



Recuperação e preservação da memória institucional: a retomada dos 50 anos de história do Instituto de Arte e Comunicação Social da Universidade Federal Fluminense e o resgate de sua identidade por meio da comunicação

Flávia Clemente de Souza¹

Universidade Federal Fluminense

Resumo: Este artigo reflete os resultados de pesquisa desenvolvida ao longo dos anos de 2017 e 2018, a qual teve por meta empreender um levantamento de dados em campo, em formato de entrevistas etnográficas e pesquisas em arquivos institucionais da UFF, de forma a reunir dados e informações verificadas sobre a história do Instituto de Arte e Comunicação Social, que em 2018 comemora 50 anos de sua criação. A pesquisa contou com a catalogação de materiais gráficos impressos, sonoros e audiovisuais que foram produzidos no decorrer desta história. A hipótese seguida é de que a recuperação e preservação da memória institucional fortalece a instituição e serve não somente como demarcação do passado, mas também para referenciar o presente e contribuir para nortear seus rumos futuros, por meio da (re)descoberta de sua identidade.

Palavras-chave: Comunicação Institucional; Memória Institucional; Identidade; IACS; UFF.

1. Introdução

¹ Professora do Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal Fluminense (UFF). Membro do Programa de Pós-Graduação em Mídia e Cotidiano (PPGMC). Doutora em Linguística pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ). E-mail: flaviaclemente@id.uff.br.

Em 2017, em função da proximidade dos 50 anos do Instituto de Arte e Comunicação Social (IACS) da Universidade Federal Fluminense, começamos a levantar informações e materiais sobre a inauguração e história do Instituto. Logo no começo deste trabalho, ficou evidente que não tínhamos nenhum tipo de informação acessível ou organizada. Ouvimos apenas narrativas de professores e servidores mais antigos, sem referenciais documentais e muitas vezes contraditórias, além de localizarmos poucas produções espalhadas por diversos locais e amalharmos informações desencontradas. Percebemos, desta forma, que seria fundamental criar uma maneira de conseguir reunir e sistematizar informações sobre o IACS, de forma a criar um repositório de memória.

Nos referimos ao termo memória, e não história, no sentido proposto por Maurice Halbwachs, que irá afirmar que:

[...] a memória coletiva não se confunde com a história, e que a expressão "memória histórica" não seria uma escolha muito feliz, pois associa dois termos que se opõem em mais de um ponto. A história é, sem dúvida, o apanhado dos fatos que ocuparam a maior parte da memória dos homens. Mas lidos nos livros, ensinados e aprendidos nas escolas, os eventos do passado são escolhidos, aproximados e classificados, de acordo com as necessidades ou regras que não se impuseram aos homens que os guardaram consigo durante muito tempo, como depósitos vivos. (HALBWACHS, 1997:76)

Para o autor, para que a memória coletiva dos outros venha a reforçar e completar a nossa, é preciso, também, que as memórias dos grupos não sejam pontos sem referências com os eventos que constituem o passado de cada um. Halbwachs (1997) afirma que cada um de nós, em sua medida, é membro de grupos diversos, maiores ou menores. Se nos fixarmos sobre os grupos maiores, como por exemplo a nação, nossa vida e de nossos pais, parentes e amigos estariam compreendidos, nós não poderíamos definir a nação como voltada para os interesses de cada um de seus membros. A história de uma nação é diferente das lembranças dos indivíduos, mesmo que todos sejam cidadãos.

Este pressuposto norteou todo o nosso trabalho de comunicação institucional. Mais do que um resgate formal de datas históricas e nomes de pessoas influentes, partimos da perspectiva de que seria mais rico para nosso presente e para nosso futuro

trazer para o espaço institucional a respiração desta memória coletiva, fundada por muitos. Temos, como instituição, uma característica muito peculiar das organizações educacionais: enquanto alguns públicos (professores e funcionários) permanecem na instituição por muitas décadas, outros (os alunos de graduação e pós-graduação) transitam de forma temporária por este espaço, acarretando uma renovação constante de culturas, hábitos, atitudes, engajamento. São públicos muito diferenciados e devem ser tratados de formas diferenciadas também.

Para Jacques Le Goff (1996:423), os fenômenos da memória não são mais do que resultados de sistemas dinâmicos de organização e apenas existem “na medida em que a organização os mantém ou reconstitui”.

