

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
INSTITUTO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
DEPARTAMENTO DE HISTÓRIA

Fernanda Ott

**OS CENTROS DE DOCUMENTAÇÃO E MEMÓRIA CRIADOS POR EMPRESAS
PRIVADAS NO BRASIL DAS DÉCADAS DE 1990 E 2000 E O CASO GERDAU:
a construção de patrimônio, memórias e identidades**

Porto Alegre

2013

Fernanda Ott

**OS CENTROS DE DOCUMENTAÇÃO E MEMÓRIA CRIADOS POR EMPRESAS
PRIVADAS NO BRASIL DAS DÉCADAS DE 1990 E 2000 E O CASO GERDAU:
a construção de patrimônio, memórias e identidades**

Dissertação de mestrado apresentada ao
Programa de Pós-Graduação em História do
Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, da
Universidade Federal do Rio Grande do Sul.

Orientador: Prof. Dr. Alessandro Mário Kerber

Porto Alegre

2013

Fernanda Ott

**OS CENTROS DE DOCUMENTAÇÃO E MEMÓRIA CRIADOS POR EMPRESAS
PRIVADAS NO BRASIL DAS DÉCADAS DE 1990 E 2000 E O CASO GERDAU:
a construção de patrimônio, memórias e identidades**

Dissertação de mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em História, do Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, da Universidade Federal do Rio Grande do Sul.

Orientador: prof. Dr. Alessandro Mário Kerber

APROVADO EM: _____

Prof. Alessandro Mário Kerber – Orientador – UFRGS

Prof. José Augusto Costa Avancini – UFRGS

Profa. Maria Luiza Filippozzi Martini – UFRGS

Profa. Eloisa Helena Capovilla da Luz Ramos - UNISINOS

AGRADECIMENTOS

Ao meu orientador Alessandro Mário Kerber, pela parceria, ensinamentos e paciência ao longo destes dois anos.

Aos professores do PPGH da UFRGS, em especial Maria Luiza Filippozzi Martini, Marçal Paredes, Benito Bisso Schmidt e Francisco Marshall.

Aos meus colegas Rodrigo Bonaldo, Gabriel Föcking, Marcos Luft e Sandra Donner, pelo apoio, indicações de leituras e trocas de experiências.

Aos meus amigos Maria Elisabeth Quevedo, Karina Roman, Juliana Tarta, Jaqueline Oliveira, Luciane Helbich, Raquel Rech, Alexandre Ramos e Edison Cruxen e, em especial, à Michele Zgiet, pela companhia nos momentos difíceis.

Ao meu primeiro professor de História, Orlando Nestor Ott, vulgo “meu pai”.

Ao Fernando Matos, pelo apoio, paciência e amor a mim dedicados.

À Mina e ao Vlad (o gato mestrando).

A todos, dedico estas páginas.

RESUMO

A proposta da presente dissertação é analisar as ativações patrimoniais realizadas por empresas privadas brasileiras nas décadas de 1990 e 2000, focando o caso do Grupo Gerdau, no intuito de compreender as memórias e as identidades que tais práticas pretenderam construir. A década de 1990 caracterizou-se por um aumento do interesse e investimento em patrimônio histórico e cultural tanto no Brasil como em vários outros países do mundo, fenômeno nomeado por François Hartog como “patrimonialização galopante dos anos noventa”. Esse aumento não se manifesta apenas no âmbito público do Estado – o principal investidor em patrimônio desde o século XIX – mas, especialmente, entre movimentos sociais e empresas privadas, as quais são enfocadas nesta pesquisa. Foram selecionadas as principais empresas privadas do Brasil que fizeram grandes investimentos desta natureza, constituindo centros de documentação e memória, além de investirem em museus, exposições, publicações de livros, folhetos ou *site* na internet, entre outros meios de registro, e exibição de uma determinada versão sobre seu passado, enfatizando o caso Centro de Documentação e Memória Gerdau, considerado exemplar neste processo. Os registros acerca da constituição de centros de documentação e memória e as publicações geradas por estes centros são as principais fontes desta pesquisa. Os conceitos de representação, identidade, memória e patrimônio norteiam as análises realizadas.

Palavras-chave: Centros de Documentação. Patrimônio histórico-cultural. Memória e identidade.

ABSTRACT

The purpose of this research is to analyze the actions towards Cultural and Historical Heritage executed by private companies during the years of 1990 and 2000 in Brazil. More specifically, this study focused at Grupo Gerdau Enterprise in order to understand the memories and identities that its actions intended to create. The 1990s was a decade characterized by the increasing interest and investment in cultural and historical patrimony in Brazil as in many others countries in the world, creating a phenomenon called by François Hartog as “galloping patrimonialization of the 90’s”. This phenomenon is not only manifested in the public ambit of the state – the main investor in patrimony since the XIX century – but especially between social movements and private companies, which are the target of this research. Were selected the main private companies of Brazil which made significant investments, building documental and memory centers and investing in museums, exhibitions, book publishing, leaflets, website and so on, all depicting a particular version of the institutions’ past, emphasizing the case of Grupo Gerdau Documentation and Memory Center, considered as an example in this process. This research draws upon a selection of sources, such as records from the formation of documentation and memory centers and also written material published by these centers. The main concepts which guide this study are representation, identity, memory and cultural heritage.

Keywords: Documentation Center. Historical-cultural patrimony. Memory and identity.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

| | |
|---|------|
| Figura 1: Gerdau: distribuição geográfica dos negócios da empresa | 50 |
| Gráfico 1: Prêmio Aberje Memória Empresarial – Índice de Vencedores por Região | 59 |
| Figura 2: Ficha técnica do livro “Chama Empreendedora: a História e a Cultura do Grupo Gerdau (1901-2001)” | 61 |
| Figura 3: Página <i>web</i> com o <i>link</i> Memória Gerdau | 71 |
| Figura 4: Embalagens de Pregos Gerdau nas décadas 1940, 1950, 1970 | 72 |
| Figura 5: Mostruários de Vergalhões Gerdau anos 1980 e 1990 | 72 |
| Figura 6: Logomarca oficial dos 100 anos | 73 |
| Figura 7: Túnel do Tempo “Gerdau 100 anos” na festa realizada na Federação das Indústrias do Estado do Rio Grande do Sul, em Porto Alegre, no ano de 2001 | 74 |
| Figura 8: Jorge Gerdau Johannpeter colocando <i>pin</i> em ouro “Gerdau 100 anos” no funcionário aposentado Edgar Kramer de Oliveira, à direita na imagem Carlos J. Petry (vice-presidente da Gerdau) | 74 |
| Figura 9: Imagem do Folheto Linha Direta: frente e verso | 79 |
| Figura 10: Logomarca do Centro de Documentação e Informação Memória Gerdau | 81 |
| Figura 11: Fábrica de Pregos Pontas de Paris | 82 |
| Figura 12: Imagem da Fábrica de Pregos | 82 |
| Figura 13: Oficina da Siderúrgica Riograndense | 84 |
| Figura 14: Duas Imagens do livro de Vicente Blancato (1922) | 88 |
| Figura 15: Uma imagem da locomóvel e trabalhadores | 89 |
| Figura 16: Funcionários da Gerdau Açonorte | 90 |
| Figura 17: Funcionários trabalhando com laminados | 90 |
| Gráfico 2: “Linhas do tempo” em <i>site web</i> de empresas privadas (período da pesquisa de 1990-2012) | 94 |
| Figura 18: Folheto impresso do Grupo Ipiranga – Memória Ipiranga – 1997 até 2007 (Folha A, B e C) | 97 |
| Figura 19: <i>Links</i> da página <i>web</i> do grupo Gerdau | 100- |

| | |
|---|-----|
| | 101 |
| Figura 20: “Linha do tempo” do Grupo Votorantin | 105 |
| Figura 21: <i>Link</i> sobre a “linha do tempo” do Grupo Vonpar | 106 |
| Figura 22: <i>Link</i> sobre a “Evolução da Marca” da empresa Gerdau | 109 |
| Figura 23: Evolução da logomarca | 109 |
| Figura 24: Certificado das ações preferenciais recebidas pelos funcionários e Jorge Gerdau Johannpeter cortando o bolo com os irmãos ao fundo | 120 |
| Figura 25: Selo comemorativo dos 90 anos da empresa | 122 |
| Figura 26: Selos comemorativos dos 100 anos da empresa | 122 |

SUMÁRIO

| | |
|--|------------|
| 1 INTRODUÇÃO | 9 |
| 2 AS PRIMEIRAS INICIATIVAS NA CRIAÇÃO DE CENTROS DE DOCUMENTAÇÃO E MEMÓRIA NO BRASIL | 33 |
| 2.1 As ativações patrimoniais no Brasil do século XX: o Estado e o setor privado dos anos 1930 até os anos 1990-2000 | 33 |
| 2.2 O campo e o mercado de memórias | 54 |
| 3 CENTRO DE DOCUMENTAÇÃO E INFORMAÇÃO MEMÓRIA GERDAU (1999): ELEMENTOS CONSTITUINTES DE UMA MEMÓRIA E DE UMA IDENTIDADE EMPRESARIAL | 69 |
| 3.1 A escolha dos símbolos para representar a identidade empresarial da Gerdau e o enquadramento da memória | 80 |
| 4 “LINHAS DO TEMPO” – O USO DE CRONOLOGIAS PELAS EMPRESAS PRIVADAS | 94 |
| 5 AS “COMEMORAÇÕES” COMO FORMA DE CONSTRUÇÃO DE IDENTIDADES EMPRESARIAIS | 117 |
| 6 CONSIDERAÇÕES FINAIS | 129 |
| REFERÊNCIAS | 134 |
| OBRAS CONSULTADAS | 143 |
| APÊNDICE | 144 |
| APÊNDICE A – Levantamento das Fontes Primárias e Secundárias | 144 |
| ANEXO | 154 |
| ANEXO A – Ganhadores do Prêmio ABERJE | 154 |
| ANEXO B – Radar Memória 60 anos Curt Johannpeter (2006) | 159 |

1 INTRODUÇÃO

A proposta da presente dissertação é analisar as ativações patrimoniais realizadas por empresas privadas brasileiras nas décadas de 1990 e 2000, focando, especialmente, o caso do Grupo Gerdau. Nas décadas referidas, verificou-se um fenômeno nunca antes observado de interesse de empresas privadas por história e memória. Diversas empresas passaram a criar centros de documentação e memoriais, ocorrendo um verdadeiro “boom” da memória e do patrimônio no meio privado. Compreender esse fenômeno histórico de preocupação de empresas com a história e com a memória é tarefa de interesse para a área da História, e o estudo do caso do Centro de Documentação e Memória Gerdau auxilia a análise deste processo.

Entende-se o patrimônio, assim como define Prats (1997), como construção social. O antropólogo espanhol explica o investimento em patrimônio em função de sua capacidade de representar de forma sintética e emocionalmente eficiente uma determinada identidade. Para ele, ativar um patrimônio é escolher determinados referentes e expô-los de uma ou outra forma, sendo que nenhuma ativação patrimonial é neutra, sempre atribui significado aos bens preservados e constrói uma determinada versão sobre o passado. Estes referentes ativados podem ser museus, objetos, imóveis, ou documentos que foram catalogados e reunidos em algum arquivo.

