

Reflexões a partir de um projeto de memória institucional no curso de Comunicação Social da Unisc, como as empresas da região trabalham seu histórico

**Anna Maria Strohschoen
Gabriel Hansen
Universidade de Santa Cruz do Sul**

1. Introdução

Em experiências didático-pedagógicas com alunos do curso de Comunicação da UNISC, percebeu-se a grande dificuldade em obter dados sobre o histórico de empresas da região. Isto decorria da quase inexistência ou da dificuldade em achar arquivos e documentos com estas informações. Ou se encontravam em depósitos ou espalhados pelos locais de difícil acesso. Não havia setor, pessoa ou organização responsável por este material. Principalmente em cidades menores os dados sobre a origem dessas primeiras emissoras de rádio, jornal, agências de publicidade estes dados não eram encontradas sob forma de histórico. Estes registros históricos não apareciam de forma organizada e acessível. No entanto, ao serem procurados estes resquícios das empresas (o histórico) alguns objetos e outras pistas foram aparecendo (antigos objetos, como rádios, muitas vezes estavam na posse de colecionadores). Também conseguimos estes dados históricos inicialmente não com os documentos, mas com depoimentos de pessoas (fontes orais) que na época trabalharam com os veículos de comunicação. Estes dados orais nos levaram a perceber uma lacuna no que diz respeito para o que é a memória destas empresas e no que diz respeito ao registro disto. Então nos concentramos ainda mais para este enfoque já não apenas como parte de um exercício pedagógico em aula, mas como encaminhamento de um projeto de pesquisa do curso de Comunicação social da UNISC.

1.1. Sobre o projeto

Num primeiro momento fizemos então uma revisão conceitual do que é memória institucional, o contexto e histórico onde primeiro apareceram. Num segundo momento buscamos mais dados sobre o *site* do Museu da Pessoa (já na pesquisa em andamento). Num terceiro momento colocaremos alguns exemplos na região de empresas que se preocuparam em contar a sua história. Pensamos que além do Museu da Pessoa temos aqui na região algumas iniciativas (um livro de uma empresa de comunicação: Os 40 anos da Rádio de Venâncio Aires; um vídeo de uma empresa privada, utilizado como ferramenta de apresentação da empresa aos funcionários. Outras referências do histórico apareceram: a construção do Memorial da UNISC. A idéia de um prédio para abrigar referências históricas. Para nós o projeto pareceu como uma tentativa de organizar estes dados empíricos até então fora de um contexto de pesquisa.

De forma muito preliminar percebemos que eram feitos para datas comemorativas da empresa como peça isolada de um trabalho institucional. Quem faz este material? Quando? Como pensar em memória institucional sem o profissional que trabalha este aspecto do histórico das organizações? Por que não está sendo feito por este profissional? Quem faz? Buscamos obter estas informações de forma sistematizada como parte do levantamento de dados da pesquisa em empresas locais. Nosso estudo nesta parte do projeto buscou organizar e encontrar referências teóricas e empíricas para entender melhor o que é histórico das empresas a partir da abordagem de memória institucional.

Com a elaboração do projeto observamos que o histórico está aparecendo nos *sites* das empresas. Poderia ser que neste espaço estes dados estariam dizendo mais sobre o que buscávamos. Brevemente procuramos *sites* de algumas empresas da região e não encontramos nada de diferente da situação anteriormente descrita (aquela onde algumas peças quando existem aparecem soltas e apenas parte de uma data comemorativa da empresa, na maioria dos casos). Localizamos um *site* (já no âmbito nacional) que resgata a história de empresas através do relato de história de vida de seus funcionários. O *site* é do Museu da Pessoa (www.museudapessoa.net). Este *site* comporta também a história de pessoas em comum, que têm a simples vontade de colocar sua história de vida na Internet.