Dessa forma, podemos concluir que reconstituir a memória faz parte do processo de criação coletiva e reforça uma identidade que não pertence a somente um indivíduo, mas a um coletivo de pessoas que compartilham aquele tempo e lugar. Para concretizar essa formação de identidade que se dá pelo resgate de memórias perdidas e esparsas, este projeto irá se utilizar da escrita – se permitindo usufruir dos recursos tecnológicos atuais -, visando a recompor a unidade do IACS. Para Le Goff (1996:431), “o aparecimento da escrita está profundamente ligado a uma transformação da memória coletiva. A escrita permite à memória coletiva um duplo progresso”. O autor ressaltar que todo documento tem caráter de documento e o suporte destinado à escrita (no sentido de documentação) tem a função de arquivo e reformulação mais refinada que a oralidade. Le Goff (1996:435) irá afirmar ainda que “A memória, onde cresce a história, que por sua vez a alimenta, procura salvar o passado para servir o presente e o futuro. Devemos trabalhar de forma que a memória coletiva sirva para a libertação e não para a servidão dos homens”.

A partir desta visão teórica, somada aos autores que tratam da Comunicação Organizacional e de sua importância para a construção da imagem institucional (tais como Torquato, Kunsch, Castro Neves e Vaz), o principal objetivo da pesquisa objeto deste relato foi propiciar conteúdo para a construção de um repositório online², uma espécie de publicação comemorativa ao cinquentenário, mas que ao mesmo tempo se

² O site se encontra em desenvolvimento, com previsão de lançamento até o fim de 2018.

torne uma plataforma colaborativa e viva, de forma que a proposta de resgate da memória se transforme em um legado para o Instituto e ocorra de forma permanente.

O segundo objetivo da pesquisa foi testar e analisar a metodologia proposta, de forma a compreender tanto os processos de formação de memória coletiva quanto a constituição dos processos de comunicação institucional, a partir do engajamento crescente dos públicos relacionados ao IACS, fossem eles professores, servidores técnico-administrativos e alunos, ou egressos e demais pessoas relacionadas de alguma forma ao Instituto.

Além disso, a pesquisa teve como objetivo reconhecer de que forma é possível dinamizar e reconstituir a comunicação institucional do Instituto, de forma que sua coletividade volte a se enxergar como uma unidade. Este objetivo trata especificamente das formas de atuação da comunicação organizacional e visa a dar subsídios para formular referências a respeito deste funcionamento. Dessa forma, o projeto foi, de certa forma, o início de um percurso acadêmico voltado para a análise da relevância da constituição de memória nas instituições e sua importância para o resgate e constituição de suas identidades.

2. Metodologia

A metodologia da pesquisa desenvolvida incluiu pesquisa de gabinete, de forma a levantar documentos históricos, fotos, imagens, plantas, arquivos sonoros e audiovisuais que foram produzidos sobre a história do Instituto. Também foram feitas entrevistas gravadas e/ou filmadas pela pesquisadora e pelos alunos envolvidos no projeto, com membros da comunidade que contribuam para compreender o passado, retratar o presente ou traçar perspectivas futuras.

O mapeamento das entrevistas foi feito a partir do organograma do IACS³, incluindo como instâncias a direção, os departamentos e coordenações. O público-alvo englobou professores ativos e aposentados, servidores técnico-administrativos e alunos de graduação e pós-graduação. Após a fase de coleta, foi feita a organização do material

³ Cf.: http://iacs.sites.uff.br/wp-content/uploads/sites/226/delightful-downloads/2018/06/Organograma_IACS_REV02.pdf

em meios digitais e estruturação do conteúdo – obedecendo a critérios jornalísticos editoriais. Partimos da perspectiva de reunir a metodologia aos critérios de Jornalismo, pois seus métodos de produção são, por si, altamente especializados e sistemáticos. De acordo com Lage (2005:5):

A linguagem jornalística compreende não apenas o enunciado linguístico, mas também as expressões que o envolvem, do projeto gráfico de uma publicação às estratégias cenográficas e sons envolventes. A função dessas unidades expressivas é evidenciar e valorizar o conteúdo. Pode-se dizer que o mesmo ocorre com a própria forma do texto: ela não deve chamar a atenção para si mesma e sim para o que está sendo lido ou dito – a informação. (LAGE, 2005:5)

Após a edição, o material foi utilizado de diversas formas: de forma sistemática com postagens no Facebook do IACS, para engajar o público-alvo, em impressões (fotográficas, por exemplo, usadas para exposições), no site do Instituto⁴ e para a publicação do website online, que funcionará como uma espécie de publicação sobre o percurso dos 50 anos que poderá continuar a ser atualizado de forma colaborativa.

