

**MIUSE**  
MUSEUMS & EXPOS

| LIVING **CULTURE** |  
MEMÓRIA EMPRESARIAL

LIVING CULTURE  
MEMÓRIA EMPRESARIAL



PRESERVAR OS VALORES ESTRATÉGICOS DA SUA EMPRESA COM VISTA À SALVAGUARDA E DIVULGAÇÃO DA HISTÓRIA, POSICIONAMENTO E ESFORÇO NA CONSOLIDAÇÃO DA SUA IMAGEM INSTITUCIONAL.

É o desafio que temos para si ...

**MEMÓRIA EMPRESARIAL**





## O QUE É MEMÓRIA EMPRESARIAL?

A memória empresarial tem como objetivo principal a transformação de narrativas, a recolha e análise de documentos e de objetos, de colaboradores e fundadores da instituição, em ferramentas de conhecimento e comunicação para a valorização da identidade da empresa.

Concretiza-se no desenvolvimento de projetos culturais e patrimoniais fortemente alavancados na memória das empresas e suas evidências, materiais e imateriais, como estímulo à inovação e ao reforço corporativo.

Baseia-se no levantamento histórico através do desenvolvimento de um modelo permanente de registo e posterior comunicação. A história empresarial é interpretada como um marco referencial a partir do qual as pessoas redescobrem valores e experiências, reforçam vínculos presentes, criam empatia com a trajetória da empresa e podem refletir sobre as expectativas dos planos futuros.

Actua como uma materialização da história e valores da marca tanto para um público interno de colaboradores, funcionários e fornecedores, como para os públicos externos de clientes e *opinion makers*, colaborando, em ambos os casos, para o reforço do posicionamento e imagem institucional.

Regista e conta o que a empresa foi, como progrediu, qual foi o relacionamento histórico desenvolvido entre os líderes e os seus funcionários, que normas nortearam as relações com clientes ou fornecedores, como é que os produtos e serviços foram sendo absorvidos pela comunidade. A organização da história de uma empresa é criada a partir da pesquisa documental, oral e iconográfica, que resulta em diferentes produtos históricos e comunicacionais.

Para desenvolver corretamente essa estratégia de memória empresarial, os serviços da MUSE definem previamente todo o processo de levantamento e implementação do projecto, de acordo com os objetivos das empresas.



## PARA QUÊ CONTAR?

A memória empresarial é uma ferramenta da comunicação corporativa que visa a valorização do capital de conhecimento gerado pelas empresas na sociedade e o aprimoramento de marcas com relevância histórica e identitária.

O modelo de memória na empresa surge como agente catalisador no apoio aos negócios, elemento de coesão entre responsabilidade social e história. Ao contar sua história, uma empresa produz e partilha conhecimento sobre si mesma, criando valor na transmissão da sua missão, visão e valores, colocando em evidência a relação da empresa e a marca, com a história do país e das regiões em que opera.

Uma ferramenta estratégica que ajuda a contar a história da empresa, através de múltiplas narrativas, aberta à participação de todos os agentes internos e externos que fizeram parte do seu tecido de relações e contatos.

A percepção da necessidade de organizar os fatos relevantes que fizeram com que uma determinada empresa atingisse o patamar em que se encontra, configura na maior parte das vezes um ato simbólico de natureza celebrativa, mas o trabalho da memória, a sua reconstrução sistemática leva-nos sempre mais longe e tem um caráter projetivo.

As diferentes abordagens conceituais da marca que devidamente analisadas, estudadas e expostas ou comunicadas poderão contribuir para gerar uma maior rentabilidade e competitividade da empresa.

Criam-se produtos e serviços, dialogando com o campo da gestão do conhecimento, da comunicação e da cultura organizacional.

## FERRAMENTA ESTRATÉGICA DE RELACIONAMENTO

PRETENDEMOS ...  
AGREGAR VALOR AO  
NEGÓCIO E À MARCA  
MAXIMIZAÇÃO DE  
RESULTADOS

### OBJECTIVOS:

- Fortalecer a identidade institucional;
- Preservar e valorizar a história da organização;
- Consolidar os valores, missão e responsabilidade social corporativa;
- Otimizar informação para definir estratégias de desenvolvimento institucional;
- Lembrar e Interpretar o seu percurso e posicionamento junto da comunidade e públicos estratégicos;
- Contribuir e enaltecer o contributo dos colaboradores que integram a história da instituição;
- Partilha e conhecimento de uma narrativa coletiva enquanto estímulo à produtividade e criatividade.



