016, p. 7).

O pensamento das autoras nos impulsiona a (re)pensarmos a memória na comunicação, à compreensão sobre como se estabelecem as interações, as trocas simbólicas, os sentimentos, considerando o aspecto contingencial da comunicação, independente do que pretendemos, ou não, expressar. A complexidade dos ambientes organizacionais não sustenta, por muito tempo, uma ordem apaziguadora, de coesão, a partir de um conjunto de técnicas e prescrições voltadas à seleção, edição e publicização de memórias. Muito além dos produtos, no qual é exposta, a memória é viva, está nas pessoas, pulsando entre cada ato e sentimento expressado, a memória é potência evocada e (re)significada em cada detalhe vivido. Nesse sentido, a memória atua, enquanto expressão de singularidades do sujeito, movimentada pelas intersubjetividades, no processo comunicacional<sup>12</sup> e no Acontecer<sup>13</sup>, ou não, da comunicação.

Entendemos que o conceito de memória organizacional possa assumir outras potencialidades latentes, e seja (re)pensado, apreendido e problematizado sob dimensões políticas, éticas e estéticas. Afinal, a memória organizacional, associada à comunicação, enquanto promotora de produtos, ou melhor, de narrativas, necessita considerar que “[...] as inter-relações entre comunicação, estética e política devem privilegiar o questionamento da distribuição de ordens do visível, do audível e do comunicável [...]” (MARQUES, 2011, p. 14). A interface memória e comunicação, portanto, pode ser pensada e desenvolvida para além das possíveis intenções de transmissão e divulgação, com propósito de legitimação, pois a comunicação, nas organizações, necessita ponderar que:

Entre a estética e a política, a comunicação assume o papel de colocar em evidência a experiência cotidiana dos sujeitos, que emerge no contato situado com o outro, [...] do conhecimento conflituoso da alteridade. A comunicação, enquanto processo relacional e prática reflexiva, é a chave que permite uma reconfiguração do “comum” entre os sujeitos (dimensão estética) [...] (MARQUES, 2011, p. 13, grifo original).

---

<sup>12</sup> À luz da filosofia bergsoniana, propomos a compreensão de “processo vital da comunicação” (ANDREONI, 2018), enquanto um movimento contínuo e indeterminado na experiência da alteridade, pela onipresença da memória. Trata-se da articulação de dimensões físicas e metafísicas, que se unificam pela experiência do Eu/Outro [no Mundo], da tensão do tempo no espaço.

<sup>13</sup> A noção de Acontecimento é incorporada no sentido deleuzeano, sobre o qual Marcondes Filho (2004) buscou subsídios para o desenvolvimento do conceito de Acontecimento Comunicacional, como um incorpóreo que afeta o sujeito, transformando-o. O Acontecimento pressupõe ruptura, intensidade à criação, é potência de atualização de singularidades virtuais, “[...] seu tempo não é nunca o presente que os efetua e os faz existir, mas o Aion ilimitado, o Infinitivo em que eles subsistem e insistem” (DELEUZE, 2015, p. 35).

Conforme expõe a autora, não se trata de valer-se de dimensões afetivas, propiciadas por lembranças pessoais, como recursos às práticas objetivas por eficiência e qualidade da gestão. Mas de incorporar tais sensibilidades, compreendendo que elas integram o cotidiano, perfazem o “comum” organizacional. Portanto fazem parte do processo comunicacional e do Acontecer da comunicação, diferente do sentido instrumental, que aborda a memória como um recurso para facilitar a comunicação, desconsiderando as (inter)subjetividades e as indeterminações, influenciadas pela memória, enquanto temporalidade.

Ao invés de focarmos em produtos de memória, almejando, pretensamente, a homogeneização de significações, propomos que a memória seja fonte para repensarmos a diferença e a criação no processo e no Acontecimento comunicacional. Sob essa perspectiva, a memória não se limita as reminiscências (re)construídas do passado, mas vibra enquanto temporalidade onipresente, potência virtual, geradora de indeterminação, se atualizando nos entremeios das relações. (Re)Considerar a memória na comunicação é ponderar, ou melhor, se abrir à espontaneidade da memória, como a indeterminação que se apresenta no intervalo *entre* Eu e o Outro, no (re)tecer das intersubjetividades.

