

Memória e práticas de preservação do patrimônio Histórico-Cultural em empresas privadas no Rio Grande do Sul

Memory and practices for preservation of the Cultural-Historical heritage in private companies in Rio Grande do Sul

Fernanda Ott

Mestranda, PPGH-UFRGS

Fernanda_ott@yahoo.es

Resumo: O estudo trata da implantação de centros de documentação em empresas privadas no Rio Grande do Sul, abordando aspectos das mudanças organizacionais que propiciaram a construção de memórias por meio das práticas de patrimonialização de acervos. Propõe-se contemplar o segmento da indústria com o estudo de caso dos centros de documentação empresarial do Grupo Gerdau e do Grupo Coca-Cola Vonpar. Tomar-se-á como foco a memória que estes centros de documentação pretendem construir acerca da história destas empresas, traçando um panorama inicial sobre as práticas de patrimonialização e como a memória empresarial auxilia na formalização das identidades corporativas.

Palavras-chave: Centros de Documentação, Memória, Identidade e Patrimônio Histórico-Cultural.

Abstract: The study deals with the establishment of documentation centers in private companies in Rio Grande do Sul, covering aspects of the organizational changes that enabled the construction of memories through the practices of collections patrimonialization. It is proposed to include the segment of the industry with a case study of the business centers records of the Gerdau Group and the Coca-Cola Vonpar Group. The focus of the study will be on the memory that these documentation centers intend to build regarding these companies history, tracing an initial overview about patrimonialization practices and how corporate memory aids in the formalization of corporate identities.

Keywords: Documentation Centers, Memory, Identity and Historic-Cultural Heritage.

Apresentação

Nas últimas duas décadas, a memória tornou-se um objeto de reflexão entre os historiadores. Na França, o historiador Pierre Nora publicou a obra *Lieux de Mémoire* (1984-1993) tratando da oposição entre a memória considerada afetiva e a história com sua racionalidade científica. Esta publicação trouxe à luz os debates sobre a história que se faz no tempo presente. O historiador François Hartog analisou o livro de Pierre Nora como um sintoma das falhas do regime de historicidade “presentista” que gerou o fenômeno social da

“patrimonialização galopante” característico dos anos 1990.

Para Hartog, regime de historicidade “presentista” é a expansão do presente rumo ao passado e ao futuro. O presente em si não se basta, busca conquistar o passado e o futuro, em um movimento contínuo, como se nada pudesse ser esquecido ou perdido. O presentismo parece onipresente e eterno, sem limites. O evento agora é produzido incessantemente por uma economia, principalmente midiática, do presente e, simultaneamente, o momento passado já é pensado enquanto histórico, sob a égide do arquivo, do patrimônio, dos museus, da memória. (HARTOG, 2006, p. 263). Em suma, trata-se de uma forma de consciência histórica que faz com que o tempo seja interpretado e narrado de acordo com a perspectiva temporal vigente.

No Brasil, percebe-se este fenômeno social de “patrimonialização galopante”- ou fazendo uso do termo de Hartog, “sintoma” - já no final da década de 1980, com as comemorações do centenário da abolição da escravidão (1988) e a proclamação da república (1989). Tanto os órgãos governamentais como a iniciativa privada passaram a investir recursos em projetos de patrimonialização de seus arquivos e acervos. Tais iniciativas também foram pensadas como eficientes estratégias de marketing, dentro de uma lógica de mercantilização e de espetacularização da memória (HUYSSSEN, 2000, p.21). Neste caso, quando as ações de “memorialização” ou “patrimonialização” dos dados históricos foram desenvolvidas por instituições privadas, os processos de construção desta memória foram realizados principalmente por profissionais da área de comunicação como jornalistas e relações públicas. O historiador normalmente é requisitado apenas no final do projeto como espécie de legitimação acadêmica para uma memória construída por interesses de mercado (seguindo a lógica do mercado).

O enfoque deste trabalho se dá sobre a iniciativa privada e sobre o processo que levou diversas empresas a preservação do seu patrimônio histórico-cultural e investiram com recursos próprios na criação de seus próprios centros de documentação e espaços museológicos. Tal processo não deve passar despercebido, já que a maior parte dos estudos acadêmicos sobre o patrimônio histórico-cultural enfoca a atuação dos Estados Nacionais sobre a legislação e as práticas de preservação.

Tomar-se-á como foco a memória que estes centros de documentação pretendem construir acerca da história destas empresas, traçando um panorama inicial sobre as práticas de Memória e Patrimônio em empresas privadas. Propõe-se contemplar o segmento da

indústria com o estudo de caso de centros de documentação empresarial como, o Grupo Gerdau, do segmento industrial siderúrgico com 109 anos e a Vonpar Participações, do segmento de refrigerantes com mais de 60 anos de atuação. O Estado do Rio Grande do Sul é o espaço geográfico delimitado nesta pesquisa, já que as empresas estudadas serão aquelas cuja matriz encontra-se na cidade de Porto Alegre - capital. Esta escolha se justifica por serem as primeiras iniciativas de criação de centros de documentação empresarial no Estado.