## COMO CONTAR A MEMÓRIA EMPRESARIAL?

Valorizar, preservar e organizar as raízes históricas de uma empresa torna-se estrategicamente mais importante a cada dia. Para posicionar conceptualmente de forma correta um projecto de memória empresarial, de acordo com uma estratégia concertada, o seu levantamento e implementação deverão ser previamente definidos de acordo com três fases:

1. **SENSIBILIZAÇÃO:** divulgação do início dos trabalhos de recuperação histórica;
2. **INCENTIVO:** estímulo à participação dos profissionais;
3. **SUSTENTAÇÃO:** apresentação dos primeiros resultados e informação da continuidade do projecto.

A estratégia de memória empresarial proposta pela MUSE, tem um valor que ultrapassa a componente comunicacional e de marketing. A estratégia proposta visa cumprir uma função de salvaguarda e preservação do património empresarial, organização e interpretação histórica da instituição, analisando o seu papel no desenvolvimento do país e sociedade, sendo assim um projecto multidisciplinar de gestão do conhecimento, numa abordagem de novos processo de construção, reconstituição e afirmação de identidade.

A MUSE propõe o desenvolvimento desta memória através de um alargado processo de recolha e tratamento de dados, informação e depoimentos, quer de funcionários, quer de clientes, gestores ou outros atores sociais importantes na trajetória histórica da empresa.

O levantamento, tratamento e comunicação desses dados permitirão preservar a memória, mas também, e acima de tudo, interpretar de que forma o legado patrimonial da empresa ajuda a contextualizar e dar resposta aos desafios e planeamento estratégico futuro.

Delineamos projetos que dêem resposta aos objetivos e modelos de atuação das empresas e que contribuem para um reforço do posicionamento da marca a nível nacional e internacional, bem como para a valorização dos investimentos.

## Ferramenta estratégica de relacionamento

Pretendemos ...

Agregar valor ao negócio e à marca

Maximização de resultados

O desenvolvimento de um trabalho de memória corporativa precisa estar alinhado aos objetivos de marketing e comunicação estratégica:

- Ações Institucionais
- Ações de RH/Endomarketing
- Ações de Comunicação Externa
- Ações de Marketing





## COMO PRESERVAR A MEMÓRIA DA EMPRESA?

Com o desenvolvimento das redes sociais e a consolidação da comunicação como uma interface entre os públicos e as grandes empresas, a reputação tornou-se extremamente associada ao conceito de memória. Quando bem utilizada, a memória empresarial pode se converter em um instrumento que aproxima o público interno do externo, sendo tal processo liderado pela comunicação corporativa.

Pretende-se divulgar a memória e história da empresa no âmbito da comunicação empresarial transformando o conteúdo histórico em um produto comunicacional. A memória institucional é uma estratégia ao serviço da comunicação organizacional ao permitir que a empresa se dirija aos seus públicos de interesse e construa novos relacionamentos.

Os colaboradores participam da construção da memória empresarial com a doação espontânea de documentos e depoimentos orais. Estes são fundamentais para recuperar histórias que não estão nos documentos, pois auxiliam na percepção de pertença em relação à empresa e gostam de se sentir como agentes na construção da memória.

**WEB/MULTIMÉDIA**

**MUSEU/ EXPOSIÇÃO/ CENTRO  
DE INTERPRETAÇÃO**

**PUBLICAÇÕES INSTITUCIONAIS**



## WEB/MULTIMÉDIA

- MUSEU VIRTUAL- SITE
- VÍDEOS PROMOCIONAIS
- PRODUÇÃO DE DOCUMENTÁRIO HISTÓRICO BASEADO NO CONCEITO DE STORYTELLING
- INFORMAÇÃO HISTÓRICA PARA SITE INSTITUCIONAL
- INTRANET (OU PORTAL)
- REDES SOCIAIS
- CONSTITUIÇÃO DE BANCO DE DADOS PARA DIGITALIZAÇÃO E INVENTÁRIO DE ACERVO

No âmbito da multimédia pretende-se explorar e desenvolver diferentes suportes audiovisuais institucionais e promocionais vinculados à investigação produzida no âmbito da memória empresarial.