A intenção é (re)pensar a interface memória e comunicação para além de uma perspectiva mecanicista, buscando abordar a memória como dimensão que nos possibilite uma via de compreensão sobre a comunicação, propriamente dita, enquanto algo indeterminado, estético e relacional. Acreditamos que um dos caminhos possíveis é compreender a comunicação sob uma abordagem filosófica, aproximando o conceito de memória, e correlacionados – como percepção, afecção, virtualidade, atualização, impulso vital, entre outros – a partir da filosofia de Henri Bergson (1859 – 1941) e seus sucessores, como Gilles Deleuze (1925-1995). Acreditamos que este é um caminho profícuo, no qual a memória possa assumir dimensões que contribua para os estudos de Comunicação Organizacional, para além das premissas instrumentais e operacionais.

## Referências

ANDREONI, Renata. 2018. *Interface memória e comunicação da práxis ao ontológico: um (re)dimensionar da memória na comunicação a partir do contexto organizacional*. 2018. 260 f. Tese (Doutorado em Comunicação Social) – Escola de Comunicação, Arte e Design da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2018.

AUGÈ, Marc. *Por uma antropologia da mobilidade*. Maceió: Editora Unesp/UFAL, 2010.

BIGHETTI, Wanessa Valeze Ferrari. Memória Organizacional e o consumo dos jovens: pistas sobre um relacionamento em construção. INTERCOM, 26, 2016, São Paulo, *Anais...*, 2016, p. 1-15. Disponível em: <[http://portalintercom.org.br/anais/nacional2016/lista\\_area\\_DT3-CO.htm](http://portalintercom.org.br/anais/nacional2016/lista_area_DT3-CO.htm)>. Acesso em: 4 jan. 2018.

BORBA, Eduardo. A comunicação organizacional e a memória das universidades comunitárias: o cinquentenário da Universidade de Caxias do Sul. INTERCOM, 28, 2018, Joenvile/SC, *Anais...*, 2018, p. 1-15. Disponível em: <<http://portalintercom.org.br/anais/nacional2018/resumos/R13-0276-1.pdf>>. Acesso em: 20 jan. 2019.

CANDAU, Joël. *Memória e Identidade*. São Paulo: Contexto, 2014.

CARDOSO, Anita. Narrativas que constroem organizações: caso BNDES e VALE. ABRAPCORP, VIII, 2014, Londrina/PR, *Anais...* 2017. Disponível em: <<http://ebooks.pucrs.br/edipucrs/acessolivre/anais/abrapcorp/assets/edicoes/2017/comp-lista-docs.html>> Acesso em: 29 jan. 2019. (Epub)

CUNHA, Antônio G. da. *Dicionário etimológico da língua portuguesa*. 4. ed. Rio de Janeiro: Lexikon, 2010.

FOUCAULT, Michel. *A arqueologia do saber*. 3. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1987.

CRUZ, Lucia Santa. Memória e comunicação organizacional no Brasil: interfaces. *Organicom*, São Paulo, v. 11, n. 20, p. 177-188, 2014a. Disponível em: <<http://www.revistaorganicom.org.br/sistema/index.php/organicom/article/view/699/549>>. Acesso em: 10 jun. 2015.

\_\_\_\_\_. Inventários: o lugar da memória organizacional na pesquisa em Comunicação no Brasil. Congresso Internacional em Comunicação e Consumo, 4, 2014, São Paulo. *Anais...*, 2014b. Disponível em: <[http://www.espm.br/download/Anais\\_Comunicon\\_2014/links/GT07.html](http://www.espm.br/download/Anais_Comunicon_2014/links/GT07.html)>. Acesso em: 10 jun. 2015.

\_\_\_\_\_. Estado da arte da pesquisa brasileira em comunicação sobre memória organizacional. *Comunicologia*, Brasília, v. 6, n. 2, p. 113-144, jan./jul. 2013. Disponível em: <<https://portalrevistas.ucb.br/index.php/RCEUCB/article/view/5282>>. Acesso em: 10 jun. 2015.

\_\_\_\_\_. Memória Organizacional, narrativa de uma experiência bem-sucedida ao longo do tempo. *Organicom*, São Paulo, v. 11, n. 20, p. 149-156, 2014, Disponível em: <<file:///C:/Documents%20and%20Settings/HOME/Meus%20documentos/Downloads/696-1922-1-PB.pdf>>. Acesso em: set. 2014.

DELEUZE, Gilles. *Lógica do Sentido*. 5. ed. São Paulo: Perspectiva, 2015.

HALL, Stuart. Quem precisa da identidade? In: SILVA, Tomaz Tadeu. *Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais*. Petrópolis: Vozes, 2000.