3. Memória coletiva e construção de identidade

Criado em 15 de março de 1968, o Instituto de Arte e Comunicação Social, da Universidade Federal Fluminense é composto por cinco departamentos – Arte, Ciência da Informação, Cinema, Comunicação Social e Estudos Culturais – e conta, hoje, com mais de 3,5 mil alunos, em seus cursos de graduação e pós-graduação, além de 142 professores e 60 técnicos. Sua atual sede, na rua Lara Vilela, 126, em São Domingos, carinhosamente chamada de Casarão, é tombada. A ela se somarão, em breve, as futuras instalações da unidade, em fase final de construção, no campus do Gragoatá.

A unidade conta com nove cursos de graduação: Arquivologia; Biblioteconomia; Cinema (bacharelado e licenciatura); Jornalismo; Publicidade; Arte; Produção Cultural; e Estudos de Mídia, além de seis programas de pós-graduação, em Ciência da

⁴ www.iacs.sites.uff.br

Informação; Comunicação; Cultura e Territorialidades; Estudos Contemporâneos das Artes; e Mídia e Cotidiano.

Desde o início da estruturação dos processos comunicacionais visando à comunicação dos 50 anos, ficou claro que o norte da comunicação seria o engajamento afetivo dos participantes. Em um primeiro momento (em março de 2017), buscamos compreender de que forma os públicos (stakeholders) enxergavam a comunicação do Instituto. A pesquisa, feita por uma turma de alunos de Oficina de Comunicação Institucional, com nossa orientação, contou com uma coleta de 165 questionários. O alcance foi considerado relevante, por atingir stakeholders com perfis variados, incluindo os nove cursos de graduação, além de professores e funcionários. Os resultados nortearam as primeiras mudanças a implantar.

Com relação à comunicação institucional de forma geral, as respostas obtidas apontaram para uma falta de eficácia por parte da direção do Instituto. A maior parte dos respondentes informou saber das informações relevantes sobre o IACS por meio de e-mails das chefias e coordenações. 85% dos alunos disseram tomar conhecimento da maior parte das informações por meio de amigos.

Houve críticas específicas ainda com relação ao site do Instituto, apontado como antiquado, desatualizado, sem conteúdo relevante e sem apelo. Com relação ao Facebook, muitos reclamaram da falta de informações relevantes e também da falta de atualização periódica.

Em geral, as respostas apontaram para a preferência por meios de comunicação diretos (e-mail, whatsapp, jornal interno, mural) e por transformar os veículos institucionais já existentes (site e Facebook) para ganharem forma mais dinâmica e atual:

Fig. 1

O que acha da comunicação institucional atual do Instituto de Arte e Comunicação Social?

(163 respostas)

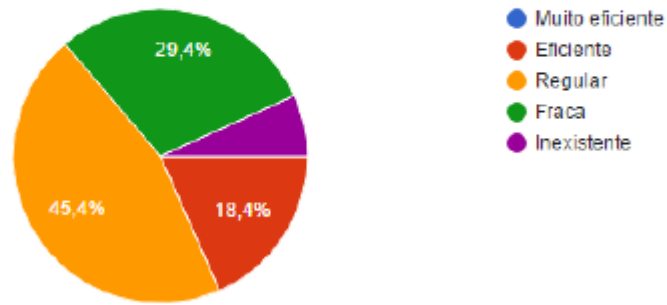


Fig.2

Com relação à página institucional do IACS (164 respostas)

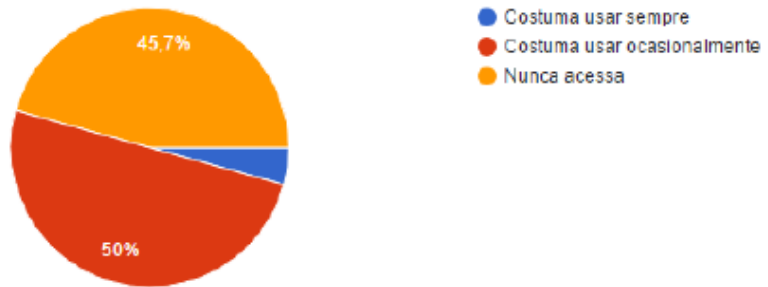
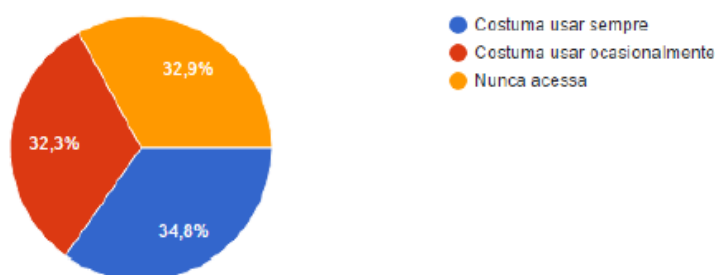