A prática de memória e patrimônio usualmente chamada de “memória empresarial” ou “história empresarial” ou ainda “Memória organizacional” constitui uma área de atuação específica e importante no universo das empresas. Contudo, a constituição de acervos e a implantação de centros documentais em empresas privadas é um tema pouco explorado no meio acadêmico. Para tanto, propomos esta discussão teórica sobre o tema analisando como objeto de estudo, os centros de documentação empresariais.

Para analisar este objeto torna-se necessária uma breve retrospectiva sobre os estudos de histórias de empresas. A referência de um primeiro estudo vem dos Estados Unidos, quando em 1959 o historiador Alfred Chandler Dupont publica o artigo intitulado “Os primórdios da grande empresa na indústria norte-americana” (MCCRAW, 1998, P. 15).

Os estudos de Chandler estavam voltados para questões econômicas, analisando os processos de mudanças das megaempresas americanas. Este trabalho trouxe aos empresários e seus gestores um novo uso da história para a análise organizacional e principalmente para o posicionamento de mercado, o que poderia servir como um diferencial criando ou consolidando uma boa imagem e reputação corporativas. Mas o pioneiro trabalho de Chandler não inclui em suas reflexões a necessidade de sistematização da memória arquivística pelas organizações ou ressalta a importância de se criar espaços institucionalizados dentro de suas sedes com enfoque na preservação do patrimônio histórico. A preocupação com questões relacionadas à “Memória Empresarial” surge três décadas após a publicação de Chandler, já na primeira metade dos anos 1990 com o avanço de projetos de preservação de patrimônios históricos ou como designou Hartog como um período de “patrimonialização galopante”.

O contexto empresarial brasileiro a partir dos anos 1990 nos oferece mais alguns indícios do que se poderia chamar os primórdios da preocupação com as práticas de memória e patrimonialização.

É deste período o que chamamos aqui de “reengenharia” organizacional, um movimento percebido nas organizações brasileiras que representou um grande número de

demissões no Brasil¹. A reengenharia foi o primeiro passo para as mudanças corporativas que se seguiram sendo a mais representativa a chamada Governança Corporativa². Segundo o IBGC (Instituto Brasileiro de Governança Corporativa, 2011):

Governança Corporativa é o sistema pelo qual as organizações são dirigidas, monitoradas e incentivadas, envolvendo os relacionamentos entre proprietários, conselho de administração, diretoria e órgãos de controle. As boas práticas de governança corporativa convertem princípios em recomendações objetivas, alinhando interesses com a finalidade de preservar e otimizar o valor da organização, facilitando seu acesso ao capital e contribuindo para a sua longevidade.³

Muitas empresas perceberam a importância de se construir uma base de conhecimento sólido baseado em dados históricos quando aplicaram em sua gestão os preceitos da Governança corporativa, em especial as empresas familiares, ou seja, de origem familiar. É deste período dos anos 1990, portanto, o advento de projetos para a preservação da memória de empresas e organizações. A criação de centros de documentação históricos em empresas e a importância dada à memória empresarial surgem como as principais ferramentas da Governança Corporativa de grandes empresas.

O primeiro centro de memória empresarial do país foi inaugurado em Salvador no ano de 1984. O Núcleo da Memória Odebrecht é considerado uma referência para este tipo de iniciativa. No Brasil houve uma proliferação deste tipo de iniciativa. O autor Paulo Nassar (NASSAR, p.121) cita algumas, como: o Centro de Memória Bunge (1994 - SP), Centro de Memória Multibrás (1995 - SP) e o Centro de Documentação e Memória Garoto (1999 - ES). No sul do Brasil, alguns projetos foram implantados como o Centro de Documentação e Memória do Grupo Gerdau, inaugurado em 1999, às vésperas das comemorações do centenário da empresa e o Pró-Memória Vonpar, inaugurado em 1998 para as comemorações dos 50 anos de atuação da Coca-Cola no Brasil.

As comemorações também nos fornecem pistas para o uso de memórias pelas

¹ Fonte: <http://ogerente.com.br/rede/gestao-empresarial/a-reengenharia-esta-de-volta>

² Governança Corporativa, movimento iniciado principalmente nos Estados Unidos, acionistas despertaram para a necessidade de novas regras que os protegessem dos abusos da diretoria executiva das empresas. Surge neste período o conceito de Governança Corporativa para superar o conflito decorrente da separação entre a propriedade e a gestão empresarial. Nesta situação, o proprietário (acionista) delega a um agente especializado (executivo) o poder de decisão sobre sua propriedade. No entanto, os interesses do gestor nem sempre estavam alinhados com os do proprietário, resultando em um conflito de agência ou conflito agente-principal. IBGC - <http://www.ibgc.org.br/Secao.aspx?CodSecao=17>. Pesquisado em agosto de 2011.