O patrimônio histórico-cultural já foi tema de muitas investigações acadêmicas na área da História e em outras áreas do conhecimento com as quais ela possui uma estreita relação, como a Sociologia e a Antropologia. Estas investigações enfocaram, especialmente, a atuação dos Estados Nacionais nas questões relacionadas à preservação, até porque foram estes Estados os principais agentes a construir o patrimônio histórico e cultural desde o século XIX, como será visto adiante. Esta questão tem sido abordada com foco tanto nos acervos que o constituem como nos discursos que o legitimam. É nessa perspectiva que surgem, enfocando o caso brasileiro, os trabalhos de José Reginaldo Santos Gonçalves (2002), Márcia Romero Chuva (2009) e Maria Cecília Londres Fonseca (2009), que analisam a criação do Serviço do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional no Brasil (SPHAN) criado em 1937 e a sua trajetória até o presente, hoje chamado Instituto do

Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN). Contudo, na área da História, quase não há pesquisas vinculadas a programas de pós-graduação que analisam qual história e qual memória foram criadas a partir deste investimento de empresas privadas em patrimônio, o que se torna o desafio desta dissertação.¹

Em parte, essa inexistência se explica pela dificuldade de acesso aos acervos, uma vez que eles não estão disponíveis a todos os cidadãos, como sucede com os arquivos públicos. Gonçalves (2002) e Chuva (2009) pesquisaram em arquivos do Estado a construção da legislação sobre patrimônio histórico no Brasil em prol de estabelecer uma identidade nacional. Este discurso fazia parte do projeto de melhorias proposto pelo governo Vargas, no qual a noção de interesse público prevalecia política e simbolicamente sobre o individual, promovendo assim a busca pela unidade nacional por meio da escolha de elementos simbólicos que representassem a nação brasileira.

Canclini (1994, p. 100) aponta três tipos de agentes que têm investido na preservação do patrimônio histórico e cultural: a ação privada, o Estado e os movimentos sociais. Concorde-se com o autor, no sentido de que, como espaço de disputa econômica, política e simbólica, o patrimônio está atravessado pela ação destes agentes e que a estratégia privada em relação ao patrimônio poderia servir para fins turísticos, imobiliários e industriais, além de ser um elemento que agrega valor à marca de determinados produtos. Por outro lado, os motivos que levaram o Estado, a iniciativa privada e os movimentos sociais a investirem na preservação de determinados bens como patrimônio histórico-cultural também estão associados ao poder simbólico que detém este patrimônio no sentido de representar uma determinada identidade. Nesse sentido, o patrimônio transforma-se em campo de disputa e esses agentes investem nele na perspectiva de produzir e massificar determinada versão sobre o passado que constitui determinada identidade.

Sobre a atuação da iniciativa privada em relação ao patrimônio, ela não pode ser descrita somente pela necessidade de acumulação econômica e reprodução da força do trabalho, ou percebida pela “ação indiscriminada do ambiente natural e urbano, à expansão voraz da especulação imobiliária e do transporte privado em

¹ Foram encontrados alguns trabalhos publicados por historiadores, que problematizam a contratação destes profissionais por empresas privadas, como, por exemplo, o artigo de Ângela de Castro Gomes, “A guardiã da memória” (FGV, 1996); Verena Alberti, “Vender história? A posição do CPDOC no mercado das memórias” (1996) e Marialva Barbosa e Ana Paula Goulart, “Memória, relatos autobiográficos e identidade institucional” (2005).

detrimento dos bens históricos e do interesse das maiorias” (CANCLINI, 1994, p. 100 *et seq.*).

Há nesta atuação do privado alguns grupos que apreciam o valor simbólico que incrementa o valor econômico. É o caso do setor imobiliário quando valoriza as edificações de um bairro antigo e promove a preservação deste bairro, valorizando assim os imóveis que ali serão construídos.

Observa-se que a iniciativa privada, em especial as grandes empresas corporativas, multinacionais, com mais de trinta anos de atuação, começa, a partir dos anos 1990 e 2000, a destinar parte de seus dividendos para projetos dedicados a preservação dos acervos históricos não que antes não houvesse tais iniciativas². No entanto, tais projetos também foram pensados como eficientes estratégias de *marketing*, dentro de uma lógica de mercantilização e de espetacularização da memória (HUYSSSEN, 2000).

As primeiras experiências brasileiras surgiram em meados dos anos 1980, quando na Bahia foi inaugurado o Núcleo de Memória Odebrecht em 1984, e em São Paulo foram inaugurados o Centro de Memória da Eletropaulo e o Centro de Documentação e Memória da Klabin, ambos criados em 1989. Na década de 1990, os exemplos se multiplicaram, cabendo citar o surgimento de centros de memória como: Centro de Documentação e Memória Grupo Ultra, em São Paulo, em 1992; Centro de Memória Bunge, em São Paulo, em 1994; Centro de Documentação e Memória Garoto, no Espírito Santo, em 1994; Centro de Memória Multibrás, em São Paulo, em 1995; Memória RBS, no Rio Grande do Sul, em 1997; Memória Ipiranga, no Rio Grande do Sul, em 1997; Memória da Varig, no Rio Grande do Sul, em 1997; Pró-Memória Vonpar-Coca Cola, no Rio Grande do Sul, em 1998; Companhia de Geração Térmica de Energia, no Rio Grande do Sul, em 1998; Centro de Documentação e Informação Memória Gerda, no Rio Grande do Sul, em 1999; e Memória Globo, no Rio de Janeiro, em 1999.

Este fenômeno continua na primeira década do terceiro milênio, destacando-se, entre os inúmeros projetos de memória surgidos no meio empresarial: Pró-Memória AABB Porto Alegre, no Rio Grande do Sul, em 2000; Memória Belgo, em Minas Gerais, em 2001; Vale Memória, no Espírito Santo, em 2001; Centro de Memória e Referência Aberje, no Rio Grande do Sul, em 2001; Projeto Memória

² Ainda na década de 1980 houve o caso da empresa Odebrecht, que será analisado no próximo capítulo.

Votorantim, em Minas Gerais, em 2003; Centro de Memória Bosch, em São Paulo, em 2003; Espaço Memória do Pão de Açúcar, em São Paulo, em 2003; Centro de Documentação e Memória Embraco, em São Paulo, em 2004; Memória Neugebauer, no Rio Grande do Sul, em 2004; Centro de Documentação e Memória Embraer, em São Paulo, em 2006; e Centro de Memória Águia Branca, no Espírito Santo, em 2006.³

Assim, optou-se em examinar, mais aprofundadamente, a forma como estas empresas representam seu passado e suas identidades a partir dos centros de documentação e de seus produtos – linhas do tempo (cronologias), publicações comemorativas, livros, exposições e bancos de depoimentos orais, entre outros –, utilizados como fontes para esta pesquisa, focalizando um caso significativo: o do Grupo Gerdau (Rio Grande do Sul), empresa multinacional com filiais em quatorze países das Américas, Europa e Ásia⁴, que possui um local de preservação de seu patrimônio histórico desde 1999. O Centro de Documentação e Informação Memória Gerdau está localizado em Porto Alegre no Rio Grande do Sul.

Torna-se necessário destacar que, entre os anos 1997 até 2009, a autora desta dissertação atuou, justamente, neste campo, dedicando-se profissionalmente à consultoria em projetos de memória empresarial na capital gaúcha. Esta atuação como “historiador de ofício” foi resultado da demanda destas empresas privadas na construção de seus próprios museus e centros de documentação ou em projetos especiais para elaboração de pesquisas históricas e publicações comemorativas, como se o passado pudesse valorizar a organização, seus produtos e serviços. Essa trajetória da autora também foi profícua no sentido de acesso privilegiado a fontes que possibilitaram reflexões como as que geraram a proposta da realização desta pesquisa.

Com isso, empresas que investiram em lugares ou unidades de memória foram visitadas, tanto no Rio Grande do Sul como em outros estados. Neste ínterim, a autora também participou de eventos relacionados ao tema, como os encontros de memória empresarial da Associação Brasileira de Comunicação Empresarial (ABERJE), entre os anos de 1999 e 2003, assim como cursos e congressos sobre

³ Vide no apêndice A tabela com dados quantitativos de empresas privadas que implantaram os centros de documentação no período analisado nesta pesquisa das quais se teve acesso aos dados.

⁴ GERDAU. **Perfil da empresa**. Disponível em: <<http://www.gerdau.com.br/sobre-gerdau/perfil-da-empresa.aspx>>. Acesso em: 2 abr. 2013.

preservação do patrimônio histórico-cultural, oferecidos por profissionais da área de comunicação social ou arquivologia. Em 2007, a Associação Nacional de História (ANPUH), regional Rio Grande do Sul, criou o grupo de trabalho “Acervos: história, memória e patrimônio” e o diálogo sobre este processo deu frutos com a criação em 21 de julho de 2011 do grupo de trabalho em âmbito nacional chamado “Patrimônio Cultural”⁵.

Ressalta-se que a autora exerceu a função de historiadora responsável pelo Centro de Documentação e Memória Gerdau, do Grupo Gerdau, entre os anos de 1999 a 2003, possibilitando o acesso em especial às fontes deste espaço, privilegiando o acesso às fontes. Essa dissertação torna-se, então, um exercício de distanciamento e estranhamento. Produtos de trabalho desta historiadora e de outros sujeitos envolvidos no processo de construção do patrimônio e da memória de empresas privadas tornam-se, agora, fontes para uma pesquisa histórica.

Neste sentido, quando a historiadora, autora desta dissertação, trabalhava para a empresa Gerdau, ela estava produzindo memória. Agora, nesta pesquisa, ela está produzindo história. Este exercício de tomada de consciência através do estranhamento do objeto de pesquisa foi imprescindível para a análise das questões relacionadas à memória em empresas. Hartog (1998) propõe pensar a relação entre história e narrativa, partindo do comprometimento da história com a verdade⁶, diferente da ficção ou fábula. O autor propõe que o historiador sempre esteja atento e sempre se pergunte baseado no que disse Michel Certeau: “o que é que eu estou fazendo quando faço história” (*ibidem*, p. 201); e é este questionamento que levou a autora a analisar as ativações patrimoniais em empresas privadas. Ao diferenciar história e ficção, O mesmo autor aponta para o fato de que, nesta área do conhecimento, mesmo que os historiadores já tenham se dado conta de sua impossibilidade, existe um objetivo de atingir o real. Para tanto, utiliza-se fontes lidas e interpretadas à luz de referências teórico-metodológicas consideradas adequadas nesta área do conhecimento.

As práticas de preservação do patrimônio histórico no setor privado usualmente estão associadas a projetos pontuais de comunicação e *marketing* para

⁵ ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE HISTÓRIA. **Ata de criação do Grupo de Trabalho Nacional de Patrimônio Cultural (ANPUH)**. Disponível em: <http://www.anpuh.org/gt/view?ID_GT=16>. Acesso em: 18 mar. 2013.

⁶ Mesmo que os historiadores já tenham compreendido a impossibilidade de uma narrativa ser o real, continuam construindo seu texto com o objetivo de chegar a este real.

fins celebrativos e promocionais destas organizações (GAGETE; TOTTINI, 2004, p. 120). Desde a década de 1980, estas ações também fazem parte de projetos de responsabilidade social destas empresas.

Normalmente, estas práticas são desenvolvidas em momentos celebrativos, nas chamadas datas redondas: 20, 50, 80 ou 100 anos de sua fundação. Eventos, campanhas internas e externas, documentários, concurso de histórias, ações de *marketing*, *sites*, brindes, veículos de comunicação internos específicos do projeto memória, ações de assessoria de imprensa, publicações e exposições itinerantes são algumas das opções utilizadas pelas empresas para contar a sua história, gerando a necessidade de pesquisas históricas e a consequente implantação de setores para a guarda de acervos históricos, usualmente chamados de centros de documentação e memória ou centros de memória.

Segundo Saraiva (2010), “cada vez mais empresas têm se preocupado em criar centros de memória, sendo que no Brasil há pelo menos quinze corporações que mantêm investimentos com essa finalidade”; um exemplo é a empresa Bunge cujo investimento anual para a manutenção do seu centro de memória é de cerca de R\$ 700 mil.