1.2. Depois da implantação do projeto: fase da pesquisa com observações a partir dos sites de empresas da região

Após a implantação do projeto, conferindo novamente sites de empresas da região percebemos um aumento significativo de referências ao histórico.

Tabela 01

Tabela de Empresas com Histórico Completo	
Empresas	Data Comemorativa
Colégio Mauá	27/07/1870
AFUBRA	21/03/1955
Ao Ponto	02/01/1992
Câmara Municipal de Vereadores	28/09/1878
Colégio São Luis	15/08/1953
COPAME	30/10/1984
Escola Impacto	08/11/2000
Faccin Bicicletas	23/09/1971
Hospital Santa Cruz	22/05/1908
Imobiliária Cidade	22/03/1984
Imobiliária Metrópolis	Abril/1996
Visão Imóveis	29/07/1994
Instituto Padre Réus	Desde 1974
Mate Viagens	05/05/1950
MERCUR	11/06/1924
PITT	Sem Data
Prefeitura de Santa Cruz do Sul	Desde 1854/1855
Estação Rodoviária	09/05/1946
STADBUS	02/01/1990
STADCAR Veículos	05/01/1991
STIFA	15/10/1948
TC Catedral	Década de 1950

Fonte: pesquisa 2006

Tabela 02

Tabela de Empresas com Histórico Semi-Completo	
Empresas	Data Comemorativa
Borba Imóveis	Sem Data
Bummer	Desde 1990
O Castelinho	Simb. Hist. S&K.
Charrua Hotel	Sem Data
CINDAPA	Sem Data
Clinica Hashimoto	Sem Data
D-Sign	Agosto/1992
Schütz e Kanomata	Sem Data
FOUR Comunicação	Desde 1997
Garten Sul	Dezembro/1992
Hospital Ana Nery	Sem Data
Hotel Águas Claras Higienópolis	Sem Data
IMOBEL	01/04/1972
João Dick Imóveis	27/06/1986
Kappe Software	Sem Data
Klemm	Sem Data

Predilar Imóveis	01/06/1987
Restaurante Coliseu	05/10/2005
Rubinger Informática	Desde 2004
Solução Criativa	Sem Data
Sul Print	Julho/Agosto de 1977
Tecnilange	Janeiro de 1986

Fonte: pesquisa 2006

Destas tabelas separamos 11 empresas que teriam históricos mais completos, que fazem mais referência ao conteúdo:

Tabela 03

01	Colégio São Luis	http://www.maristas.org.br/portal/externo.asp?urlEx=/colegios/site.asp
02	Colégio Mauá	http://www.maua.g12.br/novo/home_comunidade.php
03	Faccin Bicycles	http://www.faccinbicycles.com.br/
04	Gazeta do Sul	http://www.gazetasul.com.br/default.php?arquivo=&intIdConteudo=&intIdSecao=
05	AFUBRA	http://www.afubra.com.br/principal.php
06	Cam. de Vereadores	http://www.camarasantacruz.rs.gov.br/
07	Pref. de SCS	http://www.pmscs.rs.gov.br/
08	MERCUR	http://www.mercur.com.br/site/content/home/default.asp
09	STIFA	http://www.stifa.com.br/
10	UNISC	http://www.unisc.br/
11	Hospital Santa Cruz	http://www.hospitalstacruz.com.br/

Fonte: pesquisa 2006

Estes dados das tabelas acima colocadas nos colocaram que aumentou substancialmente as referências ao histórico de empresas em Santa Cruz do Sul nos últimos dois anos. Dois anos antes da pesquisa (em 2004), quando observamos estes dados eram insuficientes, não apareciam. Por isso na época da elaboração do projeto, pensamos em utilizar somente as três empresas que fizeram ou estariam fazendo o uso de sua história diferente do que apenas comemorar a data com uma festa, conforme a idéia que conta no projeto (ver parte 1.1). Esta situação então encontrada em 2006 contrasta bastante com aquela descrita no início do projeto. Por isso, mudamos o enfoque de estudar apenas três empresas para discutir melhor a parte teórica e também sobre o que dizem os dados encontrados nos sites. Selecionamos a seguir exemplos de históricos de empresa como aparecem no site, que consideramos com referências mais claras quanto ao entendimento do que nem a ser histórico. As empresas são as seguintes: MERCUR, Colégio Mauá, Gazeta e Afubra.