³IBGC - <http://www.ibgc.org.br/Secao.aspx?CodSecao=17>. Pesquisado em agosto de 2011.

organizações, geralmente com o propósito de demarcar momentos importantes, como aniversários de fundação ou conquistas de metas empresariais. Na maior parte das vezes, este esforço de se conhecer a origem da empresa e sua trajetória dentro do seu setor da economia resulta em livros e folhetos divulgados para o público em geral ou oferecidos como presentes a clientes especiais.

Estes centros de memória empresarial, uma vez implantado, começam a oferecer seus primeiros resultados como, a organização do acervo documental, a publicação de livros históricos comemorativos, exposições históricas, espaços expositivos, ações de mídias, entre outros. Estas iniciativas de memória empresarial estabeleceram laços entre o grupo que forma uma empresa e são percebidas pelo público interessado e pelos profissionais envolvidos como uma ação de comunicação organizacional e Marketing institucional.

Como consequência deste avanço de projetos de memória em organizações privadas temos os “Encontros de Memória Empresariais” iniciados em 1999 e são referenciais para identificarmos o interesse pelas iniciativas nesta área de memória empresarial no Brasil. Estes encontros foram promovidos pela ABERJE (Associação Brasileira de Comunicação Empresarial) que resultaram posteriormente na realização do “Prêmio Aberje de Memória Empresarial”. A ABERJE⁴, fundada em 1967 e com sede em São Paulo (SP oferece uma premiação anual de âmbito nacional para as empresas que investiram em comunicação. O Prêmio ABERJE⁵ que está na sua 33ª edição, possui, atualmente, entre as suas categorias de premiação a de “Responsabilidade histórica e Memória Empresarial”.

O primeiro “Prêmio ABERJE de Memória Empresarial” foi criado no ano 2000. Esta categoria era chamada apenas de “Memória Empresarial” e teve seu nome alterado para “Responsabilidade Histórica e Memória Empresarial” no ano de 2003, perdurando até a edição de 2010, nunca sendo descontinuada. A própria ABERJE organizou-se e em 2001 implantou seu Centro de Memória e Referência Aberje. Por ser a ABERJE uma associação privada sem fins lucrativos, os índices apresentados são meramente ilustrativos para o objeto analisado neste trabalho. Desta forma, considera-se uma fonte elucidativa para a questão da implantação dos centros de documentação no Brasil.

Para elucidar este movimento de memorialização de empresas privadas, verifica-se ainda que as organizações vencedoras na categoria “Responsabilidade Histórica e Memória

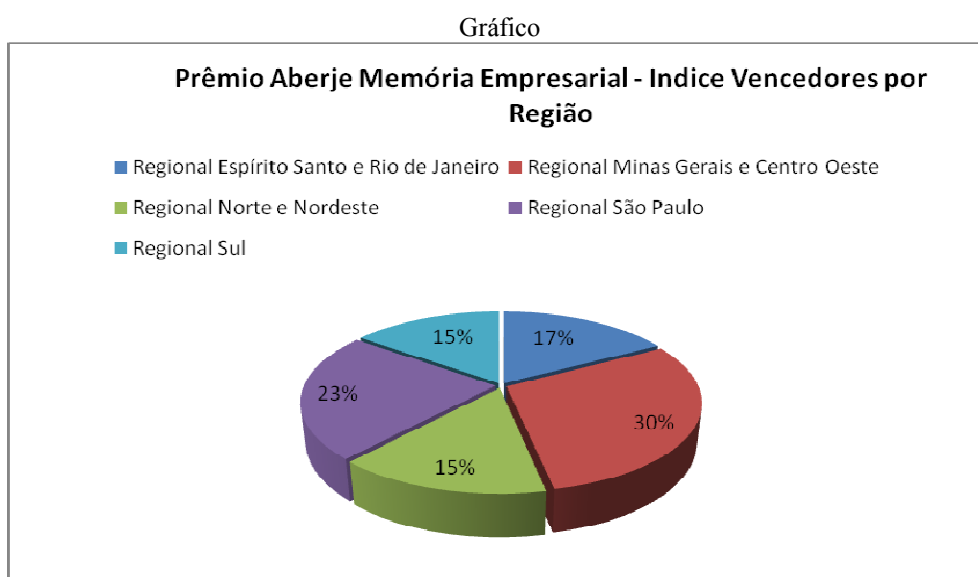
⁴ www.aberje.com.br

⁵ Histórico enviado por email no dia 25.08.2011 pela responsável pelo Centro de Memória e Referência Aberje, Gisele Souza. Este Centro está localizado em São Paulo, SP, na sede da Associação.

Empresarial” tiveram os projetos de implantação de centros de documentação laureados. Do ano 2000 até 2010, 47 empresas foram premiadas nesta categoria, dentre estas apenas quatro apresentaram como projeto a implantação de Centros de Documentação. Outras quatro empresas apresentaram exposições de seu acervo documental ou de seu patrimônio histórico e 23 foram premiadas com publicações histórico-institucionais, sendo as nove empresas restantes agraciadas com projetos relacionados à memória oral e depoimentos de pessoas ligadas às organizações.