Tem como objetivo disseminar a história da instituição, consolidando o carácter indispensável e de credibilidade junto dos públicos interno e externo.

Versam a história e narrativas da instituição, dos seus fundadores, colaboradores e o próprio sector económico, versando diferentes abordagens conceptuais, nomeadamente a identificação de temáticas, marcas ou cronologia histórica institucional. Podem ter como público alvo os funcionários – neste caso veiculados nos meios internos de comunicação – ou clientes, parceiros e fornecedores.

Revelam-se ferramentas estratégicas amplamente utilizadas para a divulgação das ações, suas histórias e seus produtos e serviços.

## MUSEU/ EXPOSIÇÃO/ CENTRO DE INTERPRETAÇÃO/

- MUSEU EMPRESARIAL
- EXPOSIÇÃO TEMÁTICA TEMPORÁRIA E/OU ITINERANTE
- EVENTO COMEMORATIVO

O Projecto de memória empresarial versa igualmente a criação de museus empresariais e exposições aliados aos mais modernos conceitos de museologia, museografia, arquitectura e design de comunicação, possibilitando ambientes inovadores, interactivos e estimulantes aos vários tipos de públicos.

Dão igualmente suporte a ações de responsabilidade social envolvendo uma programação direccionada para atividades culturais e educativas.

Estes espaços permitem dar continuidade ao projecto de memória empresarial nas suas diversas componentes: investigação, estudo e documentação de coleções, constituição de arquivos, divulgação de produtos e serviços e ativação de marcas.

Embora os objetivos do museu de empresa não são projetados para substituir vendas, marketing ou funções regulares de campanhas, eles devem, no entanto, tirar proveito das suas exposições, na perspectiva de contar histórias para construir e fortalecer as suas marcas para facilitar as realizações das missões e objetivos corporativos.

Este eixo de ação pretende demonstrar a importância de criar programas museológicos consistentes e sustentáveis, assentes em formas avançadas de pesquisa e em procedimentos técnicos rigorosos que permitam não só preservar e comunicar esse capital empresarial como gerar valor para as marcas e servir de modelo para futuras gerações de empreendedores.



## PUBLICAÇÕES INSTITUCIONAIS

Com vista ao fortalecimento da marca e empresa no mercado e sector económico, as publicações contemplam os mais importantes marcos de inflexão da história da instituição e as suas inter-relações com o contexto histórico mais amplo.

Podem versar os mais variados temas institucionais e revelam-se um dos produtos comunicacionais mais relevantes para a materialização de um projecto de memória empresarial.

Algumas das informações provenientes da pesquisa histórica, a fim de reunir dados para a elaboração de publicações institucionais, também podem ser utilizadas e reinterpretadas em relatórios internos.

Os relatórios internos têm como objetivo orientar os gestores sobre aspectos particulares da evolução da empresa, bem como facultar a análise dos seus colaboradores sobre essa mesma evolução e posicionamento.

Por outro lado, poderá ser considerado a criação de um Centro de Documentação e Memória que desenvolve o trabalho de preservação da memória empresarial, sendo responsável pela salvaguarda contínua e constituição de arquivos documentais históricos, tem como foco a gestão, organização, preservação e a disponibilização de informações que expressam a evolução histórica da empresa, de suas marcas e do sector em que atua, desde sua origem até os dias atuais.



# MEMÓRIA EMPRESARIAL

**Aliada à  
Estratégia  
Corporativa**

**Como pretende contar  
a história da sua  
empresa?**

**CRIE O SEU  
PROJECTO**



**LONDRES | BARCELONA | LISBOA | SÃO PAULO**  
**LUANDA | MILÃO**

Av. do Atlântico, Centro de Escritórios Panoramic n.º16  
Escritório 8.04. 1990-019 Lisboa Portugal

T +351 21 099 45 77 | E [info@muse.com.pt](mailto:info@muse.com.pt) | W [www.muse.com.pt](http://www.muse.com.pt)