2. Exemplos de empresas de como aparece o conteúdo

O conceito escolhido para estes sites foi em função do conteúdo estar melhor adequado ao que estamos pensando e lendo que seria trabalhar o histórico.

Colégio Mauá

(http://www.maua.g12.br/novo/home_comunidade.php) Não colocaremos todo o conteúdo que consta no site, mas a cronologia brevemente comentada.

Os primeiros alemães que vieram ao Brasil trouxeram, além da vontade de conquistar novos mundos, o valor da educação. Desde logo criaram escolas para seus filhos, apesar das dificuldades e da ausência do Estado. Desta forma, em 27 de julho de 1870, um grupo de imigrantes alemães fundou em Santa Cruz do Sul a Sociedade Escolar (Schulgemaide) para auxiliar o pastor Hermann Jacob Bergfried na manutenção da sua escola particular, criada em 1868.. Logo em 1871, a então chamada Deutsche Schule encontrou dificuldades de funcionamento devido à partida do pastor Bergfried. Dois anos depois, porém, chegou o professor Roberto Jaeger, que assumiu a escola.

1949

É inaugurado o auditório com a presença do embaixador Osvaldo Aranha, na época secretário-geral da Organização das Nações Unidas (ONU). No mesmo ano, novamente muda a denominação, desta vez para o atual Colégio Mauá.

1966

É criado o Museu do Colégio Mauá.

2001

É inaugurado o moderno Teatro do Mauá.

Gazeta do Sul

(<http://www.gazetadosul.com.br/default.php?arquivo=&intldConteudo=&intldSecao=>)

Mais importante jornal do Vale do Rio Pardo. O tradicional Kolonie, editado em língua alemã, havia sido extinto em 1941 por causa da Segunda Guerra Mundial. Num contexto de florescimento socioeconômico que um grupo de santa-cruzesenses se mobilizou e começou a estruturar, em junho de 1943, a Editora Santa Cruz, com a finalidade explícita de dotar o município novamente de um jornal. Sob a liderança de Francisco José Frantz e mais um grupo de empresários, surgia assim a Gazeta de Santa Cruz, cuja primeira edição circulou em 26 de janeiro de 1945. Em novembro de 1953 a Gazeta mudou a periodicidade, passando a circular três vezes por semana. Com a aquisição de mais uma máquina linotipo

e de uma nova impressora marca Goss Cox-O-Type, que deixava o jornal devidamente dobrado e encartado. Para suportar os custos de implantação do equipamento adquirido, foi aberta subscrição de capital, transformando-se a empresa em sociedade anônima, numa assembléia realizada em julho, com a participação de 163 acionistas. A sociedade passou a chamar-se GAZETA DO SUL S.A. Na esteira das transformações, em 1957 o jornal mudou de nome, passando de Gazeta de Santa Cruz para Gazeta do Sul, formato tablóide – até então o jornal era impresso em formato Standard – seguindo uma tendência dos mais importantes jornais do Estado.

MERCUR

(<http://www.mercur.com.br/site/content/home/default.asp>)

Teve início graças às estradas sem asfalto, cheias de pedras, que arrancavam lascas de borracha dos pneus maciços dos carros que circulavam pelas encostas da Serra Geral, nos longínquos anos 20 do século passado, é que o Rio Grande do Sul deve sua primeira fábrica de artefatos de borracha, início de uma indústria que hoje é uma das mais importantes do país. Em 11 de junho de 1924, nasceu por intermédio dos irmãos Carlos Gustavo Hoelzel e Jorge Emílio Hoelzel, a Hoelzel Irmãos, depois transformada em Mercur.