Com isso, percebe-se que apenas 8,5 % dos projetos premiados são de implantação de centros de documentação empresariais. Outro dado importante é referente às regiões de atuação destas empresas ou de onde são sediados os seus empreendimentos de memória. Constata-se que a grande maioria dos projetos estão localizados na região Sudeste e Centro Oeste do país, região historicamente de produção industrial. A região Sul equipara-se com as regiões Nordeste e Norte. No ano de 2002, a empresa Grupo Gerdau S.A recebeu o prêmio pela implantação do Centro de Documentação e Informação Memória Gerdau, foco deste trabalho.

O gráfico a seguir é ilustrativo das regiões onde estas empresas são atuantes no país:



As questões relacionadas ao patrimônio histórico-cultural provenientes dos governos federais e estaduais podem ser consideradas também incentivadores das práticas de memória e patrimonialização do setor privado. No mesmo período (anos 1990) se verifica uma crescente valorização de projetos de preservação de acervos históricos como bens culturais brasileiros.

No ano de 1991 é decretada a Lei Federal de Incentivo à Cultura, a chamada *Lei Rouanet*⁶, que estabeleceu uma relação direta entre a promoção da cultura e o uso de incentivos fiscais pelas empresas. Cinco anos depois, em 1996, foi promulgada no Rio Grande do Sul⁷, lei semelhante.

Os Centros de Documentação no Rio Grande do Sul

Partindo do estudo de caso da implantação de Centros de Memória Empresarial, a análise descreverá os primeiros apontamentos da pesquisa de campo realizada nos Centros de Memória do Grupo Gerdau e do Grupo Vonpar, localizados na capital do Estado do Rio Grande do Sul, Porto Alegre.

O Centro de Documentação “Memória Gerdau” foi iniciado em 1999, dois anos antes de a empresa comemorar o seu centenário de fundação. Este marco comemorativo foi o que impulsionou a criação deste espaço. A concepção do projeto partiu do Departamento de Comunicação Social, que contratou os serviços de um historiador e de uma empresa de arquivologia. As funções exercidas pelo centro englobaram dois aspectos: o da valorização da memória desta empresa para com todos os colaboradores (de alcance interno) e como estratégia de marketing (de alcance externo). Foi assim constituído, portanto, um espaço institucionalizado de preservação do patrimônio histórico e de divulgação de ações do Grupo Gerdau.

Mesmo sendo de interesse privado, a centralização das informações sob a forma de arquivo possibilita até hoje a pesquisa do público interessado, sempre com agendamento prévio para a consulta. O acervo está composto por tipos documentais sob forma de arquivos audiovisuais, iconográficos, museológicos, bibliográficos e textuais e o Banco de Depoimentos e totalizam mais de 50 mil itens. Para o gerenciamento e sistematização destes registros o espaço possui um Banco de Dados e Imagens. O método de arquivamento é determinado pela natureza do suporte do material. O resultado das pesquisas históricas e da

⁶ O Mecanismo de incentivos fiscais da Lei nº 8.313/1991 (Lei Rouanet) é uma forma de estimular o apoio da iniciativa privada ao setor cultural. O proponente apresenta uma proposta cultural ao Ministério da Cultura (Minc) e, caso seja aprovada, é autorizado a captar recursos junto a pessoas físicas pagadoras de Imposto de Renda (IR) ou empresas tributadas com base no lucro real visando à execução do projeto. Fonte: <http://www.cultura.gov.br/site/2011/07/07/projetos-culturais-via-renuncia-fiscal/> em 09.109.2011

⁷ Lei de Incentivo Fiscal Estadual, conhecida como LIC (Lei 10.846/96). Fonte: http://www.procultura.rs.gov.br/index.php?Menu=noticia_viz&id=57

preservação deste acervo está na internet na página eletrônica (website) do Centro de Documentação⁸, onde os usuários podem acessar informações como a história da empresa e a relação desta com a história do Brasil e do Rio Grande do Sul, assim como dos países onde a empresa atua. Entre os *links* encontramos a evolução da logomarca da empresa, a história dos fundadores, a cronologia ou linha do tempo interativa.

Da mesma forma como a empresa Gerdau, o Centro de Memória do Grupo Coca-Cola Vonpar (Vonpar Refrescos S.A) também nasceu motivado a partir de uma comemoração relativamente marcante (seus 50 anos de atividades) no ano de 1998. Assim, em 1997, sob o fulgor das comemorações que se aproximavam, institucionalizou-se o que hoje chamamos de Pró-Memória Vonpar.

Nesse espaço passaram a ser centralizados inúmeros tipos de documentos que serviriam como referência à história que a empresa pretendia construir sob si mesma. Uma “operação de salvamento” começou a ser realizada e o centro de documentação foi constituído. O trabalho, desde o princípio do acervo, é realizado por dois profissionais específicos: o arquivista e o historiador.