Depois de constituídos, os centros de documentação e memória integram diferentes conjuntos documentais, como: publicações institucionais; projetos de natureza variada viabilizados ou não; relatórios técnicos e administrativos; campanhas promocionais e de *marketing*; perfis da empresa ou de seus empresários; *clippings* (recortes de jornal selecionados) em papel ou eletrônico; jornal de circulação interna; correspondências de diretoria; programas de relações institucionais; e planos estratégicos. Estão, entre estes conjuntos, as principais fontes utilizadas para esta pesquisa histórica.

Outra importante fonte são os registros em áudio e vídeo de entrevistas com pessoas ligadas, direta ou indiretamente, à história da empresa. Muitos destes depoimentos pertencem aos projetos de memória e história que foram conduzidos pelos profissionais destes centros de documentação⁷. A iconografia relacionada à empresa também é fonte preservada e se encontra em diferentes suportes (papel,

⁷ Nesta pesquisa foram utilizados os depoimentos orais publicados pelas empresas em suas edições de livros, relatórios ou *sites*, entendendo que se trata de uma escolha sobre o que publicar e que tal escolha relaciona-se a memória e a identidade que a empresa propõe construir. Parte-se do pressuposto, também, de que, ao darem tais depoimentos, os entrevistados estavam submetidos a determinadas relações de poder com a empresa, as quais é provável que tenham orientado suas falas.

eletrônico ou filme). A cultura material catalogada conta com objetos tridimensionais (troféus, certificados, equipamentos e mobiliários).

Também são encontrados nestes locais documentos que atestam aspectos particulares, direta ou indiretamente relacionados às linhas temáticas e provenientes de diversos setores da empresa. Estes documentos são considerados coleções especiais, como, por exemplo, documentações relativas à trajetória pessoal ou política de fundadores, dirigentes e outras personalidades ligadas à história da empresa.

O levantamento das fontes que se referem a diversas empresas foi efetuado no decorrer da trajetória profissional da autora, em visitas aos principais centros de documentação e exposições, guardando materiais e documentos sobre eles. São consideradas como fontes primárias desta pesquisa as produzidas pelo grupo Gerdau e, como fontes secundárias, as produzidas por outros grupos empresariais, as quais permitem comparações com o caso Gerdau.⁸ Tem-se, como fontes secundárias consultadas: Jornal Odebrecht Informa (junho de 1984); Odebrecht Informa (Julho de 1995); Revista Comemorativa AABB Porto Alegre 50 anos (1993); Catálogo Memória Ipiranga (1997); Livro Rhodia 80 anos (1999); Catálogo 50 anos de História Consul (1999); Revista Espaço do Conhecimento Ultragás (2000); Catálogo do Museu da Energia (2000); Livro Memória do Comércio SESC São Paulo (2000); Catálogo do Centro de Memória Bunge (2001); História do Hospital Samaritano (2001); Livro Centro Cultural CEEE Érico Veríssimo (2002); Relatório Anual Bunge (2003); Folheto Souza Cruz 100 anos (2003); Boletim Fundação Mapfre (2004); Jornal Odebrecht Informa (outubro, novembro e dezembro de 2001); Folheto Histórico do Grupo Odebrecht (2001); Odebrecht Informa (janeiro de 2005); Jornal Vonpar – Pró-Memória Vonpar (2005); Curso Aberje de Memória Empresarial (2007); Livro História da Fundação Banco do Brasil (2007); Livro Vonpar a Marca do Desafio – 60 anos (2009); e Revista Comemorativa Empresa Puras 30 anos (2010). O restante das fontes foi reunido durante os anos de 2011 e 2012 nos centros de documentação e memória ainda existentes.

No caso do Grupo Gerdau, examinado com mais profundidade nesta dissertação, foram consultados: pré-projeto de implantação do Centro de Documentação Memória Gerdau (1998 e 1999); diretrizes do Centro de

⁸ Ver Apêndice A.

Documentação e Memória Gerdau (2003); jornal interno “Linha Direta” sobre os cinco anos do Centro de Documentação Memória Gerdau; relatório de manutenção do acervo (2003); relatório de reestruturação do arquivo de imagem do Centro de Documentação e Memória Gerdau (2003); manual de normas do Centro de Documentação e Memória Gerdau (2006); jornal interno “Radar Memória” (2006-2008); relatórios anuais que citam o Centro de Documentação e Memória Gerdau (2000-2010); relatório sobre a coleção de selos de Curt Johannpeter; relatório da campanha dos 100 anos do Grupo Gerdau; e publicação comemorativa dos 110 anos “Gerdau *Connection*” (2011).

A publicação comemorativa ao centenário da empresa, “Chama empreendedora – a história e a cultura do Grupo Gerdau” (2001), tornou-se relevante para a análise por ser o principal resultado da pesquisa no acervo do Centro de Documentação e Memória Gerdau. O *site* institucional da empresa serviu também de importante fonte de pesquisa, em especial os *links* associados ao centro de documentação e a memória, a linha do tempo (cronologia) da história da empresa, a história dos empreendedores e a evolução histórica das logomarcas.

Entendendo, como propõe Prats (1997), que não há critérios objetivos ou naturais para definir o que é patrimônio, tem-se o propósito de analisar as escolhas feitas por essas empresas. Nesse sentido, na leitura destas fontes buscou-se encontrar indícios que possibilitassem responder a questões como: O que foi definido como patrimônio? Como foi selecionado e justificado o que deve ser preservado ou não? Que identidade este patrimônio representa e qual a memória que se pretende construir a partir dele?

Como descrito anteriormente, Prats (1997) pondera que o poder simbólico do patrimônio explica-se pela sua possibilidade de representar uma identidade. Nesse sentido, os conceitos de patrimônio, de representação e de identidade são os principais a sustentar teoricamente esta dissertação e a análise das fontes pautou-se pela busca de indícios acerca de que identidade a empresa buscou representar em suas práticas de ativação patrimonial.

Entende-se ser a identidade, como autorrepresentação, como uma representação do “eu” e do “nós” construída numa relação de alteridade, ou seja, numa relação com uma representação do “outro” e dos “outros”, e a memória como uma forma de representação do passado, por este motivo o conceito de representação tornou-se a base teórica para essa dissertação.

Utiliza-se a abordagem de Pierre Bourdieu (1996; 1998; 2002) e de Roger Chartier (1990; 2002; 2009) acerca do conceito de representação. Assim, as representações são entendidas como classificações e divisões que organizam a apreensão do mundo social como categorias de percepção do real. As representações são variáveis segundo as disposições dos grupos ou classes sociais, e aspiram à universalidade, mas são sempre determinadas pelos interesses dos grupos que as forjam.

O poder e a dominação estão sempre presentes, por isso as representações não são discursos neutros: produzem estratégias e práticas tendentes a impor uma autoridade, uma deferência, e mesmo a legitimar escolhas. Desta forma, elas colocam-se no campo da concorrência e da luta. Nas lutas de representações tenta-se impor a outro ou ao mesmo grupo sua concepção de mundo social; conflitos que são tão importantes quanto às lutas econômicas, são tão decisivos quanto menos imediatamente materiais (CHARTIER, 2002, p.17).

As representações construídas sobre o mundo não só se colocam no lugar do mundo como fazem com que os homens percebam a realidade e pautem a sua existência. São matrizes geradoras de condutas e práticas sociais, dotadas de força integradora e coesiva, bem como explicativa do real. Indivíduos e grupos dão sentido ao mundo por meio das representações que constroem sobre a realidade, edificando uma identidade social do grupo, da comunidade ou da classe.

Uma dupla via é assim aberta: que pensa a construção das identidades sociais como resultando sempre de uma relação de força entre a representação imposta por aqueles que têm poder de classificar e de nomear e a definição, submetida ou resistente, que cada comunidade produz de si mesma. (CHARTIER, 2002, p. 73).

As representações envolvem a presença de algo inexistente ou que não está presente e se apresentam como naturais, dispensando a reflexão (PESAVENTO, 1994, p. 135). Desta maneira, a força da representação é reconhecida por sua capacidade de mobilizar, produzir reconhecimento e legitimidade social, sendo que aquele que tiver o poder simbólico de dizer e fazer crer mantém o controle da vida social. É neste sentido que Bordieu (1998) define o real como um campo de forças que depende profundamente do conhecimento e do reconhecimento da representação desta realidade.

Para o autor sobredito, o mundo social é também representação e vontade, e existir socialmente é também ser percebido como distinto (BOURDIEU, 1996). A memória como representação do passado oferece esta distinção entre grupos na sociedade. Esta memória, coletiva ou individual, confere presença ao passado. A Memória é conduzida pelas exigências existenciais das comunidades para as quais a presença do passado no presente é um elemento essencial da construção do seu ser coletivo, ao passo que a História se inscreve na ordem de um saber universalmente aceitável, “científico”, no sentido de Michel de Certeau (CHARTIER, 2009, p. 24).

Paul Ricoeur (2007) descreve as diferenças entre memória e história: na primeira, o documento é o testemunho, enquanto que na segunda os acontecimentos que se consideram históricos nunca foram recordação de ninguém. Ao testemunho, cujo crédito se baseia na confiança outorgada à testemunha, opõe-se a natureza indiciária do documento (CHARTIER, 2009, p.21). A memória vista como uma forma de representação do passado é o que interessa à operação historiadora, pois é a memória social o objeto de estudo dos historiadores. A noção de representação é privilegiada pelos estudos da memória por ter uma dupla condição na operação historiográfica, designando uma classe de objetos em particular, definindo ao mesmo tempo o próprio regime dos enunciados históricos (CHARTIER, 2009, p. 22).

Um dos primeiros estudos nas áreas das ciências sociais foi publicado pelo sociólogo Maurice Halbwachs (1990), que, influenciado pela escola *durkheimiana*, propôs o conceito de memória coletiva como “intuição sensível” ou a busca de identidade nas lembranças por meio de laços de afetividade (p. 41). Em seu livro escrito antes da Segunda Guerra Mundial e publicado *post mortem*, o autor sustentou a possibilidade de que o estudo da memória pudesse ser objeto de estudo das ciências sociais e não apenas das que focam o individual, como a Psicologia e a Psiquiatria. Para o autor, a memória pessoal 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, assim, a um ponto de vista sobre a memória coletiva.

Como observa Halbwachs (1990), a memória deve ser vista como um fenômeno coletivo e social, ou seja, como um fenômeno construído coletivamente e submetido a flutuações, transformações e mudanças constantes. É através destas

relações que são construídas as 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 (HALBWACHS, 1990, p. 41).

Há um não consenso no campo de investigação da história sobre qual a memória que de fato importa analisar, a pessoal (individual) ou a coletiva (RICOEUR, 2007), e no estudo específico das memórias de empresas privadas também se expressa um não consenso, que também é conflitante, pois as memórias individuais não são detectadas na produção das fontes geradas pelos centros de documentação destas empresas. Ricoeur (2007) afirma que esta questão não se resolve, ou seja, seria uma aporia, e o autor apresenta como hipótese de trabalho o exame do funcionamento interno dos discursos sustentados de um lado e de outro, e por fim, lança pontes entre os dois discursos de maneira mútua e cruzada.

Em Pollack (1989) sustenta-se a compreensão pessoal da autora desta dissertação acerca das relações entre os conceitos de memória e de identidade. Para ele:

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 referência ao passado serve para manter uma sociedade ou um determinado grupo unido, e, de certa maneira, reforçar o sentimento de pertencimento. Neste sentido, pode-se supor que a criação de centros de documentação e memória por empresas privadas insere-se no processo que Pollack (1989) define como “enquadramento da memória” (p. 3-15).