Em 1930, Jorge Emílio Hoelzel, um dos fundadores da Mercur, foi a Europa para conhecer o que se estava fazendo no campo da borracha, comprou uma fábrica desativada, trazendo-a para Santa Cruz do Sul. A partir de 1938, a Hoelzel é a primeira empresa da América do Sul a produzir bolas de tênis, exclusividade que manteve por longos anos, até deixar de produzi-las, em 1996, em consequência da concorrência de grandes empresas internacionais. A bola de tênis foi o principal produto da empresa entre 1942 e 1945. Depois de 1945, a empresa começou a fazer a matéria-prima própria para produzir a borracha de apagar, o "facties".

Afubra

(<http://www.afubra.com.br/principal.php>)

Fundada em 21 de março de 1955, na cidade de Santa Cruz do Sul/RS, a Associação dos Fumicultores do Brasil (AFUBRA) atua nos estados do Rio Grande do Sul, Santa

Catarina e Paraná. Além dos benefícios do Sistema Mutualista - reparação de danos causados pelo granizo e/ou tufão e auxílios queima de estufa e funeral -, a entidade representa os interesses da classe dos fumicultores, pequenos agricultores que têm no cultivo do tabaco a principal fonte de renda para manutenção e viabilidade da propriedade rural. Na propriedade agrícola, no distrito de Rincão del Rey, município de Rio Pardo/RS, a AFUBRA realiza trabalhos experimentais ligados à atividade agroflorestal, a maioria em parceria com Universidades, órgãos governamentais e entidades co-irmãs.

3. Revisão Conceitual: segunda etapa da pesquisa

Percebemos uma lacuna nesta parte teórica do projeto e então buscamos desenvolver melhor este quesito. Prosseguimos em busca, e encontramos poucos artigos sobre o assunto de forma específica a tratar o conceito. Nenhum deles contemplava nossos objetivos então encontrei o artigo de Carlos Campello. O autor tem como objetivo estudos sobre empresários e empresas, em saber como são conceituadas duas das principais denominações utilizadas para este tipo de estudo: o de história empresarial e de história de empresas. No projeto enfatizamos sobre a importância do histórico de empresas em relações públicas e memória institucional. Campello não faz menção a área de relações públicas e nem a este conceito de memória institucional. Para nós isto aconteceu porque utilizamos e colocamos o termo advindo do artigo da ABERJE que utiliza esta denominação. Podemos com isso acrescentar para nosso estudo as duas concepções de Campello dadas pelos estudos anteriores. Então utilizamos dados oriundos deste estudo de Campello por que encontramos sintonia com este. Campello (2004) salienta também a importância da disciplina e da relação desta com outros campos de estudo (mesmo que não desenvolva esta perspectiva).

Outro ponto em comum que Campello (2004) salienta no seu estudo é sobre a necessidade de preservação dos acervos das organizações e como se deve desenvolver a forma escrita da história sobre as organizações. No entanto, o autor aprofunda a historiografia dos estudos de empresa e empresários. Isto nos vale também para ter mais esta visão dos estudos que foram feitos. Diferente da história de empresa dada pela ABERJE, o autor coloca estes dados a partir de pesquisas, detalhando minuciosamente

quando e quem estudou o tema, também no assunto internacional. A seguir buscamos um diálogo com partes do seu estudo e o nosso.

3.1. Histórico e contexto de Memória empresarial: o início das discussões com a ABERJE

Num primeiro momento lançamos mão do material da ABERJE para situar o conceito de memória empresarial e até salientando a preocupação desta entidade com este conceito. Partimos daí mas buscamos aprofundar este conceito do ponto de vista da pesquisa acadêmica. Queremos observar também se há o uso destas definições (quais) nos projetos de memória institucional a partir dos exemplos selecionados nas empresas locais.