Os documentos disponíveis no acervo são dos mais variados tipos: documentos textuais, iconográficos e museológicos. Atualmente as principais funcionalidades do acervo estão ligadas à relação com o público interno e com o setor de imprensa e publicidade da empresa. Este setor foi o responsável em 2009 pela publicação do livro comemorativo dos 60 anos da Vonpar. Na internet na página eletrônica (website) da empresa encontramos apenas o link “História” onde é oferecido ao usuário acessar uma linha do tempo interativa.

A iniciativa de implantação destes dois centros segue uma mesma lógica: ambos os empreendimentos surgiram em meio a mudanças estruturais na gestão administrativa, o que resultou na transferência da gestão executivo (originalmente associado aos fundadores e seus herdeiros) para gestores profissionais. Como consequência desta “perda” do poder de decisão administrativa, e para que os valores e cultura organizacional continuassem a ser transmitidos, tornou-se necessária a criação de centros de memória empresarial. Estes centros carregam em seus nomes a expressão “memória” e têm por função a preservação da história da origem familiar (a saga dos fundadores) para as futuras gerações de gestores.

⁸ <http://www.gerdau.com.br/sobre-gerdau/memoria-gerdau-centro-documentacao.aspx> pesquisado em 22.09.2011

Considerações Sobre a Memória e Identidade

A sistematização da memória arquivística de uma empresa é instrumentalizada, sobretudo, com a implantação de centros de documentação. A construção de centros institucionalizados dentro de grandes empresas está inserida em um contexto de mudanças em relação aos novos usos da memória e da consequente patrimonialização do passado.

De certa maneira, esta é uma tentativa de desacelerar o tempo, de encontrar-se seguro em meio ao turbilhão de informações do mundo pós-moderno. Sobre este aspecto, as ações de memória são legitimadas e tornam-se necessárias para a busca e guarda de registros que representam o passado de um determinado grupo, como as empresas que aqui se busca analisar.

O historiador Maurice Halbwachs, que propôs o conceito de memória coletiva (HALBWACHS, 1990 p. 41), chama de “intuição sensível” esta busca de identidade nas lembranças por laços de afetividade. Para o autor, a memória individual existe sempre a partir de uma memória coletiva, posto que todas as lembranças sejam constituídas no interior de um grupo. A memória individual, construída a partir das referências e lembranças próprias do grupo, refere-se, portanto, a um ponto de vista sobre a memória coletiva. A formação da memória, a partir da vivência em grupo, é reconstruída ou simulada, criando representações do passado, assentadas na percepção de outras pessoas ou de um determinado grupo, ou da internalização de uma memória histórica.

A memória, individual ou coletiva, pública ou privada, é dinâmica, o que a torna atual. Para Halbwachs (HALBWACHS, 1990 p. 41) o indivíduo carrega em si as lembranças, mas está sempre interagindo com a sociedade, seus grupos e instituições. É no contexto destas relações que construímos as nossas recordações. E estas lembranças se alimentam das diversas memórias oferecidas pelo grupo, a que o autor denomina “comunidade afetiva”. As memórias individuais se alimentam da memória coletiva e histórica. E o autor complementa dizendo que a memória deve ser vista também como um fenômeno coletivo e social, ou seja, como um fenômeno construído coletivamente e submetido a flutuações, transformações e mudanças constantes.

Em contraponto ao que afirma Halbwachs, o sociólogo Michael Pollack (POLLACK, 1989, p.03) afirma que a memória é uma percepção da realidade e parece ser um fenômeno

individual, algo relativamente íntimo, próprio da pessoa. Mas existem ainda pontos imutáveis na memória, ou elementos irredutíveis com a solidificação da memória. Para Pollack, os elementos constitutivos da memória, são, em primeiro lugar, os acontecimentos vividos pessoalmente e, em segundo lugar, os acontecimentos vividos pelo grupo ao qual pertence à pessoa. E, segundo afirma, por meio da socialização histórica ocorre um fenômeno de projeção ou de identificação com determinado passado, que o autor chama de “memória herdada”.

Segundo Pollack, são três os critérios para a construção da memória: acontecimentos, personagens e lugares, que podem ser reais ou projeções de eventos, transferidos por meio de herança ou história oral. Para tanto, o que a define são estes elementos, o que o autor propõe chamarmos de fenômenos da memória. E um último elemento da memória é que esta é um fenômeno construído, em nível consciente ou inconsciente pelo indivíduo, que a organiza. Segundo afirma Pollack (1992, p.02) “a memória é um fenômeno construído social e individualmente”, quando se trata de memória herdada, podemos também dizer que há uma ligação fenomenológica muito estreita entre a memória e o sentimento de identidade. E continua dizendo que:

A memória é um elemento constituinte do sentimento de identidade, tanto individual como coletiva, na medida em que ela é também um fator extremamente importante do sentimento de continuidade e de coerência de uma pessoa ou de um grupo em sua reconstrução de si. (POLLACK, 1989, p.5)