Utilizando o conceito de enquadramento da memória proposto por Pollack (1992)⁹, pode-se levantar a hipótese de que os projetos de criação de centros de documentação surgidos nos anos 1990 no Brasil podem ter passado, no final da década de 2000, do tempo do trabalho de enquadramento da memória – no qual são vistos investimentos para os projetos de memória – para o período do trabalho da

⁹ Apesar do conceito de “enquadramento de memória” ter sido empregado por Pollack (1992) para sua análise sobre memórias traumáticas.

memória em si, quando os investimentos são menores e apenas observa-se a estagnação dos investimentos na memória.

Quanto ao poder sobre quem elege uma memória dentro do centro de documentação, verifica-se que, em geral, os empresários mandatários elegem profissionais que possuem alguma relação profissional ou afetiva com a empresa, podendo ser um funcionário antigo ou aposentado, os chamados de “guardiões da memória”, ou mesmo, como refere Pollack (1989), “guardião da verdade”.

Outro elemento que sinaliza o poder é o controle da memória quanto a produção de discursos organizados em torno da escolha de testemunhas autorizadas, assim como, na produção de discursos organizados em torno de acontecimentos e de grandes personagens, e os rastros desse trabalho são os objetos materiais, que, no caso das empresas privadas, são os centros de documentação e memória ou museus e os livros comemorativos.

Como indício e hipótese para esta pesquisa, nota-se que os centros de memória de empresas privadas sofreram com a estagnação dos investimentos para a sua manutenção e alguns fecharam suas portas. Essa estagnação, visível desde meados da década de 2000, ocorreu em um momento no qual já havia sido construída uma memória por estas empresas ou, utilizando a expressão de Pollack, “a memória já havia sido enquadrada” (*ibidem*, p. 212). Este pode ser o caso do espaço Memória Ipiranga, por exemplo. Este espaço foi totalmente desativado em 2007 com a compra da Ipiranga pela empresa Ultrapar, que manteve a marca Ipiranga no mercado de distribuição de combustíveis¹⁰. Também pode ser o caso do Centro de Memória Gerdau (1999) que hoje vive um período de manutenção, e não de maiores investimentos, conforme será relatado ao longo desta dissertação.

Com os encontros e congressos sobre memória empresarial ocorridos no Brasil com maior frequência nos últimos anos, percebe-se o esforço de alguns profissionais da área em promover discussões sobre como fomentar a volta pelo interesse das empresas em sua memória. Um exemplo disso é a Rede de Memória Empresarial, criada em 2010, quando dez profissionais da área¹¹ que ainda atuam nos principais centros de memória de empresas procuraram debater periodicamente

¹⁰ IPIRANGA. **Memória Ipiranga**. Disponível em: <<http://www.ipiranga.com.br>>. Acesso em: 29 nov. 2012.

¹¹ FUNDAÇÃO BUNGE. **4º Encontro da Rede de Centros de Memória Empresarial**. Publicado em: 29 mar. 2011. Disponível em: <http://www.fundacaobunge.org.br/novidades/novidade.php?id=7300&/4º_encontro_da_rede_de centros_de_memoria_empresarial>. Acesso em: 22 nov. 2011.

soluções para reverter este quadro de estagnação dos investimentos. Cabe dizer que o encontro da rede de museus empresariais é restrito aos profissionais das empresas convidadas.

Compreende-se a construção da memória e a identidade como um processo de lutas de representação, como as define Chartier (1990). É nesse processo que se define o que deve (e o que não deve) ser lembrado e de que forma. Ricoeur (2007) aponta que esta fenomenologia fragmentada da memória possui um caráter objetual, ou das coisas passadas, separando, desta forma, a memória das lembranças. Ainda segundo Ricoeur (2007):

Uma vez que, na memória-lembrança, o passado é distinto do presente, fica facultado à reflexão distinguir, no seio do ato de memória, a questão do 'o que?' da do 'como?' e da do 'quem?' [...] A memória está no singular, como capacidade e como efetuação, as lembranças estão no plural: temos umas lembranças [...]. (p. 41)

Neste ponto interessa refletir se as uniões de lembranças de funcionários e empresários poderiam formar a “memória” de um grupo, como no caso da memória em empresas privadas?

Ricoeur (2007) compactua com a proposta do historiador Nora (1993) que afirma 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.” (p. 20), e continua, sustentando que:

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).

Contudo, Nora levanta a questão da valorização de uma memória, afirmando que se fala tanto de memória pelo fato de ela não mais existir nas práticas dos grupos sociais. No conceito de “lugares de memória” de Nora, encontram-se os conceitos de memória e de patrimônio utilizados nessa dissertação. Para o autor, “lugar de memória” 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).

Já para Hartog (2006), o que faz o “lugar” é ele ser uma encruzilhada na qual se encontram diferentes caminhos de memória, e é também sua capacidade de ser incessantemente remodelado e continuamente retomado ou revisitado (p. 147).

Os centros de documentação de empresas levam em seu nome a palavra “memória” e buscam primeiramente sagrar-se como um lugar de memória institucionalizado.

[...] Os lugares de memória nascem e vivem do sentimento que não existe memória espontânea, que é preciso criar arquivos, que é preciso manter os aniversários, organizar as celebrações, pronunciar as honras fúnebres, estabelecer contratos, porque estas operações não são naturais [...]. Se vivêssemos verdadeiramente as lembranças que eles envolvem, eles seriam inúteis. E se em compensação, a história não se apoderasse deles para deformá-los, transformá-los, sová-los e petrificá-los eles não se tornariam lugares de memória. É este vai-e-vem que os constitui: momentos de história arrancados do movimento de história, mas que lhe são devolvidos [...]. (p. 13).

Isso leva a pensar porque estas empresas consagram estes lugares que para organizações privadas possuem uma função intrínseca de construir uma identidade social. Tal pensamento vem ainda ao encontro do que Nora (1993, *apud* SCHMIDT, 2007) 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, que é vista 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, 1993, *apud* SCHMIDT, 2007, p. 129).

Sobre estes usos e abusos da memória, Hartog (2006) afirma que a evocação da memória é um sinal de ruptura entre um presente e um passado, e como resultado houve a proliferação de monumentos ou uma “patrimonialização galopante” nutrida por esta ruptura ou corte com o passado, sugerindo que a

valorização do patrimônio é um recurso para tempos de crise. A identidade sempre é valorizada em momentos de mutação ou crise, ou como afirma Hall (2005, p. 13), as identidades vêm sendo “deslocadas”, possibilitando a valorização das identidades locais ou regionais, mas agora em uma escala global (*ibidem*, p. 74), e a memória vale, no mesmo movimento, como uma resposta ao presentismo e como um sintoma deste. Para este autor, o presentismo explicaria esta crise dos tempos atuais, por parecer ser onipresente e eterno, sem limites.

O regime de historicidade “presentista” é uma 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 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. Hartog (2006) insere a memória como a principal característica do que o autor chama de “Círculo do Presente”, sendo o patrimônio e a comemoração resultantes desta evocação da memória (p. 261).

Huyssen (2000), na obra “Seduzidos pela memória”, analisa este fenômeno da emergência da memória sob a perspectiva de uma “lógica de mercantilização e de espetacularização da memória” (p. 21). 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 voltados para uma sociedade consumista, alterando assim a duração temporal do “presente”, o que o autor denomina de “amnésia cultural” (*ibidem*, p. 9). Ademais, essa rapidez comum à sociedade contemporânea acarreta certa necessidade de rememorar o passado, ou seja, guardar objetos em centros de documentação, na ânsia de tentar reduzir esta velocidade da vida contemporânea.

Uma possível explicação é fornecida por Hartog (2006) quando analisa o contexto a partir dos finais dos anos 1980 na Europa, com a queda do muro em Berlim em 1989. Para o autor, neste período há uma redefinição das funções da “memória” e do “patrimônio” no tempo presente. Hartog (2006) acompanhou a reconstrução da Berlim pós-1989, com os prédios modernos sendo construídos,

enquanto os restos do muro ainda permaneciam visíveis (tangíveis): “Berlim fazia o efeito de uma cidade para historiadores onde mais do que em outros lugares podia aflorar o impressado do tempo não somente o esquecido, o reprimido, o renegado” (*ibidem*, p. 264). Assim como o muro, o tempo visível pertence ao presente como ao passado e com olhos para o futuro.

Neste ponto a memória e o patrimônio são tratados pelo autor como sintomas da relação com o tempo a partir do contexto dos anos 1990. São inúmeros os exemplos vistos desde então da valorização do patrimônio e da memória objetificados por meio de edificações, objetos e acervos, caracterizando o que Hartog (2006) chamou de “patrimonialização galopante” dos anos 1990. “No curso do período, o patrimônio se impôs como a categoria dominante, englobante, senão devorante, em todo o caso, evidente da vida cultural e das políticas públicas” (*ibidem*, p. 265). Os patrimônios se multiplicam e tanto os tangíveis como o imaterial são defendidos e não podem ser esquecidos, e para que seja lembrada, a memória exerce um papel fundamental, representando o passado longínquo e reconstruindo o presente, forjando identidades de grupos e nações.

Se patrimônio é doravante o que define o que nós somos hoje, o movimento da patrimonialização, este imperativo, tomado ele mesmo na aura do dever da memória permanecerá um traço distintivo do momento que nós vivemos ou acabamos de viver uma certa relação ao presente e uma manifestação do presentismo (HARTOG, 2006, p. 271).

Um exemplo desta expansão do presente rumo ao passado e ao futuro tratada por Hartog (2006) e da chamada “especularização da memória” vista por Huyssen (2000) pode estar no caso já exemplificado anteriormente, o caso Memória Ipiranga, criado em 1997, e que trouxe ao público um ambiente virtual, moderno e com todos os recursos tecnológicos do período, como estantes virtuais, vídeo-*hall*, computadores multimídias e postos de gasolina interativos para os visitantes poderem apreciar como eram os postos do passado e como foi o avanço até os postos do futuro. O folheto de divulgação deste espaço, datado de 2001, exemplifica esta expansão do presente, convidando os visitantes a escolher se querem viajar ao passado ou ao futuro.¹²

Este processo em si consiste na legitimação de alguns referentes simbólicos a partir de fontes de autoridade extraculturais que a representam, assim como o

¹² O folheto do Memória Ipiranga pode ser visualizado na figura 18.

discurso que a justaposição de um conjunto de elementos desta natureza reforça, adquirindo um caráter sacralizado e, aparentemente, essencial e imutável (PRATS, 1997).

Entende-se que identidade é também uma construção social e um feito dinâmico, por mais imutável e duradoura que se apresente, e que toda a formulação da identidade é unicamente uma versão dessa identidade, um conteúdo outorgado a uma determinada etiqueta. Portanto, podem coexistir normalmente distintas versões da mesma identidade, que habitualmente se articulam em relações de complementariedade ou oposição, ainda podendo suceder que se ignorem. Importa entender também que toda versão de uma identidade – independentemente de como se expresse – é ideológica, pois responde a ideias e valores prévios normalmente subsidiários de determinados interesses, ou que, em qualquer versão da identidade que se estabeleça, pelo menos é uma relação dialética entre a realidade, as ideias e os valores, e os interesses de quem a promulga e compartilha. O patrimônio, ou melhor, as diversas ativações de determinados referentes patrimoniais são representações simbólicas destas versões da identidade (PRATS, 1997).

Essa pesquisa parte da hipótese de que os centros de documentação e memória empresarial oferecem indícios para considerá-los uma ativação patrimonial, assim como define Prats (1997), pois possuem uma eficácia simbólica, ou seja, expressa em seus muitos elementos uma relação entre ideias e valores. Desta maneira, os centros de documentação e memória servem para construir a identidade da empresa, elegendo o que se deve preservar e o que se deve esquecer.