As primeiras tentativas de criação de arquivos empresariais históricos surgiram na Europa, ainda nos primeiros anos do século 20. Empresas alemãs como a Krupp e Siemens estão entre as pioneiras na criação de serviços de arquivo de caráter histórico, em 1905 e 1907, respectivamente. O conceito de memória empresarial adquiriu novos sentidos em meados da década de 20, especialmente após a criação dos Estados Unidos da *Business Historical Society*, surgida a partir das business schools. Em 1927, foi criada em Harvard a disciplina “História empresarial” com o objetivo de estudar a biografia de empresários e a evolução das instituições a partir de seus próprios arquivos, de onde se buscava aprender as técnicas administrativas pelas quais os empresários dirigiam seus negócios para que servissem de objeto de estudo acadêmico¹. Sob a influência dos Estados Unidos, os ingleses criaram, em 1934, o *Business Archives Council* com o objetivo de estimular a preservação desse tipo de arquivo. Nas décadas seguintes, vários países da Europa, especialmente a França e a Itália, criaram instituições semelhantes. A partir dos anos 40 e 50, a escola norte-americana começou a diferenciar-se.

O viés de análise mudava de foco, ultrapassando o estudo das empresas no panorama econômico geral para enfatizar os processos internos de mudança organizacional em relação à competição tecnológica e mercadológica. Temas multidisciplinares,

¹ Ao contrário das iniciativas pioneiras nos Estados Unidos aqui no caso do Brasil parece não haver uma tradição no arquivo deste tipo de informações e quanto a preocupação disso servir como objeto de pesquisa. Neste sentido, é curioso perceber como algumas organizações fogem desta regra e estão trabalhando suas referências de memória institucional com este cuidado.

comparativos e transversais à trajetória institucional da empresa – como o desenvolvimento de produtos, parcerias, processos de mudança da estrutura corporativa, entre outros – passaram a compor o universo da memória empresarial.

Um dos mais importantes marcos desse novo posicionamento foi o estudo realizado por Alfred Chandler, professor emérito da *Harvard Business School*, intitulado *Management Descentralization: An Historical Analysis*. Publicado em 1956, o ensaio baseou-se em biografias empresariais, relatórios anuais, livros e revistas de negócios. Nele, Chandler buscou sistematizar os modelos de evolução organizacional em dez setores industriais, estabelecendo paralelismos e comparações.

Em 1962, Chandler lançou o livro *Strategy and Structure*, que trazia um estudo sobre as estratégias de inovação organizacional, a partir do estudo de caso de quatro grandes empresas: Standard Oil of New Jersey; Du Pont, General Motors e Sears. A obra inaugurou a tendência que se tornaria corrente na administração das empresas norte-americanas nos anos 60 e 70, segundo a qual “a estratégia precede a estrutura”. Na Europa, na passagem para a década de 70, os debates acadêmicos giravam em torno da introdução de novos objetos na investigação histórica, num grande processo de redefinições teóricas e metodológicas que foi chamado de Nova História.

Em relação à memória empresarial, buscava-se superar a análise econômica ortodoxa acerca das empresas, até então vistas, de um modo geral, ou como meras unidades de coordenação da produção na economia capitalista ou como centro de conflitos sociais entre empresários e operários, de acordo com as correntes marxistas. A Nova História, assim, trouxe à memória empresarial a dimensão do simbólico. A partir daí, o objeto de pesquisa “empresa” passou a ser considerado não apenas como uma unidade de produção de bens e serviços, mas também como de produção de significados sócio-culturais. Essa nova abordagem colaborou sensivelmente para o estudo da construção e consolidação da cultura e da identidade corporativas. Até aquele momento, no entanto, a grande maioria dos trabalhos dessa natureza era realizada no espaço acadêmico, extra-empresa, ainda que servissem indiretamente, como referência interna para análise. Somente a partir de meados dos anos 70, começam a ser criados, na estrutura organizacional das empresas, cargos estratégicos de “historiadores-arquivistas”, que se responsabilizam não apenas pela preservação, mas também pela “exploração” dos acervos, valorizando o potencial analítico

da história da empresa para a empresa. Um dos mais significativos exemplos desse novo profissional é o historiador francês Maurice Hamon que, em 1970, implantou o Centro de Arquivos Saint Gobain.