Fig. 3

Com relação ao Facebook do IACS (164 respostas)



Após estes resultados, começou o processo de engajamento dos stakeholders. Construímos uma mala-direta, por meio de listagens de e-mails, com a qual é possível falar diretamente com todos os públicos do IACS, com exceção dos egressos e aposentados, como fora sugerido na pesquisa. Outros pontos fracos sanados foram a reformulação completa do website – que passou a ser hospedado no domínio atual da UFF – com base em Wordpress e formato responsivo. O conteúdo do site também foi modificado, passando a fornecer informações relevantes, como o quadro de salas, formulários de autorizações, localização, organização do instituto, além de ser atualizado frequentemente com notícias voltadas para a comunidade. O site também passou a ser usado como um veículo catalisador para as comemorações do cinquentenário.

Com relação à página no Facebook, ficou claro que é o veículo mais propício para se comunicar com as muitas gerações de egressos, dado que a maioria não tem mais interesse em comunicações diretas ou em informações funcionais sobre a organização. Por outro lado, estes egressos são os que mais comentam e curtem as postagens no Facebook e muitos contribuíram com seus depoimentos e exposição fotográfica. Um ex-aluno, inclusive, preparou um site, denominado “Memórias do Casarão”, onde relatou seu próprio trabalho de pesquisa e organizou todo o material coletado por ele. Como uma forma de dar visibilidade a este tipo de iniciativa, nós reproduzimos seu trabalho na página do Instituto, que tem como característica trazer

não somente postagens próprias, mas também de seus stakeholders, o que dá dinâmica à página, democratiza o espaço e torna mais atraente para o público.

No entanto, ficou claro que posts com conteúdo relacionado às atividades voltadas para a comemoração dos 50 anos também atingiam alunos atuais:

Fig. 4

Novo site do Instituto de Arte e Comunicação Social

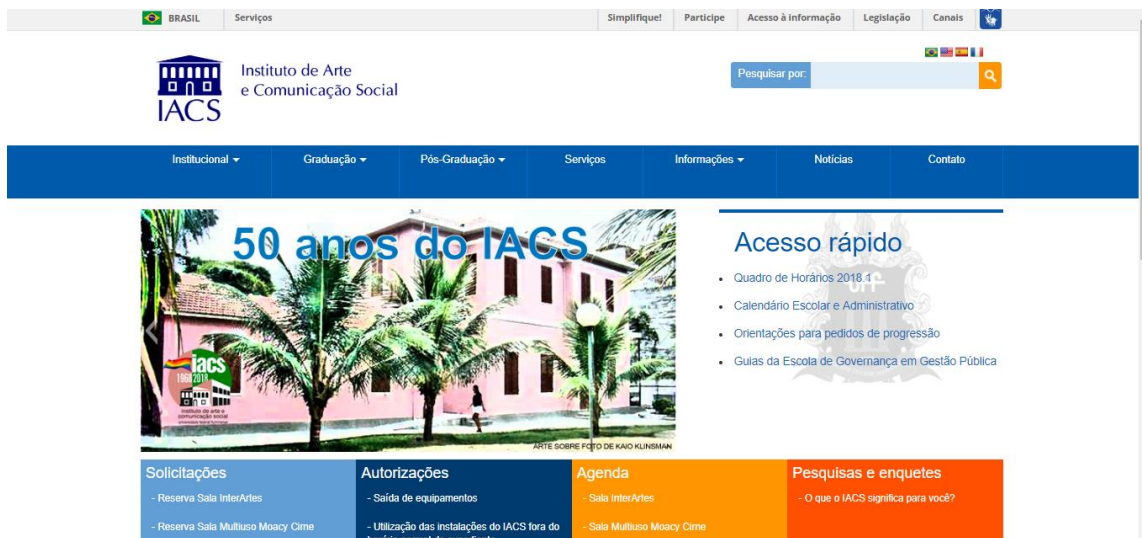


Fig. 5

Página do Facebook do Instituto de Arte e Comunicação Social



Exemplos de posts com muito engajamento demonstraram a eficácia das estratégias de comunicação, visando às comemorações dos 50 anos:

Fig. 6

Exemplo de post com aproveitamento da enquete do site



A partir da catalogação das entrevistas, produzimos diversas postagens sobre como o IACS influenciou a mudança na vida de cada um. Um dos posts com grande engajamento foi sobre o pipoqueiro que, diariamente, vende seu produto no IACS. Percebemos que as postagens afetivas sempre sobressaíram em alcance, número de comentários, curtidas e compartilhamentos, assim como as postagens com frutos e

produtos recolhidos durante a pesquisa e catalogação do acervo. O vídeo sobre a construção da Praia do IACS, por exemplo, teve mais de 800 visualizações e diversos comentários sobre aquele momento, tanto dos que estiveram presentes quanto dos que conhecem o espaço como está hoje.

Fig.7

Praia do IACS – postagem no Facebook

 **IACS - UFF** 27 de junho de 2011 · 🌐

Praia do IACS








Impulsionamento indisponível

👍❤️😱 14 10 comentários 3 compartilhamentos

👍 Curtir 💬 Comentar ➦ Compartilhar

 **Selene Ferreira** Eu lembro de quando voltamos das férias e a praia tinha "brotado" no IACS. rsrs

-  **Bianca Rangel** Quero chorar, cheguei e isso não existia mais. 😭
7 a · Curtir · Enviar mensagem
-  **Amanda Martins** (2)
7 a · Curtir · Enviar mensagem
-  **Amanda Martins** Quanto tempo tem isso??
7 a · Curtir · Enviar mensagem
-  **IACS - UFF** a praia se originou entre fevereiro-maio de 2004, mas como não foi tão cuidada as cadeiras de praia se perderam, a tinta que havia no chão sumiu completamente e hoje se encontra um imenso elefante branco no meio da praia.
7 a · Curtir  1
-  **Selene Ferreira** Eu lembro bem o susto q levamos. rrsr
7 a · Curtir · Enviar mensagem
-  **Lóri Lima** a praia agora é um mito
7 a · Curtir · Enviar mensagem
-  **Ana Clara Argento** Eric Napoli
1 a · Curtir · Enviar mensagem
-  **Tatiana Cohen Lamhut** Luana Santiago Natan Duarte Felipe Gelani Matheus Sousa Dayane Alves Vaz Marysangelina Martins Mayara Barcellos Lara Gruppi
1 a · Curtir  4
-  **Natan Duarte** MEODEOS onde eu aperto pra voltar no tempo?
1 a · Curtir  1

Este tipo de resgate passou a nortear a comunicação sobre os 50 anos. As estratégias implantadas, a partir do momento em que a comunicação institucional passou a funcionar plenamente foram: convocar os stakeholders a participarem por meio do envio de fotos, lembranças e depoimentos; suscitar memórias a partir de fragmentos de momentos da vida do Instituto; engajar os públicos a participarem das comemorações. Com estas três vertentes, foi possível alcançar um público-alvo maior do que as cerca de 3 mil pessoas estimadas como público inicial.

Um dado relevante para comprovar o acerto das estratégias comunicacionais é o aumento no número de curtidas na página do Facebook. Em fevereiro de 2017, a página

contava com 3.720 curtidas. Somente no último ano e meio, a página aumentou para 4.880. É importante observar que este dado vem somente de curtidas orgânicas, dado que, como instituição pública, o Instituto não opta pela política do Facebook de utilizar recursos pagos para aumentar o alcance de suas postagens.

A comunicação visual do projeto também ganhou mais corpo a partir dessas percepções, caminhando para algo mais orgânico e diverso, de forma que a cultura e a identidade do Instituto prevaleçam com relação à formalidade da data. Ficou claro para nós que, mais do que uma organização histórica do acervo e dos dados do nascimento e momentos marcantes do Instituto, todos querem participar coletivamente da construção desta memória institucional, dando sua contribuição individual para formar o todo que constitui o Instituto.