Deduz-se então que nenhuma ativação patrimonial é neutra ou inocente, sejam conscientes, ou não, disso os correspondentes gestores do patrimônio. E quanto aos agentes que ativam o patrimônio, quem são eles? Prats (1997) conclui afirmando que ativa quem pode, e o poder político é o que mais ativa, porque “sem poder, não existe patrimônio” (p. 33).

Uma breve leitura das fontes leva, também, a uma outra possível hipótese para esta dissertação, ou seja, a de que as empresas privadas que começaram a realizar ações de ativação patrimonial no Brasil recente se inspiraram no que havia sido constituído como campo do patrimônio em torno do IPHAN, bem como a busca de historiadores por estas empresas seria explicada por essa perspectiva de legitimar seu discurso através de sujeitos autorizados a falar sobre patrimônio.

A noção de campo trazida por Bourdieu (1996) pode ser útil para a compreensão da dinâmica estabelecida entre os sujeitos autorizados a falar sobre o patrimônio.

Bourdieu (1996), ao descrever o campo como conceito, explica que:

Essa estrutura não é imutável e a topologia que descreve um estado de posições sociais permite fundar uma análise dinâmica da conservação e da transformação da estrutura e da distribuição das propriedades ativas e, assim, do espaço social. É isso que acredito expressar quando descrevo o espaço social global como um campo, isto é, ao mesmo tempo, como uns campos de forças, cuja necessidade se impõe aos agentes que nele se encontram envolvidos, e como um campo de lutas, no interior do qual os agentes se enfrentam, com meios e fins diferenciados conforme sua posição na estrutura do campo de forças, contribuindo assim para conservação ou a transformação de sua estrutura. (p. 50).

É interessante notar que as forças medidas no campo vão estar em constante diferenciação e tornar-se-ão, ao mesmo tempo, complementares. A consolidação desses campos não se constituiu de forma neutra e aleatória, mas estavam inseridos num determinado contexto e espaço social, e foram sendo determinados com os agentes sociais envolvidos neste processo: o Estado, as empresas privadas, os movimentos sociais e os profissionais que atuam neste campo. Por isso é preciso perceber que:

Nos diferentes campos, existe uma correspondência entre as divisões objetivas do mundo social notadamente entre dominantes e dominados e os princípios de visão e de divisão que os agentes lhe aplicam. [...] A exposição repetida às condições sociais definidas imprime nos indivíduos um conjunto de disposições duráveis e transferíveis, que são a interiorização da realidade externa, das pressões de seu meio social inscritas no organismo. [...]. (BOURDIEU, 2002, p. 68).

O conceito de campo de Bourdieu (2002) serve, para essa dissertação, no sentido de identificar os sujeitos autorizados a falar no campo, bem como as regras seguidas nele e que é possível identificar a existência de um “campo do patrimônio” no Brasil, como será visto no próximo capítulo.

Canclini (2003) analisa a complexa estrutura sociocultural da modernidade e destaca que “preservar um lugar histórico, certos móveis e costumes é uma tarefa sem outro fim que o de guardar modelos estéticos e simbólicos. Sua conservação inalterada testemunharia que a essência desse passado glorioso sobrevive às mudanças” (*ibidem*, p. 161). Este patrimônio, segundo o autor, existe como força

política na medida em que é teatralizado em comemorações, monumentos [centros de documentação em empresas privadas] e museus.

A reformulação do patrimônio em termos de capital cultural tem a vantagem de não representá-lo como um conjunto de bens estáveis e neutros, com valores e sentidos fixados de uma vez para sempre, mas como um processo social que, como outro capital, acumula-se, reestrutura-se, produz rendimentos e é apropriado de maneira desigual por diversos setores. Canclini (2003) apropria-se do conceito de “capital simbólico” utilizado por Bordieu (1996, 1998 e 2002) para analisar processos culturais educativos ainda que este autor não o tenha empregado em relação ao patrimônio. Esta disputa pela autoridade para falar sobre patrimônio nas empresas pode ser examinada nos trabalhos recentes de comunicadores, arquivistas e historiadores quando o tema é patrimônio histórico-cultural em empresas privadas.

Na análise de referências bibliográficas relacionadas a esta temática, examina-se um crescente interesse pelo tema de memória de empresas nos últimos anos pelos cursos de Comunicação Social e Arquivologia. Na área de comunicação destacam-se as obras “Memória de Empresa – História e Comunicação de mãos dadas a construir o futuro das organizações” – de autoria coletiva, publicada em 2004 – e “Relações Públicas na construção da responsabilidade histórica e no resgate da memória institucional das organizações”¹³, publicada em 2006, resultado do trabalho do jornalista Paulo Nassar como presidente da Associação Brasileira de Comunicação Empresarial (ABERJE). As publicações da área de arquivos e bibliotecas referenciam a obra da série “Como Fazer 9 – Como implantar um centro de Documentação” (2003), de autoria de Viviane Tessitore, publicada pelo Arquivo do Estado e Imprensa de São Paulo.

Entre as pesquisas acadêmicas da área de arquivologia que resultaram em monografias e dissertações, localizaram-se trabalhos relacionais das técnicas e normas específicas de arquivo e bibliotecas, com enfoque em gestão da

¹³ Esta publicação é resultante de sua tese de doutorado defendida na Escola de Comunicações em Artes da Universidade de São Paulo (USP) em 2006.

informação¹⁴. Já as pesquisas acadêmicas da área de comunicação social relacionam-se ao *marketing* e ao fortalecimento da marca da empresa.¹⁵

Referências a essa bibliografia das áreas da comunicação ou arquivologia serão feitas, contudo apenas no que for pertinente a esta pesquisa histórica, entendendo que partem de objetivos e pressupostos epistemológicos distintos da área da história. A grosso modo, poder-se-ia afirmar que as diferenças entre estas áreas e a da história coincidem com as diferenças existentes entre as ciências sociais aplicadas e as ciências humanas: enquanto que, nas primeiras, há um enfoque sobre as práticas, sobre propor soluções para um melhor funcionamento e gerenciamento mais eficiente dos processos, nas últimas há um enfoque sobre a crítica ao contexto que gerou tais práticas, bem como a exibição das relações de poder existentes nelas.

As pesquisas na área de história que focam a ação de empresas privadas sobre patrimônio normalmente recorrem aos centros de documentação para a busca de fontes, tendo como objeto de análise temas como: a história dos trabalhadores; trajetórias de algum personagem ou comunidade relacionada à empresa; identidades étnicas; ou estudos de casos ainda mais peculiares. É o caso dos trabalhos de: Miriam Collares Figueiredo, “A memória dos trabalhadores, a memória da Petrobrás – a história de um projeto” (2009); Luciene Peixoto Taveira, “A fábrica Codorna: conflitos, práticas e experiências na (re)construção de memória – (1997-2008)”;

Marly da Silva Motta, “Histórias de vida e história institucional: a produção de uma fonte histórica” (1995); Lúcia de Fátima Guerra Ferreira, “A organização de arquivos e a construção da memória” (1998); Ângela de Castro Gomes, “A guardiã da memória” (1996); Verena Alberti, “Vender história? A posição do CPDOC no mercado das memórias” (1996); Karen Worcman, “A história na empresa:

¹⁴ Como exemplos, são mencionados os trabalhos de Fahima Rios e Paula Carina de Araújo, “Arquivos empresariais” (2005), e a dissertação de Marcia Cristina de Carvalho Pazin “Produção documental do legislativo no Império: gênese e tipologia” (2005), bem como metodologias e estudos de caso de empresas com análise de sua história ou fortalecimento da sua marca.

¹⁵ Entre os trabalhos nesta área, são mencionados aqueles que se utilizam da memória para valorizar os produtos e serviços da empresa, como os trabalhos de: Tânia Oliveira Pereira, “A responsabilidade histórica e a memória institucional no fortalecimento da reputação corporativa: caso Odebrecht” (2007); Carlos Campello, “O estudo sobre empresários e empresas: conceito, relevância e panorama historiográfico” (2003); Ana Maria Strohschoen, “Um estudo de como as empresas da região trabalha seu histórico: o que pode ser memória institucional no contexto destas práticas” (2006) e “Os históricos e as histórias contadas pelas empresas: mídia ou memória institucional?” (2008); Karin Françoise Engel e Maria Teresa Marins Freire, “Cultura Organizacional e memória empresarial: uma relação que faz história” (2008); e Sara Barbosa de Souza, “Memória Empresarial – interesse utilitarista ou responsabilidade histórica?” (2010).

identidades e oportunidades” (1999); e Rosa Maria Gomes e Maria Dias Andrade, “Arquivo e museu. História e Memória de Empresas” (2006), além das pesquisas sobre a história do patrimônio no Brasil, que serão abordadas no próximo capítulo.

Todos os trabalhos referidos acima se utilizam das fontes preservadas nos centros de documentação das empresas privadas para suas análises. No entanto, em nenhuma pesquisa percebeu-se o interesse pelo estudo específico do fenômeno de criação de centros de documentação e memória em empresas privadas no Brasil, sobretudo na perspectiva da História e com o aprofundamento proposto nesta dissertação. A grande maioria dos trabalhos científicos ainda enfoca a atuação da iniciativa pública quanto ao patrimônio histórico-cultural.

Nos casos estudados, percebe-se o uso recorrente da palavra “memória” como denominação de projetos e setores como os centros de documentação e memória empresarial. Isso é um resultado da insurgência dos usos e abusos das memórias, notadamente a partir dos anos 1990. Assim como afirma Ricoeur (2007), houve uma preferência pelos estudos sobre memória justificada pela convicção de que não se tem outro recurso a respeito da referência ao passado senão a própria memória – que, para o autor, tem a ambição de ser verossímil – e o testemunho constitui a estrutura fundamental de transição entre memória e história.

Outro fator para a implantação destes centros de memória, e que não pode ser descartado, está ligado à relação de afetividade no tocante aos usos da memória, individual ou coletiva, em que as lembranças são valorizadas como pertencentes ao grupo que conviveu na empresa e que ajudou na sua perpetuação no mercado.

A motivação para a escolha do caso do Grupo Gerdau, analisado nesta dissertação, deve-se também à preocupação desta empresa em utilizar em seu discurso o conhecimento sobre o passado já a partir dos anos 1980, quando observa-se que a organização solicita uma pesquisa histórica sobre suas origens empresariais à historiadora Hilda Flores, especializada em imigração alemã¹⁶. Também por isso, a empresa interessou-se em investir em sua memória e em sua história com a contratação de profissionais especializados em acervos históricos

¹⁶ FLORES, Hilda Agnes Hübner. As empresas de João Gerdau. Monografia não publicada. Porto Alegre, 1983, *apud* WERLANG, William. **A família de Johannes Heinrich Kaspar Gerdau**: um estudo de caso sobre a industrialização no Rio Grande do sul, Brasil. Agudo, RS: Werlang, 2002. Ressalta-se ainda, que a autora teve acesso a esta fonte quando de seu trabalho como historiadora da empresa Gerdau entre 1999 e 2003.

para a constituição do Centro de Documentação e Informação Memória Gerdau no ano de 1999.

Este espaço, assim como outras empresas fizeram no mesmo período, possui inúmeros elementos ativadores do patrimônio histórico, entre os quais citam-se: a escolha do acervo eleito para possuir valor histórico; a seleção de testemunhas para narrar a história da empresa; o uso de cronologias para divulgar os fatos considerados marcos históricos; as exposições de objetos representativos; a constituição de memoriais e museus; e, por fim, a comemoração de datas fundadoras da empresa narrada em livros comemorativos. Desta maneira, é possível examinar a partir destes elementos as continuidades ou as discontinuidades das ativações patrimoniais e as transformações que são resultado desta ativação patrimonial por meio dos centros de documentação e memória.