A construção da memória e a identidade são valores disputados em conflitos sociais, podendo ocorrer disputas entre memórias ou lembranças que devam ou não ser valorizadas ou qual interpretação do passado deve ser seguida. Assim como quais os valores e fatos devem ser esquecidos. Esta memória construída em projetos de centros de memória empresarial está atrelada a estes momentos de crise. A criação destes centros de documentação são resultado do trabalho de enquadramento realizado na maioria dos casos pelos historiadores com o objetivo de criar-se uma história social aceita pelo grupo, o que o Pollack chama de “investimento ao longo do tempo para a manutenção da memória” de um grupo a fim de manter o sentimento de unidade, continuidade e coerência. A partir deste enquadramento cria-se uma identidade associada à memória.

A identidade como um processo de identificação para a construção da memória de um

determinado grupo não é fácil de identificar. Dominique Wolton define identidade como o caráter do que permanece idêntico a si próprio, como uma característica de continuidade que o ser mantém consigo mesmo (WOLTON, 1999, p.30). Partindo desta idéia, podemos compreender a identidade como a tendência de um indivíduo de se perceber como o mesmo ao longo do tempo. A autora Kathryn Woodward em seus estudos ressalta certos aspectos da teoria da identidade que são de especial relevância para a condução desta reflexão (WOODMARD, HALL E SILVA, 2004. P.54).

O primeiro deles diz respeito ao caráter relacional da identidade. A identidade, para se constituir, depende da existência de algo que a afirma fora dela, mesmo que esse algo tenha se afirmado no passado. Na base deste caráter relacional da identidade está o conceito de identificação ou pertencimento, muito utilizado na legitimação dos projetos de memória em empresas.

De forma resumida, as pessoas desejam pertencer a um grupo, que no mundo globalizado não é mais a nação. Apesar das identidades nacionais continuarem existindo, estas acabam por competir com outros tipos de identidade que têm emergido como as identidades corporativas que aqui se busca analisar. De certa maneira é esta busca por uma identidade em um determinado grupo é uma tentativa de desacelerar o tempo, de encontrar-se seguro em meio ao turbilhão de informações do mundo contemporâneo. Sobre este aspecto, as ações de memória são legitimadas e tornam-se necessárias para a busca e guarda de registros que representam o passado de um grupo, como uma empresa.

As organizações que preservam sua história, primeiramente consagram um lugar de memória institucionalizado, onde é armazenado o que “sobrou” ao longo do tempo. Buscam construir uma identidade social em grupo. O uso das narrativas de identidade pelas empresas, portanto, são narrativas construídas.

E em empresas de origem familiar evidenciamos ainda mais essa busca por uma identidade maior com a organização como forma de perpetuação da organização. Neste tipo de empresa, a familiar, é freqüente este discurso, criando-se uma retórica por parte da organização, da gerência das empresas em especial, para a criação de centros de memória a fim de preservar o seu patrimônio histórico.

Percebe-se que esta iniciativa não parte dos funcionários e sim dos líderes ou donos da organização. Atribuindo a importância requerida à narrativa da continuidade da história ou saga familiar, sendo a coleta de depoimentos uma ferramenta muito utilizada nesta busca de

referências e os centros de documentação empresarial exercem um papel fundamental de guardiães da memória.

Desta maneira, preserva-se também o vínculo ou identidade com as ações dos antepassados ou antigos colaboradores, mantendo a ligação da família com a empresa. Segundo afirma Karen Worcman, uma empresa é evidentemente um grupo e o que garante a coesão e identidade da organização é a sua memória. E a memória tem o papel fundamental, pois é a partir desta construção que a empresa cria sua identidade.

A História não deve ser pensada apenas como marco referencial a partir do qual as pessoas redescobrem valores e experiências, reforçam vínculos presentes, criam empatias com a trajetória da empresa e podem refletir sobre as expectativas dos planos futuros. (WORCMAN, 2004, p.02)

A identidade pode ser construída por meio do saber histórico e da memória histórica, individual e coletiva. Segundo Pierre Nora, é a memória arquivística, aquela que é externa ao indivíduo e normalmente delegada aos centros de memória, que tem o dever de “lembrar”, guardando os vestígios do passado, pois estes não pertencem mais à memória do indivíduo e sim, a uma memória construída para uso de um determinado grupo (NORA, 1993, p. 21).

Para David Lowenthal a identidade e a memória estão ligadas, pois sem recordar o passado não é possível saber quem somos (LOWENTHAL, 1998. P.09). E para Tomaz Silva (2004, p.12) a compreensão da identidade deve levar em consideração também sua relação intrínseca com a diferença, pois a identidade não existe sem a diferença. E no ambiente empresarial a busca por este diferencial pode tornar a organização ainda mais forte e competitiva.