Em entrevista à revista *Memória Eletropaulo* (no. 22, ago-dez 1995, pp. 14-21), Hamon afirmou que o novo serviço “tinha como responsabilidade a constituição, a guarda e a exploração da memória coletiva com uma finalidade precisa: compreender melhor o passado para viver o presente e preparar o futuro” (apud *Memória de Empresa*, p. 115). De acordo com esse princípio, também ressalta que “em negociações ou quando da elaboração de estratégias, os acontecimentos do passado, com certeza não reproduzíveis, estão amiúde, dentre outros, subjacentes como critérios de análise. No fundo, a História tem vários méritos: fortalece o espírito de síntese, mostra a diversidade e a complexidade das coisas. Não dá lições transponíveis item por item, mas oferece o avesso dos cenários que mostram que, em condições ou diante de causas comparáveis, obtêm-se os mesmos efeitos”.

3.2. A história de empresa a partir do estudo de Campello (após a implantação do projeto)

O estudo das empresas surge nos Estados Unidos, como em outros países, a partir da história econômica. Em 1926 foi criada na Universidade de Harvard a *Harvard Business School Society*, e em 1927 ocorreu o estabelecimento da Cátedra de História Empresarial na próxima *Business School*, este foi considerado o principal ato dos estudos de empresas. É importante enfatizar que os estudos nos Estados Unidos começaram na área acadêmica. Um autor chamado Alfred Dupont Chandler Junior, considerado um dos maiores historiadores das empresas, foi de extrema importância para o desenvolvimento desta área. Chandler fez três publicações: *Strategy and Structure*, *The Visible Hand* e *Scale and Scope*, que influenciaram os estudos de todo o mundo. Nos países europeus como Inglaterra, Alemanha, França, Itália, Espanha e Portugal, os estudos de empresa foram muito influenciados pelos estudos de Chandler, e como nos Estados Unidos, os estudos se iniciaram a partir de história econômica. Usando como exemplo um país da Europa pegamos a Alemanha, que se difere em dois aspectos com os estudos dos Estados Unidos: O primeiro é que os estudos não são mais organizados pela academia, e sim pelas próprias

empresas, e o segundo é que os estudos abordam a História da Empresa no geral, e não especificamente a História Empresarial americana. Na Itália, foi criado o *Centro Studi per la Documentazione Storica ed Econômica dell' Imprensa*, que organizava os arquivos de empresas renomadas como: FIAT, Alfa Romeo, Telecom, e etc...No continente asiático a pesquisa nesta área também é desenvolvida. No Japão foi criada a *Business History Society of Japan*. Neste país as pesquisas estão tratando sobre empresários que se destacam pela sua capacidade de liderança. Na América Latina também estão presentes os estudos de História Empresarial. Nos países como: México, Brasil, Argentina, Colômbia, Chile, Peru, Venezuela e Uruguai os estudos nascem também na História Econômica.

Na Colômbia foi criada na *Facultad de Administración da Universidade dos Andes* a disciplina *Historia do desenvolvimento empresarial colombiano*. No Brasil os estudos começaram a se desenvolver a partir dos anos 60 e 70, nas Universidades como USP, UNICAMP, UFF e UFRJ há a ampliação dos estudos sobre História de Empresas. Até os dias de hoje a maioria das publicações sobre empresas e empresários provém de teses e dissertações acadêmicas. Campello enfatiza também que fazem parte destes estudos, pesquisas relacionadas a determinadas regiões.