Ainda, retornando a questão das fontes pesquisadas, utilizou-se muito do que os centros de documentação e memória dessas empresas publicaram na internet. Compreendendo que *sites* na internet são frequentemente alterados e podem ser “tirados do ar”, fez-se a impressão destes sites para preservar estas fontes. As informações sobre implantação dos centros documentais, acervos históricos e linhas do tempo pesquisadas foram àquelas contidas em suas páginas *web*, sendo o período de apuração de seu conteúdo ocorrido entre os anos de 2011 e 2012¹⁷. Acredita-se que este conteúdo é um resultado do trabalho de investimento de memória destas empresas e não poderia passar despercebido aqui.

Para apoiar a análise das fontes será utilizada a “análise de conteúdo” de Laurence Bardin (1977), por compreender que este procedimento levará a uma melhor organização das fontes. Em linhas gerais o processo de análise de conteúdo é constituído de cinco etapas: preparação das informações; transformação dos conteúdos em unidades de registro; categorização ou classificação das unidades em categorias; descrição; e interpretação. Articulando o objetivo de analisar as identidades e memórias que os centros de documentação e memória promoviam com o conteúdo presente nas fontes, foram organizadas as categorias em busca das representações do passado na memória de empresas privadas ligadas a família, ao lugar (história local), ao Brasil e ao Mundo.

¹⁷ Como o conteúdo publicado na internet pelas empresas pode e, em geral, é modificado no decorrer do tempo, foram impressas as páginas das empresas pesquisadas para utilizar como documento.

Inspirada nas afirmações de Nora (1993), que critica as multiplicações de “lugares de memória”, assim como, Hartog (2006) alega ser a “patrimonialização galopante” dos anos 1990 resultante da aceleração do tempo e motivadas pelas transformações ocorridas na contemporaneidade, ambas certificadas pelo abuso da memória, do patrimônio e da comemoração e, para dar conta das questões aqui apresentadas, propõe-se a divisão desta dissertação em quatro capítulos.

No primeiro capítulo¹⁸ realiza-se uma análise das primeiras iniciativas de criação de centros de documentação e memória no Brasil, bem como, do contexto histórico e sua relação com as ativações patrimoniais por empresas privadas. Também aborda-se o caso do Núcleo de Cultura Odebrecht, considerado a primeira iniciativa de memória empresarial ocorrida no Brasil em 1984, e, como fechamento deste capítulo, assim como, introdução para o próximo, inicia-se um debate sobre o campo de atuação do historiador em centros de memória de empresas privadas.

No segundo capítulo reflete-se sobre o Centro de Documentação e Informação Memória Gerdau, apresentando o caso deste Centro e os elementos constituintes de uma memória empresarial, com a constituição de acervos históricos. Para tanto, optou-se em analisar com maior profundidade a escolha dos símbolos para representar a identidade empresarial da Gerdau e o enquadramento da memória ocorrido nesta empresa.

A partir do terceiro capítulo procura-se refletir sobre a representação do passado na elaboração das “linhas do tempo” (cronologias) das empresas privadas, observando em questão a “linha do tempo” do Grupo Gerdau, a fim de perceber quais as representações do passado foram utilizadas e se estas representações continuam até o presente ou se tiveram mudanças perceptíveis em sua narrativa. Para tanto, preferiu-se utilizar as fontes que trazem as “linhas do tempo” em três períodos distintos que abarcam os últimos dez anos após a implantação do Centro de Documentação e Informação Memória Gerdau (1999). Serão aproveitadas as linhas do tempo da publicação sobre os cem anos da empresa¹⁹, publicada em 2001, os relatórios de 2006 até 2008 e a edição especial da revista “Gerdau Connection”²⁰, referente aos 110 anos da empresa, comemorados em 2011. Outra

¹⁸ Enumerado com o número 2 em função das regras atualmente vigentes da ABNT.

¹⁹ GERDAU. **Chama empreendedora**: a história e a cultura do Grupo Gerdau. São Paulo: Prêmio, 2001. O livro referido narra a história centenária do grupo Gerdau.

²⁰ *Idem*. 110 anos: a nossa história contada por colaboradores de diversas unidades. **Gerdau Connection**, Porto Alegre, ed. esp., jul. 2011.

fonte de análise será a “linha do tempo” interativa da *web*, pesquisada no período de 2011 e 2012.

Por fim, no quarto capítulo procurou-se refletir sobre as comemorações de empresas privadas em momentos de crises ou transformações e o esforço para a construção de uma identidade empresarial.

2 AS PRIMEIRAS INICIATIVAS NA CRIAÇÃO DE CENTROS DE DOCUMENTAÇÃO E MEMÓRIA NO BRASIL

2.1 As ativações patrimoniais no Brasil do século XX: o Estado e o setor privado dos anos 1930 até os anos 1990-2000

Para a compreensão das ativações patrimoniais ocorridas no Brasil a partir do século XX, torna-se necessária a análise, mesmo que breve, da construção da legislação sobre patrimônio histórico e cultural no Brasil em prol de estabelecer uma identidade nacional²¹, sendo o Decreto-Lei n.º 25, de 1937, conhecido também como a “lei de tombamento”, que organizou a proteção dos bens culturais brasileiros com a fundação do Serviço de Proteção do Patrimônio Histórico Artístico Nacional (SPHAN) naquele mesmo ano (SOUZA FILHO, 1999, p. 60).²²

O antropólogo José Reginaldo S. Gonçalves (2002) examina a criação do SPHAN (atualmente, IPHAN) e contribui para a compreensão sobre a construção dos discursos que versam a relação entre o Estado e a Nação, no que concerne ao patrimônio histórico-cultural.

O autor sobredito examina os discursos adotados pelo IPHAN desde sua criação, em 1937, até a década de 1980, analisando as práticas de intelectuais identificados com os projetos nacionais de “patrimônio cultural”. Estes discursos proliferaram nos anos 1920 e 1930 e definiram “identidades” e “memórias” com propósitos pragmáticos e políticos e que devem ser pensados, segundo Gonçalves (2002), como “atos” ou “ação simbólica” (p. 14).

Neste íterim, foi criado o SPHAN, que foi dirigido desde sua criação, em 1937, até 1968, por Rodrigo Melo Franco de Andrade, o qual orientou as ações

²¹ A lei que definiria a proteção dos bens culturais foi criada no contexto do Estado Novo, estando prevista a sua votação na câmara de deputados em 10 de novembro de 1937, sendo o dia do golpe de Estado que dissolve o congresso nacional, “entrando em vigor uma constituição muito mais efetiva na defesa do patrimônio cultural”. (SOUZA FILHO, 1999, p. 60).

²² O texto deste decreto é a base para as leis municipais de proteção ao patrimônio nos últimos 50 anos, tendo a principal contribuição à criação em 1937 do Instituto Histórico Artístico Nacional (IPHAN).

deste órgão na perspectiva da construção de uma determinada identidade nacional brasileira²³.

Conforme Gonçalves (2004), o patrimônio histórico e cultural foi institucionalizado no Brasil como objeto de profissionais e, simultaneamente, como “causa” da nacionalidade. Rodrigo Melo Franco de Andrade situava as origens da cultura brasileira na tradição singular produzida pelas contribuições das populações indígenas, africanas e européias no Brasil. “Seu propósito principal é afirmar e defender a existência de uma genuína cultura nacional brasileira.” (*ibidem*, p. 44).

Assim, o IPHAN tratou de ampliar a noção de patrimônio e estimular a participação social, propondo a relação de colaboração entre o Estado e a sociedade, ficando muitas vezes apenas na intenção dos agentes institucionais e não em ações definitivas de preservação do patrimônio (FONSECA, 2009). Desta forma, o distante passado nacional, desejável, coerente na narração histórica, torna-se o ponto de partida da identidade nacional (GONÇALVES, 2002, p. 28).

Como o presente possui um processo inexorável de destruição em que os elementos constitutivos da identidade tendem a se perder. A perda para Rodrigo Melo Franco de Andrade é concreta, o patrimônio estava em processo de deterioração, prédios e obras de arte estavam desaparecendo e necessitavam de ações preservacionistas. Essa narrativa histórica também irá legitimar-se com base nas práticas de colecionismo, restauração e preservação do patrimônio cultural do passado e do presente.

É o “lamento” em relação aos processos de perda que percorrem lado a lado as tentativas de resgate, de restauração e preservação dos bens culturais, e para entender as narrativas sobre o patrimônio cultural é preciso ter a perspectiva de que a nação só existe se ela se apropriar daquilo que já é sua propriedade: seu patrimônio cultural. Nesse sentido, a busca por uma identidade cultural é a busca pela narrativa de seu patrimônio cultural (GONÇALVES, 2002, p. 30).

A historiadora Márcia Chuva (2003) observa que já na década de 1930 ocorre a inauguração de um projeto de modernização do país em que se procurou superar

²³ Segundo Gonçalves (2002, p. 43), “Rodrigo concebe-se a si mesmo, assim como à elite intelectual de que faz parte, como o responsável pela missão de dar continuidade à ‘obra da civilização’ que vem sendo desenvolvida no Brasil desde os tempos coloniais. Essa obra é pensada como uma ‘tradição’ que assegura a continuidade da nação brasileira. Essa ‘tradição’ é vista como um objeto de conhecimento científico, histórico, e, ao mesmo tempo, como uma fonte de autenticidade pessoal e coletiva. Ela tem de ser descrita e explicada em termos científicos, racionais, ao mesmo tempo em que deve ser resgatada e defendida como a fonte da identidade cultural brasileira”.

os interesses privados e individuais, valorizando aspectos da política nacional de natureza pública. “Foi este um dos caminhos em que se tornou possível promover o pensamento de unidade nacional, especialmente no Estado Novo: era preciso escapar do individual, que era fragmentário, em busca do público ou do bem comum, unificador.” (CHUVA, 2003, p. 313).

Chuva (2003) observa que o projeto de construção da nação empreendido pelo Estado Novo nos anos 1930 era caracterizado pela associação da modernidade à tradição e que seria característica marcante desse Estado a capacidade de abarcar grupos de intelectuais com projetos culturais que continham profundas distinções ideológicas (*ibidem*, p. 105). Os arquitetos tiveram um papel decisivo na constituição do patrimônio, não apenas como instituição, mas como construção da coleção de bens representativos da cultura brasileira.

Observa-se que se delineia um campo – no sentido proposto por Bordieu (1998) – do patrimônio no Brasil, no qual arquitetos, historiadores, museólogos, arquivistas, comunicadores e artistas plásticos, entre outros, são considerados sujeitos autorizados a falar.

O campo do patrimônio no Brasil foi, segundo Chuva (2009), um campo de lutas pela legitimação da autoridade entre grupos como de intelectuais e o Estado. O objeto desta disputa era a construção do patrimônio nacional, e Rubino (1992, *apud* CHUVA, 2009, p. 110) afirma que, no Brasil, ele surge a partir dos anos 1930. Chuva (2009) questiona a plenitude da constituição deste “campo do patrimônio” neste período, pois, já em 1941, o governo Vargas intervém na autonomia deste campo, autorizando a presidência da república a cancelar algum processo de tombamento (*ibidem*, p. 110).

O intelectual mineiro Rodrigo Melo Franco de Andrade permaneceu no cargo de presidente do IPHAN até seu falecimento em 1969. Gonçalves (2002) observa que os pressupostos acerca do que é o patrimônio nacional de Rodrigo permaneceram vigentes no SPHAN após o término do Estado Novo, durante o período com eleições diretas para presidente entre 1945 e 1964, até o período do Regime Civil-Militar. Durante três conjunturas políticas bastante distintas (Estado Novo, 1945 a 1964 e Regime Civil-Militar) são os mesmos pressupostos acerca do que é a identidade nacional brasileira, constituída a partir da tradição que se

estabeleceu durante o período colonial com a conquista e colonização lusitana, que norteiam as escolhas do IPHAN acerca do que deve ser preservado²⁴.