Dessa forma, como uma maneira de reforçar a importância desta característica de envolvimento afetivo dos nossos públicos com o Instituto e também como uma maneira de ressaltar e valorizar a importância dada à diversidade pelo IACS, optamos por realizar uma chamada para uma mostra fotográfica – cujo tema foi memória e diversidade – que despertou no público a vontade de participar com suas contribuições. A exposição foi colocada nas paredes do Instituto, sediado em um antigo prédio escolar, o qual é tratado carinhosamente por todos como Casarão. Além disso, ficou idealizado um evento, a ocorrer em setembro, cuja temática será diversidade e memória, na perspectiva de reunir os aspectos que fundaram o nascimento da instituição, na ebulição dos anos 1968, ao mesmo tempo em que havia um pesado fardo político, acarretado pela ditadura, com os dias atuais, quando novamente vivemos um momento político complexo e, simultaneamente, festejamos a diversidade e a liberdade de expressão. O IACS, cujo curso de Comunicação foi fundado por Nelson Pereira dos Santos, em setembro daquele ano, tem sua existência perpassada por estes atravessamentos políticos e sociais que pontuaram as últimas cinco décadas.

Dessa forma, a partir dos aprendizados ao longo do ano, na implantação do projeto e na análise de seu desempenho a cada etapa, optamos por realizar uma retrospectiva dos 50 anos resgatando os momentos relevantes para cada um que fez parte da construção desta história. Esta construção culmina em setembro, quando se

comemoram os 50 anos do IACS, e vai ao encontro dos pilares que norteiam o Instituto desde sua fundação, em 1968: a liberdade e a diversidade.

Referências

BRAGA, Elisabeth dos Santos. **A constituição social da memória: uma perspectiva histórico cultural**. Ijuí, Rio Grande do Sul: Ed UNIJUÍ, 2000.

BURKE, Peter (org.). **A escrita da história: novas perspectivas**. São Paulo: Editora UNESP, 1992.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede – a era da informação: economia, sociedade e cultura**. 4 ed. Rio de Janeiro: Editora Paz e Terra, 2000.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. 10 ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2005.

HALBWACHS, M., **La Mémoire collective**, Edition critique établie por Gérard Namer, 1997, (1ª ed. 1950), Presse Universitaire de France

KUNSCH, M.M.K (org.), **Obtendo resultados com relações públicas**, São Paulo: Pioneira, 1997.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. **Planejamento de relações públicas na comunicação integrada**. 4. ed. rev., atual. e ampl. São Paulo: Summus, 2003. (Novas buscas em comunicação,69).

LAGE, Nilson. **Teoria e técnica do texto jornalístico**, 4a edição, Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

LE GOFF, J. **História e Memória**, 4ª ed., Editora da Unicamp, Campinas, SP: 1996. (original de 1990)

NOVAES, Washington. **A quem pertence a informação?** 2a ed., Petrópolis: Vozes, 1996.

PINKER, S. **Como a mente funciona**, 2ª ed., Cia das Letras, RJ: 1999.

RABAÇA, C.A. e BARBOSA, G.G. **Dicionário de Comunicação**, 4ª ed., Rio de Janeiro: Elsevier, 2001.

SANCHES, Edmilson. **Comunicação interna: produtos e processos, meios e mensagens para a gestão de seres humanos nas organizações**. Imperatriz: Edições Humanamente, 1999.

SANTOS, Myriam Sepúlveda dos. **Memória Coletiva e Teoria Social**. São Paulo: Annablume, 2003.

TEDESCO, João Carlos. **Nas cercanias da memória: temporalidade, experiência e narração**. Passo Fundo: UPF; Caxias do Sul: EDUCS, 2004.

TORQUATO, G. **Cultura, Poder, Comunicação e Imagem: fundamentos da nova empresa**, São Paulo: Pioneira, 1992 (4ª reimpressão).

TORQUATO, Gaudêncio, **Tratado de Comunicação Organizacional e Política**. São Paulo, Pioneira Thomson Learning, 2002.

TORQUATO, Gaudêncio. **Comunicação empresarial / Comunicação Institucional – conceitos, estratégias, sistemas, estrutura, planejamento e técnicas**. São Paulo: Summus, 1986.

TORQUATO, Gaudêncio. **Jornalismo empresarial: teoria e prática**. São Paulo, Summus, 1987. 3ª ed.

VAZ, Gil Nuno, **Marketing Institucional: o mercado de idéias e de imagens**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2003.

ZELIZER, Barbie. **Covering the body: the Kennedy assassination, the media, and the shaping of collective memory**. Chicago & London: University of Chicago Press, 1992. 299p Cap. 1: Introduction: narrative, collective memory and journalistic authority. p. 1-13. Traduzido para o português por MTGF de Albuquerque. Rev. técn. de A. de Albuquerque.