



RAE - Revista de Administração de Empresas
ISSN: 0034-7590
rae@fgv.br
Fundação Getulio Vargas
Brasil

Nassar, Paulo
MEMÓRIA E RESPONSABILIDADE HISTÓRICA
RAE - Revista de Administração de Empresas, vol. 52, núm. 3, mayo-junio, 2012, p. 368
Fundação Getulio Vargas
São Paulo, Brasil

Disponível em: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=155123667008>

- Como citar este artigo
- Número completo
- Mais artigos
- Home da revista no Redalyc

MEMÓRIA E RESPONSABILIDADE HISTÓRICA

A compreensão, pelos gestores de uma organização, de seu papel histórico na sociedade e diante de seus integrantes é o que se denomina responsabilidade histórica. O conceito leva em conta as responsabilidades comercial, legal, ambiental, cultural, social e política num contexto sistêmico, relacionado às atividades humanas. Para a empresa responder à sociedade com legitimidade, é preciso que seja vista tendo por base uma

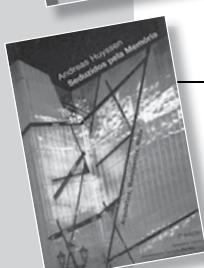
linha do tempo, na qual se possa fazer uma análise atitudinal e se perceba a energia dinâmica que transita entre passado e futuro, que permite entender o presente e inferir quais impactos serão gerados. As indicações de leitura são de **Paulo Nassar** (professor da ECA-USP e presidente da Aberje), pioneiro na inserção da história nos planejamentos e ações de Comunicação Empresarial, tendo cunhado o termo em sua tese de doutorado.



HISTÓRIA E MEMÓRIA. *Jacques Le Goff.* Campinas: Unicamp, 2003. 541 p. O historiador francês Le Goff aborda cinco problemas no conceito de história: a) relação da história objetiva com a história vivida; b) relação com o tempo natural, cronológico e cíclico; c) dialética da história resumida na oposição passado/presente; d) relação com o futuro; e) relação com outras ciências. Sua argumentação sobre os termos antigo/moderno, passado/presente e progresso/reAÇÃO é importante para aprofundar o assunto para posterior interface com o campo dos estudos organizacionais.



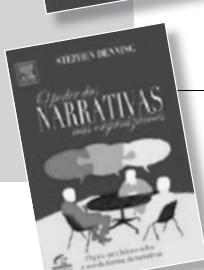
MEMÓRIA E SOCIEDADE: lembrança de velhos. *Ecléa Bosi.* São Paulo: Companhia das Letras, 1994. 484 p. A psicóloga e professora da USP Ecléa Bosi expande a reflexão sobre as memórias e traz frescor para falar do vivido baseando-se no depoimento de oito entrevistados idosos. Defende que, na maior parte das vezes, lembrar não é reviver, mas refazer e repensar experiências do passado com imagens e ideias de hoje. Enfatiza a polifonia de vozes contra a prevalência da "história dos vencedores". Aborda estudos fundamentais como Maurice Halbwachs e Henry Bergson.



SEDUZIDOS PELA MEMÓRIA: arquitetura, monumentos, mídia. *Andreas Huyssen.* Rio de Janeiro: Aeroplano, 2000. 116 p. O autor identifica, no final do século XX, fenômenos associados às atuais práticas de memória. É uma seleção de textos que propõe uma transição dos "futuros presentes" em direção a certos "passados presentes" – vista na restauração de centros urbanos, na explosão da moda retrô, no comércio da nostalgia e na automusealização por meio das videocams. É o passado vendido mais que o futuro, com uma evidente obsessão com a re-representação (os remakes).



MEMÓRIA DE EMPRESA: história e comunicação de mãos dadas, a construir o futuro das organizações. *Paulo Nassar (Org).* São Paulo: Aberje, 2004. 126 p. A obra agrupa 12 artigos que discutem o uso estratégico da memória na comunicação organizacional, com conceitos, reflexões e experiências de interfaces com produção de conhecimento, construção de identidade e responsabilidade histórica. A diversidade de origem dos articulistas é uma das vantagens de leitura, com relatos de instituições como Museu da Pessoa, BNDES, Pfizer Brasil, Fundação Belgo, Petrobras, CBBM, Souza Cruz, Eletrobrás e Ultragaz, além de textos de pesquisadores e historiadores.



O PODER DAS NARRATIVAS NAS ORGANIZAÇÕES: o guia para líderes sobre o uso da técnica de narrativas. *Stephen Denning.* Rio de Janeiro: Elsevier, 2006. 329 p. O autor propõe o exercício da liderança nas organizações por meio de histórias. Com grande variedade de exemplos, o livro mostra como a habilidade de contar histórias é uma das melhores maneiras de lidar com desafios como promover a ação, estimular as pessoas a trabalhar em conjunto e liderar em direção ao futuro. Dá os primeiros passos no storytelling, tema em expansão em tempo de sobrecarga informativa e atenção pulverizada.