Na historiografia brasileira existem, ainda, as edições oriundas de pesquisas de âmbito regional, como a de Oswaldo Truzzi, sobre o desenvolvimento econômico da região de São Carlos, de Maria Luiza Renaux Hering, sobre a colonização e indústria no vale do Itajaí, de Carlos José Espíndola, sobre a região produtora do oeste catarinense, todas provenientes de cursos de pós-graduação, além da organizada por Achyles Costa e Maria Cristina Passos sobre a indústria calçadista do Rio Grande do Sul. (CAMPELLO, 2005 , p.7)

A Associação Brasileira de Pesquisadores em História Econômica (ABPHE) também têm grande importância para o desenvolvimento da História Empresarial que realiza de dois em dois anos a Conferência Internacional de História de Empresa. Nesta Conferência são publicados trabalhos sobre o tema. Campello cita o autor Freitas Filho em seu texto:

Para Freitas Filho, existem três tendências em relação à História de empresa no Brasil. Uma faz fronteira com a Sociologia, outra aborda o papel dos empresários e sua atuação através dos órgãos de classe e, a terceira, e a mais promissora, aborda a História de empresa propriamente dita, configurando o estudo de casos e a sua relação com o contexto sócio-econômico. Neste caso, procura desvendar as estratégias dos empresários,

questionando e relativizando visões já consagradas pela historiografia em relação a temas como: as origens da indústria no Brasil; o papel dos empresários; e a ação do Estado no processo de industrialização do país. (CAMPELLO, 2005, p. 8)

Para Campello está acontecendo um grande avanço de estudos nesta área de empresas e empresários no mundo inteiro, principalmente no meio acadêmico.

Além disso, Campello diz:

(...) observa-se o deslocamento do campo de estudo da disciplina, deixando de pertencer a um segmento da história econômica e, gradativamente, passando para um campo próprio, sem deixar de interagir com outras disciplinas. Cabe ressaltar, ainda, a necessidade da preservação dos arquivos empresariais como fonte fundamental para as pesquisas desse campo de estudo. (CAMPELLO, 2005, p. 8)

4. Considerações finais:

Quanto à diferenciação da pesquisa acadêmica e a nova tendência representada pela construção da memória pela própria empresa, destaca que o inconveniente desse tipo de abordagem é que ele interessa sobretudo ao mundo universitário e muito menos aos gerentes de empresas, mais pragmáticos. Num contexto como o da França, onde a empresa e os empresários tiveram má reputação durante muito tempo, foi preciso, nesses últimos anos, caminhar em novas direções. Percebeu-se que a história linear de uma empresa só tem interesse se comparada às grandes evoluções da sociedade e do corpo social em geral. A história de uma empresa tem uma vantagem principal: a da credibilidade do discurso, na medida em que este não é mais um discurso de complacência (as sagas, as biografias de diretores, as ‘success stories’ etc.). No âmbito interno, esse novo discurso permite trabalhar sobre o consenso, necessário à mobilização dos atores em proveito das estratégias e das evoluções. No âmbito externo, a natureza das relações muda com a imprensa: pesquisas e artigos são mais ricos, sua análise é mais fina, e abre perspectivas mais amplas. De modo mais geral, assiste-se a um fortalecimento da política de imagem em proveito da comunicação institucional ou *corporate* na linguagem institucional. Isso pode ter implicações concretas no que se refere ao marketing. Um produto pode ser vangloriado também por sua história. Uma exposição retrospectiva pode muito bem servir de apoio para uma ação de relações públicas dirigida aos clientes. As palavras de Maurice Hamon são

comprovadas e refletidas em sua própria carreira na Saint-Gobain. Em 1991, o historiador assumiu a direção das Relações Gerais da empresa, encarregada das relações institucionais. Sobre o cargo, relatou: “chegamos, portanto, a esta situação original em que o historiador do grupo assiste às decisões correntes e é encarregado de transcrevê-las nas atas, criando as fontes históricas do futuro...” (p. 116, *Memória de Empresa*).