No período de 1969 a 1979, o SPHAN teve a direção de Renato Soeiro, próximo colaborador de Rodrigo. Para Gonçalves (2002), o período “não foi marcado por quaisquer mudanças significativas em termos da política oficial de patrimônio” (p. 49), que passaram a ocorrer em 1979, quando Soeiro foi sucedido por Aloísio Magalhães. Segundo o autor, “quando contrastada com a narrativa histórica de Rodrigo, em que o Brasil aparece como ‘civilização’ e ‘tradição’, a de Aloísio parece mais próxima à de um moderno antropólogo social ou cultural [...]” (*ibidem*, p. 50). Nesse sentido, Aloísio substituiu o “patrimônio histórico e artístico” de Rodrigo pela noção de “bens culturais”. Diferentemente do antecessor, Aloísio apresentava como propósito do órgão não “civilizar” o Brasil preservando uma “tradição”, mas revelar a diversidade da cultura brasileira e assegurar que ela fosse levada em conta no processo de desenvolvimento.

As práticas de preservação do patrimônio, assim como a evocação pela memória, são o que impulsiona à necessidade do ser humano de preservar o passado, e nesta concepção a história é vista como um processo de “destruição”. Gonçalves (2002) continua afirmando que “a retórica da perda” torna-se necessária para a busca e guarda de registros que representam o passado de um determinado grupo ou de uma nação.

Foi este sentido da perda, portanto, o grande motivador para a criação do IPHAN e outros órgãos preservacionistas no Brasil. O risco da perda não era visto apenas como a destruição de um determinado patrimônio, mas como uma ameaça ao processo de desenvolvimento do Brasil como uma nação moderna. Nas narrativas analisadas pelo autor, o que está sendo destruída ou ameaçada é a identidade da nação brasileira.

Neste ponto, a retórica dos discursos sobre o patrimônio cultural nacional leva Gonçalves (2002) a questionar quem teria a autoridade para eleger o que é o patrimônio nacional brasileiro ou o que deve ser preservado. A resposta do autor vem ao encontro do que afirmou Prats (1997) ao tratar do poder sobre a eleição do que é considerado patrimoniável. Para Gonçalves (2002, p. 33), apenas alguns

²⁴ São essencialmente as construções lusitanas do período colonial as preservadas pelo IPHAN por serem consideradas a base da tradição que gerou a identidade nacional brasileira. Dentro deste período, bens culturais oriundos do processo de imigração alemã e italiana, por exemplo, não são considerados de importância para serem tombados pelo IPHAN.

intelectuais autorizados saberiam dizer e identificar o que é o patrimônio cultural e nacional.

Deste prisma, a constituição do IPHAN como o responsável pelo patrimônio histórico e artístico nacional demarcou o início do campo do patrimônio histórico-cultural no Brasil. Os usos do patrimônio cultural, objetificado para o fim de civilizar, construir uma identidade nacional, ou para desenvolver uma cultura plural, devem ser vistos como instrumentos ou como formas de ação simbólica, e segundo conclui Gonçalves (2002), podem ser utilizadas para um determinado propósito.

Na perspectiva teórica adotada nesta dissertação, não há como separar a memória e a preservação do exercício do poder, ou daqueles que decidem o que deve ou não ser patrimônio histórico cultural. Apesar de Gonçalves (2002) não utilizar o termo “poder”, diante de sua complexidade, imbuído de ideologias, esta é uma questão fundamental. Não raro em algumas práticas discursivas, a preservação e a memória são justificadas pela perda e pelo esquecimento, algo negativo e que inevitavelmente necessitaria de resgate ou restauração.

No Brasil – com o processo de redemocratização a partir dos anos 1980 e a Constituição Federal de 1988 – ampliaram-se a participação dos municípios para legislar questões de interesse local, surgindo as políticas públicas em prol da preservação dos patrimônios culturais locais, sendo que as comunidades também foram mobilizadas em prol da eleição de seus monumentos.

Estas políticas públicas municipais surgem na virada dos anos 1990, no início do governo Collor, quando houve um desmantelamento do investimento público federal na área da cultura, considerando-se um ônus para o Estado os gastos com a preservação do patrimônio histórico-cultural. Isto fica claro com a emenda de 1994 ao texto constitucional de 1988, que visava reduzir tanto o universo do patrimônio como as atribuições das instituições responsáveis por sua proteção (FONSECA, 2009)²⁵.

²⁵ Fonseca (2009, p. 32) cita as emendas encaminhadas pelos senadores Élcio Alvarez (PFL-ES), Jutahy Magalhães (PSDB-BA), Pedro Teixeira (PP-DF) e pelo deputado Germano Righotto (PMDB-RS), que propõem a restrição da proteção, pelo poder público, aos bens de propriedade da União e a prévia aquiescência a esses tombamentos pelo serviço de Patrimônio da União.

Alguns elementos do processo histórico podem dar indícios para explicar este dado²⁶. Segundo a socióloga Ana Maria Peliano (2008), “o início dos anos 1990 foi marcado pela confluência de vários processos: abertura da economia; privatização das empresas estatais; crise política e econômica; fortalecimento da sociedade civil”. A exemplo da Ação da Cidadania, houve um maior envolvimento das Organizações Não Governamentais (ONGs), e busca de “melhoria na qualidade dos processos de gestão das empresas nacionais” – acompanhada de mudanças no mercado de trabalho, redução na capacidade de atuação do Estado e crescente envolvimento das empresas privadas em ações sociais.²⁷

O Consenso de Washington²⁸, ocorrido no ano de 1989, apesar de não discutir diretamente questões sociais como pobreza, saúde e educação e consequências da liberalização econômica, determinou ajustes fiscais aos países da América Latina, que reafirmaram a ideia de que a intervenção do Estado deveria ser reduzido, preconizando a escolha de políticas de abertura comercial e financeira pelos países da região. Sem dúvida, este contexto influenciou as questões culturais como a do patrimônio.

Este é um período em que houve uma redução dos investimentos públicos estatais. As explicações para isso remetem às questões de redefinições socioeconômicas ditadas pelo movimento da Globalização. Importante narrar que nos anos subsequentes, no período de 1995 a 2002, a política externa brasileira

²⁶ Por não haver ainda uma historiografia consolidada sobre a história das últimas duas décadas, foram utilizados, para abordar nesta dissertação o contexto histórico dos anos 1990 e 2000, autores de áreas próximas à da história, como da sociologia, da antropologia e da ciência política, sobre o contexto analisado. Como exemplo, apenas na UFRGS tem-se a tese de SILVA, André Luiz Reis da Sila. Do otimismo liberal a Globalização assimétrica: a política externa do Governo de Fernando Henrique Cardoso (1995-2002), UFRGS: Programa de Pós-graduação em Ciências Políticas, 2008; e a dissertação de MARTINS, Fernanda Tondolo. Política externa do Governo do Presidente Fernando Henrique Cardoso: a articulação regional e a integração sul-americana (1995-2002). UFRGS: Programa de Pós-Graduação em História, 2006.

²⁷ PELIANO, Ana Maria. Mais empresas investem na área social. **Revista Bovespa**, edição online, jul./set. 2008. Disponível em: <<http://www.bmfbovespa.com.br/InstSites/RevistaBovespa/99/Entrevista.shtml>>. Acesso em: 15 set. 2012.

²⁸ Consenso de Washington foi uma reunião de funcionários do governo norte-americano e de representantes dos organismos financeiros internacionais como o Banco mundial e Fundo Monetário Internacional (FMI) para avaliar as reflexões das propostas neoliberais empreendidas na América Latina. A principal conclusão desta reunião consensual foi à imposição direta na negociação das dívidas externas dos países latino-americanos. Contudo, para o governo Collor foi inevitável esta adesão às organizações financeiras internacionais e as políticas neoliberais alinhadas ao governo dos Estados Unidos, pois a dívida externa crescente, combatida com medidas drásticas de intervenção no mercado, levou a uma desconfiança econômica no país e ao recuo do governo brasileiro, obrigado a aderir ainda mais as propostas neoliberais norte-americanas, como não impor limites às tarifas de importações e iniciar a negociação com os países vizinhos para a criação do mercado comum do cone sul. (MARTINS, 2006).

pautou pela diplomacia, tendo na figura do então presidente Fernando Henrique Cardoso (FHC) seu principal ator.

O discurso neoliberal²⁹ vinha sendo preparado pelos governos anteriores, e o presidente Itamar Franco primou pelas reformas econômicas trazidas pelo Plano Real e pela busca da estabilidade financeira do Brasil, ressaltando as oportunidades geradas para os países que aderissem à nova ordem, com uma política externa orientada às transformações internacionais e reformas neoliberais, fundamental em função desse novo estilo de concorrência global (SILVA, 2008).

Nesta nova situação, exigiu-se uma maior integração entre os sistemas econômicos nacionais para permitir o fluxo internacional de bens, serviços e capitais. Este fenômeno provocou um aumento da internacionalização das empresas entre as quais estão várias das que são estudadas nesta dissertação, assim como o caso analisado do Grupo Gerdau, e de interesses transnacionais, exigindo um consequente acompanhamento por parte dos governos e de suas políticas externas.

O governo FHC, entre 1995 e 2002, deu continuidade à política neoliberal. Enquanto era transferida parte dos ativos nacionais para empresas estrangeiras por meio das privatizações, buscavam-se recursos no FMI, transferindo para a sociedade responsabilidades e ajudando empresas a operarem no exterior (CERVO, 2008). Numa tentativa de legitimação da política externa, o governo de Fernando Henrique buscou avançar junto a segmentos empresariais mais claramente identificados com as prioridades de ação externa do Brasil.

Além de se internacionalizarem neste período, várias empresas começaram a investir em setores que eram, anteriormente, essencialmente atribuídos ao Estado, como educação, assistência social e patrimônio. No caso da Gerdau, este esforço veio primeiramente com investimentos em gestão ambiental e patrocínios de entidades organizacionais que atuam em educação, na formação técnica e científica, na melhoria da qualidade, nas artes e na cultura e no incentivo ao trabalho voluntário (GERDAU, 2001).

²⁹ De acordo com Cervo (2008, p. 21), o neoliberalismo: “Substituiu a visão estruturalista tradicional e embarcou no paradigma da globalização do fim do século XX. Substituiu a visão dual entre centro e periferia e a ideia de concerto da ordem internacional pela de um mundo unificado pelos fatores transnacionais do capitalismo. O curso profundo desse pensamento abandona, no Brasil, a crítica à economia ricardiana clássica da divisão internacional do trabalho e das vantagens comparativas, e reflete, ademais, o estágio de avanço da competitividade nacional, reivindicando, como benéfico, o livre mercado global”.

No segundo mandato do governo Fernando Henrique Cardoso a política externa brasileira sofreu uma nova correção de rumos, mostrando o esgotamento da matriz neoliberal, em especial após a crise financeira de 1999, com a desvalorização do real, o que denunciou a vulnerabilidade externa do país (SILVA, 2008).

A partir de 2000, ocorreu a recuperação do discurso de que o sistema mundial está condicionado por assimetrias e uma distribuição desigual de poder, em especial nas negociações comerciais. Este novo panorama comercial trouxe perspectiva de maior lucratividade rumo ao mercado internacional, pois o governo brasileiro estava investindo em empresas que quisessem competir, e o primeiro passo foi dado com a abertura do mercado comum do sul. No caso analisado, o Grupo Gerdau, por exemplo, investiu em usinas siderúrgicas no Canadá, quando adquire a planta da *Courtice Still* em 1989 e do ano de 1992 a 1999 foram realizadas as aquisições de sete plantas fora do Brasil (GERDAU, 2001).