HUYSSSEN, Andreas. *Seduzidos pela memória*. Rio de Janeiro: Aeroplano, 2000.

LIPOVETSKY, Gilles. *Tempos Hipermodernos*. São Paulo. Barcarolla, 2004.

MAIA, Diego P., MÜLLER, Karla M. Os Heróis da Memória Organizacional. ABRAPCORP, XI, 2017, Minas Gerais, *Anais...* 2017, p. 1-17. Disponível em: <<http://ebooks.pucrs.br/edipucrs/acessolivre/anais/abrapcorp/assets/edicoes/2017/comp-lista-docs.html>> Acesso em: 29 jan. 2019.

MARQUES, Ângela C. S. Relações entre comunicação, estética e política: uma abordagem pragmática. *Compós*, 20, 2011, Porto Alegre. *Anais...*, 2011. Disponível em: <[http://www.compos.org.br/anais\\_texto\\_por\\_gt.php?idEncontro=MjA=>](http://www.compos.org.br/anais_texto_por_gt.php?idEncontro=MjA=>)>. Acesso em: 13 out. 2017.

MELLO, Flávia Barroso de. Reforma urbana do Porto Maravilha: memória e identidade nas narrativas para a construção da “marca Rio”. In: INTERCOM, 27, 2017, Curitiba, *Anais...*, 2017, p. 1-15. Disponível em: <[http://portalintercom.org.br/anais/nacional2017/lista\\_area\\_DT3-CO.htm](http://portalintercom.org.br/anais/nacional2017/lista_area_DT3-CO.htm)>. Acesso em: 4 jan. 2018.

\_\_\_\_\_.; FORTUNA, Vania O. Porto Maravilha: Memória nos Discursos da “Marca Rio”. ABRAPCORP, XI, 2017, Minas Gerais, *Anais...* 2017, p. 1-16. Disponível em:<<http://ebooks.pucrs.br/edipucrs/acessolivre/anais/abrapcorp/assets/edicoes/2017/comp-lista-docs.html>> Acesso em: 29 jan. 2019.

MICHEL, Margareth O. de; MICHEL, Jerusa O. de; PORCIÚNCULA, Cristina G. da. A memória organizacional – um estudo sobre vários enfoques: Estudo de caso – Farmácia Natura e o Museu Farmacêutico Moura em Pelotas. INTERCOM, 25, 2015, Rio de Janeiro, *Anais...*, 2015, p. 1-15. Disponível em: <[http://portalintercom.org.br/anais/nacional2015/lista\\_area\\_DT3-CO.htm](http://portalintercom.org.br/anais/nacional2015/lista_area_DT3-CO.htm)>. Acesso em: 4 jan. 2018.

NASSAR, Paulo. (Org.). *Memória de Empresa: História e Comunicação de mãos dadas, a construir o futuro das organizações*. São Paulo: Aberje, 2004.

RIBEIRO, Emiliana P. Narrativas da Experiência na Comunicação Organizacional. ABRAPCORP, XI, 2017, Minas Gerais, *Anais...* 2017, p. 1-15. Disponível em:<<http://ebooks.pucrs.br/edipucrs/acessolivre/anais/abrapcorp/assets/edicoes/2017/comp-lista-docs.html>> Acesso em: 29 jan. 2019.

RICOEUR, Paul. *A memória, a história, e o esquecimento*. Campinas: Unicamp, 2007.

SCROFERNEKER, Cleusa M. A.; AMORIM, Lidiane; FLORCZAK, Rosângela. Diálogo e vínculo: contribuições para a lugarização de perspectivas complexas nas organizações. *Revista Famecos*, Porto Alegre, v. 23, n. 3, p. 1-14, set./nov./dez. 2016.

SEIBT, Daniela. Discurso e Comunicação de Memória nas Organizações: o espaço Memória Banrisul como cena de enunciação das memória institucional. In: INTERCOM, 27, 2017, Curitiba, *Anais...*, 2017, p. 1-16. Disponível em: <[http://portalintercom.org.br/anais/nacional2017/lista\\_area\\_DT3-CO.htm](http://portalintercom.org.br/anais/nacional2017/lista_area_DT3-CO.htm)>. Acesso em: 04 jan. 2018.

SODRÉ, Muniz. *As Estratégias Sensíveis: mídia e política*. Petrópolis: Vozes, 2006.

ZIMERMAN, David E. *Os quatro vínculos: amor, ódio, conhecimento, reconhecimento na psicanálise e em nossas vidas*. Porto Alegre: Artmed, 2010.