Nas décadas de 80 e 90, como decorrência do ganho de importância desse novo tipo de profissional no universo empresarial, começaram a surgir, tanto na Europa como nos Estados Unidos e também no Brasil, as primeiras “agências” de historiadores especializados em projetos de memória empresarial. São historiadores-consultores e *corporate archivists* que deixam de trabalhar exclusivamente nas academias para prestar serviços diretos às organizações empresariais. De um modo geral, essas agências ou consultorias agregaram outros tipos de profissionais, fornecendo a seus clientes importantes ferramentas de gestão de setores estratégicos como comunicação, marketing e relações institucionais, por meio de **estudos e projetos multidisciplinares**. Hoje, a memória empresarial constitui-se numa área de atuação específica e importante no universo empresarial, muito embora ainda se assistam a várias distorções de seus princípios fundamentais, em particular no Brasil. Essas distorções, via de regra, ligam-se a projetos que, embora se auto-intitulem “históricos”, não se valem da metodologia de análise da ciência, seja quanto à multiplicidade de fontes de pesquisa, seja quanto ao compromisso com sua legitimidade. Com nosso estudo buscaremos averiguar esta situação. Afinal, História não é ficção – deve ser objeto de estudo de especialistas e não apenas servir à construção de narrativas heróicas, sagas, celebrações e biografias elogiosas. Observamos com isso um certo avanço dos profissionais da história em usar esta metodologia para as empresas. No entanto, não percebemos este avanço para que o profissional de relações públicas também esteja refazendo a forma de entender o dado histórico nas empresas.

Por outro lado aparece com mais escassez trabalhos acadêmicos sobre este tema. Quando o estudo é feito observa-se o termo utilizado história de empresa. Sobre estes conceitos já encontramos respostas mas não paramos por aqui.

Partimos para outra reflexão pela busca de estudos acadêmicos sobre estes parâmetros de como fazer. Para dentro ou fora das organizações temos parâmetros para o

que é um projeto, uma campanha institucional, uma peça publicitária e para colocar nos sites isto que chamamos de histórico como se trabalha? De alguma forma também nos parece que o fato de “aparecer” dados sobre o histórico quer dizer que há uma memória institucional sendo trabalhada. Há uma urgência em buscar parâmetros. Não basta a idéia do que foi já estudado como histórico de empresa. Parece que o diálogo é urgente para com o conceito de história de empresa, mas com uma apropriação do conceito para a prática desta atividade dentro de um setor de empresa que queira fazê-lo sem uma equipe especializada e treinada.

Esta diversidade que vimos até agora nos colocou diante de uma constatação: há um parâmetro para fazer o histórico de uma empresa? Qual? Podemos afirmar que fazer um livro com tantas páginas, fotografias dos anos iniciais teria o mesmo “valor histórico” de uma empresa que tem apenas um parágrafo no seu histórico no site? Basta aparecer no site o histórico que já poderíamos colocar que a empresa tem histórico?

5. Referências bibliográficas:

BARBOSA, Marialva; RIBEIRO, Ana Paula Goulart. *Memória, relatos autobiográficos e identidade institucional*. Intercom, 2005.

HALL, Stuart. *A identidade cultural na pós-modernidade*. 3. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 1999.

NASSAR, Paulo (Org.). *Memória de Empresa: história e comunicação de mãos dadas, a construir o futuro das organizações*. São Paulo: Aberje, 2004. (p. 113-126)

STROHSCHOEN, Ana Maria. *Mídia e Memórias Coletivas*. Porto Alegre, RS: UNISINOS, 2003. Tese de Doutorado.

THOMPSON, Paul. *A voz do passado: história oral*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1992.

CAMPELLO, Carlos. *O estudo sobre empresários e empresas: conceito, relevância e panorama historiográfico*. Disponível em:
<<http://www.revistatemalivre.com/empresas10.html>>.