Entende-se que esta memória em empresas vem sendo construído no presente. Sob esta ótica, as práticas de patrimonialização auxiliam na construção de uma memória e de uma identidade. Para confirmar esta afirmação há uma multiplicação de patrimônios reivindicados pela a memória de grupos, associações ou empresas. E com esta ligação vem a necessidade de conservação, reabilitação e de comemoração do passado.

O historiador François Hartog invoca a seguinte questão, se tudo é patrimônio e se se reclama a memória de tudo, onde estão os limites da patrimonialização? E do que esta proliferação patrimonial é sinal? Hartog tenta responder esta questão afirmando que a invocação da memória é um sinal de ruptura entre um presente e um passado, sendo o patrimônio nutrido por esta ruptura ou corte com o passado, sugerindo que a valorização do

patrimônio é um recurso para tempos de crise. E a memória vale, no mesmo movimento, como uma resposta ao presentismo e como um sintoma deste. O patrimônio histórico pode ser assim entendido menos como um bem que possuímos e mais como aquilo que constitui nossa identidade (HARTOG, 2006, p. 263).

Esta ruptura se evidencia também na proposta do historiador Pierre Nora que diz ser a memória, antes de tudo, esquecimento. Nora propõe o conceito de “lugar de memória” que para o autor é “toda unidade significativa, de ordem material ou ideal, cuja vontade dos homens ou o trabalho do tempo fez um elemento simbólico do patrimônio memorial de uma comunidade qualquer.” (NORA, 1993.p.20) E o autor continua dizendo:

A memória é a vida, sempre carregada por grupos vivos e, nesse sentido, ela está em permanente evolução, aberta à dialética da lembrança e do esquecimento, inconsciente de suas deformações sucessiva, vulnerável a todos os usos e manipulações, susceptível de longas latências e de repetidas revitalizações (...). A memória é um fenômeno sempre atual, um elo vivido no eterno presente”. (NORA, 1993, p.20).

Mas uma vez, Pierre Nora levanta a questão da valorização de uma memória histórica afirmando que falamos tanto em nossa sociedade de memória pelo fato de ela não mais existir. Já para François Hartog o que faz o “lugar” é ele ser uma encruzilhada onde se encontram diferentes caminhos de memória, e é também sua capacidade de ser incessantemente remodelado e continuamente retomado ou revisitado. (HARTOG, 1995, p.147).

A emergência da memória, portanto, foi um dos fenômenos culturais e políticos mais surpreendentes dos anos recentes, uma das preocupações culturais e políticas centrais das sociedades ocidentais. Houve uma disseminação da cultura da memória nos anos 90 no mundo e no Brasil. Algumas empresas privadas, sobretudo grandes conglomerados, manifestaram o interesse de preservar seus arquivos e criaram seus centros de documentação. Neste contexto, as empresas reinventaram sua maneira de se relacionar com os seus diversos públicos, redes sociais e sociedade, associando aos seus valores, a responsabilidade pela sua história; muito mais que mera celebração do passado, estas empresas adotaram ações permanentes de responsabilidade histórica, tornando-se um diferencial competitivo e uma importante ferramenta de gestão, assim como uma importante estratégia de marketing.

O autor Andreas Huyssen chamou esta tendência de “lógica de mercantilização e de espetacularização da memória”. (HUYSSSEN, 2000, p. 21). Huyssen analisa este fenômeno da

emergência da memória nas empresas sob esta perspectiva. Para ele, “o foco parece ter-se deslocado dos futuros presentes para os passados presentes” ocasionados, sobretudo pela rapidez dos avanços tecnológicos, científicos e culturais voltadas para uma sociedade consumista, alterando assim a duração temporal do “presente”, o que o autor denomina de “amnésia cultural” (HUYSSSEN, 2000, p.9). E essa rapidez comum a sociedade contemporânea acarreta certa necessidade de rememorar o passado, guardar objetos em centros de documentação, na ânsia de tentar reduzir esta velocidade da vida moderna.

Este pensamento vem ao encontro do que Pierre Nora chama de “aceleração da história” que altera o fenômeno da continuidade para a mudança, afetando a forma como grupos, famílias e nações conservam o passado com o intuito de prepararem-se para o futuro, o que permitiria dar significado ao presente, gerando uma obrigação de lembrar por meio de evidências do passado, visto também como uma forma de afirmação de identidade.

(...) o presente, que antes parecia bastar-se a si mesmo, mostra-se então inquieto, “em busca de raízes e identidade”, revelando-se “incapaz de preencher a distância, no limite da ruptura, que ele mesmo cavou entre o campo de experiência e horizonte de espera”. Três palavras resumiriam essa transformação: memória, patrimônio e comemoração, todas apontando em direção a uma outra, que é como se fosse o seu lar: a identidade. (NORA in: SCHMIDT, 2007, p.129)

A emergência da memória, portanto, foi um dos fenômenos culturais e políticos mais surpreendentes dos anos recentes, uma das preocupações culturais e políticas centrais das sociedades ocidentais. Houve uma disseminação da cultura da memória nos anos 90 no mundo e no Brasil. Algumas empresas privadas, sobretudo grandes conglomerados, manifestaram o interesse de preservar seus arquivos e criaram seus centros de documentação.

Os estudos dos autores apresentados mostram uma grande preocupação relativa à aceleração da vida moderna e as conseqüências deste processo, em especial no que se refere à memória e uma busca por identidades permitindo uma maior compreensão das tentativas de atuação de rememoração que permeiam a história recente. e que analisaremos com mais profundidade no desenvolvimento da dissertação de mestrado com conclusão prevista para o primeiro semestre de 2013.

Referências

- EIGUER, Alberto. Um divã para a família. RS: Artmed, 1985.
- Empresas Familiares Brasileiras: perfis e perspectivas/ Coordenadores Ives Gandra da Silva Martins, Paulo Lucena de Menezes, Renato Bernhoeft- São Paulo: Negócio Editora, 1999.
- GAGETE, Élide e TOTINI, Beth. Memória Empresarial: uma análise da sua evolução. In: NASSAR, Paulo (org.) Memória de Empresa: história e comunicação de mãos dadas, a construir o futuro das organizações. São Paulo: ABERJE, 2004.
- HARTOG, François. Tempo e Patrimônio. *Varia Historia Belo Horizonte*, vol.22, n.36, p.261-273. Jul/Dez 2006.
- _____. O tempo desorientado. *Tempo e História*. “Como escrever a história da França? Anos 90 PPG em História da UFRGS, n.7, julho de 1997.
- _____. Memória e Identidade Social. *Estudos Históricos*, Rio de Janeiro, vol.5, n.10, 1992, p.200-210
- HUISSSEN, Andreas. Seduzidos pela memória: arquitetura, monumentos, mídia. Rio de Janeiro: Aeroplano, 2000.
- LE GOFF, Jacques. História e Memória. Campinas: Editora Unicamp, 2005.
- LOWENTHAL, David. Como conhecemos o passado. São Paulo: Educ., 1998. Projeto História 17. Trabalhos de Memória.
- MCCRAW Thomas K. (org.). Chandler, Alfred Dupont. Ensaio para uma teoria histórica da grande empresa; Rio de Janeiro: Editora Fundação Getúlio Vargas, 1998. HALBWACHS. M. A Memória Coletiva. Ed. Vértice, 1990.
- MCCRAW, Thomas. (org.). Chandler, Alfred Dupont. Ensaio para uma teoria histórica da grande empresa; org. Rio de Janeiro: Editora Fundação Getúlio Vargas, 1998. IN: *Business History Review*, 33: 1-31, Spring, 1959.
- NORA, Pierre. Entre memória e História: a problemática dos lugares. *Projeto História*: 1993.
- POLLACK, Michel. Memória, esquecimento, silêncio. *Estudos Históricos*, CPDOC/FGV, n.3, 1989.
- SCHMIDT, Benito Bisso. Cicatriz aberta ou página virada? Lembrar e esquecer o golpe de 1964 quarenta anos depois. *Anos 90 Portos Alegrem* v.14, n.26, p.127-156, dez. 2007
- SILVA, Armando. Álbum de Família: a Imagem de nós Mesmos. São Paulo: Editora SENAC São Paulo: Edições SESC SP, 2008.

SILVA, Tomas Tide; HALL, Stuart; WOODMARD, Kathryn. Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais. Petrópolis: vozes, 2004.

THOMPSON, Paul. A voz do passado: História Oral. RJ: Paz e Terra, 1992.

WOLTON, Dominique. Pensar a comunicação. Rio de Janeiro: Difel, 1999.

WORCMAN, Karen. A história na empresa: identidades e oportunidades. Artigo de Novembro de 1999. Museu da Pessoa.

Meio eletrônico

<http://www.cultura.gov.br/site/2011/07/07/projetos-culturais-via-renuncia-fiscal/> em 09.109.2011

<http://www.gerdau.com.br/sobre-gerdau/memoria-gerdau-centro-documentacao.aspx> pesquisado em 22.09.2011

http://www.vonpar.com.br/site/content/conheca_vonpar/default.asp?id=132 pesquisa realizada em 22.09.2011

O Mecanismo de incentivos fiscais da Lei nº 8.313/1991 (Lei Rouanet)

<http://www.cultura.gov.br/site/2011/07/07/projetos-culturais-via-renuncia-fiscal/> em 09.109.2011

Lei de Incentivo Fiscal Estadual, conhecida como LIC (Lei 10.846/96). Fonte:

http://www.procultura.rs.gov.br/index.php?Menu=noticia_viz&id=57

Sobre Reengenharia: <http://ogereente.com.br/rede/gestao-empresarial/a-reengenharia-esta-de-volta>.

Sobre Governança Corporativa, IBGC - <http://www.ibgc.org.br/Secao.aspx?CodSecao=17>.

Pesquisado em agosto de 2011.