Para as empresas privadas este foi o caminho encontrado para a internacionalização sem riscos, demonstrado em cartilhas de cultura organizacional que ditam as regras da empresa para os seus funcionários. Nestas cartilhas a identidade é o fator de união e de sucesso nos negócios. No planejamento estratégico das empresas estão a missão, a visão e os valores. Desta maneira, é possível verificar o esforço de se criar uma identidade corporativa que prevalecesse nas organizações em que já existem outras tantas identidades³⁰.

Dado o contexto narrado deste período, é possível ainda traçar similaridades entre o agente ativador Estado e o agente ativador setor privado, haja vista que ambos buscam construir em sua narrativa uma identidade legitimada pela evocação de um passado que pertence ao grupo e que deve ser preservado por meio do seu patrimônio histórico.

No caso da empresa Gerdau, por exemplo, a planta da primeira usina siderúrgica, a “Siderúrgica Riograndense”, abrigou, até o momento de pesquisa desta dissertação, o serviço de corte e dobra de aço (GERDAU, 2001), existindo, contudo, exceções como a preservação de edificações arquitetônicas como antigos bancos e que hoje funcionam como centros culturais, citando como exemplo o

³⁰ As cartilhas, manuais, relatórios ou programas de relacionamento profissional são utilizados por inúmeras empresas com o objetivo de apresentar as normas, planos estratégicos e programas de treinamento para os profissionais que ingressam na empresa. Um exemplo é o Programa Gaúcho de Qualidade e Produtividade (PGQP) que desde 1993 promove a excelência na gestão de empresas afiliadas ao programa. (MOVIMENTO BRASIL COMPETITIVO. **PGQP Qualidade RS**. Disponível em: <<http://www.mbc.org.br/mbc/pgqp/index.php>>. Acesso em: 19 mar. 2013).

Santander Cultural, localizado em Porto Alegre (RS), que abrigou no passado o Banco da Província do Estado do Rio Grande do Sul (1858-1973)³¹.

Para o jornalista Paulo Nassar (2008), citado aqui porque é um dos autores que defende o investimento das empresas privadas em memória e história empresarial, na década de 1990 as empresas brasileiras passaram por um forte movimento de reestruturação produtiva, que modificou seus controles acionários, seus modelos administrativos e seus relacionamentos com os trabalhadores, comunidades, fornecedores e consumidores, entre outros públicos, além de transformar suas culturas e identidades expressas em seus ideários, constituídos de suas missões, suas visões e seus valores. Em meio a esse ambiente de mudanças, várias das grandes empresas nacionais e estrangeiras atuantes no Brasil implementaram ações que envolveram processos e técnicas ligadas a memória e história empresarial, com inúmeros objetivos, entre os quais a celebração de aniversários e de feitos organizacionais (NASSAR, 2008, p. 143).

Não por coincidência, no Brasil do final dos anos 1990 e início dos 2000 verificou-se uma promoção de símbolos como a celebração dos 500 anos da colonização portuguesa com a vinda do navegador português Pedro Álvares Cabral. Este fato foi ativado em inúmeras comemorações pelo país, bem como exposições, programas televisivos e livros comemorativos, movimentando investimentos em turismo, imóveis, mercados editoriais e midiáticos.

Torna-se interesse notar que o discurso da responsabilidade social, amplamente difundido pelo setor privado neste período, coincide cronologicamente com o início do investimento por empresas privadas em memória e história. Peliano (2003) afirma que a questão da responsabilidade social surgiu nas últimas décadas como fator de competitividade, ou seja, empresas socialmente ativas que promovem sua imagem junto aos consumidores, melhorando o relacionamento com as comunidades vizinhas e desta maneira aumentaram os ganhos de produtividade de seus trabalhadores.

Deste ponto de vista, a responsabilidade social das empresas pode ser um indício da decadência das funções dos Estados Nacionais sobre iniciativas sociais e culturais, inserindo-se nestas iniciativas os investimentos em ativações do patrimônio histórico-cultural. A partir destas ações, vários consumidores privilegiam a atitude da

³¹ PESAVENTO, Sandra Jatahy. A política financeira da República Velha gaúcha: um enquadramento histórico. **Revista IFCH/UFRGS**, Porto Alegre, ano IV, v. 6, p. 273-295, 1978.

empresa de investir em ações sociais dando preferência ao consumo de seus produtos e serviços. Para a analista de empresas Rita de Cássia Guedes (2000), a empresa potencializa sua marca, reforça sua imagem, assegura a lealdade de seus empregados, fideliza clientes, reforça laços com parceiros, conquista novos clientes e aumenta sua participação no mercado.³²

Por outro lado, o fenômeno da criação dos centros de memória empresarial analisado nesta dissertação pode estar relacionado ao que Hartog (2006) chamou de uma mudança na perspectiva quanto ao olhar para o futuro, devido às incertezas do contexto vivido a partir dos anos 1980:

Três palavras resumem as mudanças: memória, mas trata-se de fato de uma memória voluntária, provocada (aquela da história oral), reconstruída (da história, para que se possa contar sua história; patrimônio, (1980 tinha sido decretado o ano do patrimônio). O sucesso da palavra e do tema (defesa, valorização, promoção do patrimônio) vai ao lado da crise da noção de 'patrimônio nacional'; comemoração, de uma comemoração a outra, poderia ser o título de uma crônica dos últimos dez anos. Estes três termos apontam todos em direção a outro, que é seu foco: a identidade (HARTOG, 2006, p. 139).

Para Hartog (2006), o uso do material, entre o objeto concreto e a lembrança (intangível), tornou possível o vínculo da memória com a história, dando sentido à criação de memoriais, pois somente neste espaço e com estes objetos seria possível reencontrar o presente com o passado.

É sabido que o autor supracitado examina o contexto europeu como fruto do presente disperso e sem perspectivas dos anos 1990, mas pode-se traçar paralelo com o que ocorreu em outros países, como no Brasil. Trazendo para a realidade brasileira e traçando relações com a reflexão de Hartog (2006) sobre o fenômeno de “patrimonialização galopante” na Europa, percebe-se que aqui também se multiplicam comemorações e arquivamentos como uma forma de conexão cada vez maior entre a memória e a história por meio da ativação de patrimônios.

³² A preocupação pelo social vem crescendo a cada dia. Neste contexto, o IPEA pesquisou 445 mil empresas e constatou que: 67% realizam alguma ação social para a comunidade; 63% atendem seus funcionários; 16% não realizam ação social; 81% das empresas de Minas Gerais realizam ações sociais para a comunidade, ficando o estado em primeiro lugar dentre os pesquisados; 61% das microempresas dão também a sua contribuição; empresas comerciais e industriais são as mais atuantes com respectivamente, 70% e 68%, seguidas das empresas de serviços com 65% e apenas 4% das empresas do ramo de agricultura, silvicultura, pesca e construção civil. (PELIANO, Anna Maria T. Medeiros. **A iniciativa privada e o espírito público**: a ação social das empresas do Sudeste brasileiro. Brasília: IPEA, out. 2000).

Gagete e Tottini (2004) argumentam que um dos aspectos mais significativos que tiveram impacto direto na vida das empresas neste período foi a revolução tecnológica na área de informática e das telecomunicações, que mudava rapidamente todos os paradigmas de produtividade e de gestão. Naquele momento, proprietários e executivos perceberam que, diante de tantas transformações, um dos maiores desafios era promover as necessárias mudanças, sem “perder sua identidade”. Por consequência, tomavam consciência que “sua identidade estava diretamente ligada à sua memória, aos processos que vivenciaram, aos erros e acertos, às inovações, superações, derrotas e vitórias que marcaram sua trajetória histórica” (*ibidem*, p. 119).

Parece significativa também a observação de que grandes empresas privadas investiram na criação de centros de documentação e memória focados na história destas empresas no tocante a determinadas famílias, regiões e em relação à nação brasileira justamente no momento em que se internacionalizavam e abriam seu capital para que outras famílias se tornassem suas proprietárias. Poder-se-ia interpretar essa ação como baseada na necessidade de firmar-se no mercado competitivo global como uma empresa genuinamente brasileira, ou uma empresa familiar com anos de atuação no mercado, a fim de não correr riscos de desmantelamento e prejuízos financeiros por parte de acionistas ou diretoria, além de garantir o reconhecimento e apoio do Estado com seus mecanismos de financiamento em prol da internacionalização das empresas privadas nacionais. Por outro lado, poder-se-ia interpretar esse processo como uma compensação simbólica às antigas famílias proprietárias pela perda de seu poder decisivo (em quantidade de ações) nestas empresas.

A construção de centros institucionalizados dentro de grandes empresas está inserida neste contexto de mudanças nos anos 1990 em relação aos novos usos da memória e da consequente patrimonialização do passado. A partir dos anos 2000, as ativações patrimoniais passaram a ser vistas como “responsabilidade histórica”, inseridas nos projetos de responsabilidade social de diversas empresas. As corporações promoveram-se como socialmente responsáveis. Exemplos disso são as empresas que no passado eram agentes poluentes do meio ambiente e que, neste período, implantaram programas de gestão ambiental como o ISO 14000, criado em 1993, com selos de certificação ambiental divulgados em seus produtos e

materiais promocionais, chamados de rotulagem ambiental³³, e, por conseguinte, no ano de 2010 foi definida a norma internacional ISO 26000 com o propósito de certificar as empresas socialmente responsáveis³⁴.

Também neste contexto e por consequência deste, surge o movimento chamado de “Governança Corporativa”, iniciado principalmente nos Estados Unidos, no qual acionistas perceberam a necessidade de novas regras que os protegessem dos abusos da diretoria executiva das empresas. Para superar estes conflitos a alternativa adotada por muitas empresas foi a aplicação dos preceitos do conceito de Governança Corporativa 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 (ações com valor de mercado). No entanto, os interesses do gestor nem sempre estavam alinhados com os do proprietário, resultando em um conflito de agência ou conflito agente-principal. Segundo o Instituto Brasileiro de Governança Corporativa (IBGC):

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. (INSTITUTO BRASILEIRO DE GOVERNANÇA CORPORATIVA, 2009, p. 19).

Na aplicação da Governança Corporativa a administração não ficaria mais nas mãos apenas de um diretor ou presidente, e sim, de um conselho administrativo que periodicamente prestará contas aos acionistas. A primeira consequência foi a perda da identidade corporativa, já que as empresas não eram mais dirigidas por seus donos e herdeiros, mas por executivos contratados.

Neste sentido, os Centros de Documentação e Memória podem ser explicados como uma forma de compensação simbólica aos antigos proprietários e aos grupos sociais que participaram da história da empresa pelas mudanças ocorridas em sua identidade e gestão, podendo ser vistos como um indício da relação da perda de uma determinada identidade. Esta foi a alternativa simbólica de

³³ INTERNATIONAL ORGANIZATION FOR STANDARDIZATION. **ISO 26000:2010**. Disponível em: <<http://www.iso.org/iso/home.html>>. Acesso em: 10 jan. 2012.

³⁴ INSTITUTO NACIONAL DE METROLOGIA, QUALIDADE E TECNOLOGIA. **Responsabilidade social: ISO 26000**. Disponível em: <http://www.inmetro.gov.br/qualidade/responsabilidade_social/iso26000.asp>. Acesso em: 15 abr. 2013.

compensar as antigas famílias proprietárias destas empresas neste novo modelo de gestão, podendo ser um sintoma das disputas de poder dentro das empresas. Desta forma, o “valor” da organização, como cita o conceito do IBGC acima, estaria preservado.

Há também muitos casos de iniciativas de criação de centros de documentação e memória já citados na introdução, que se inserem neste momento de gestão por governança corporativa, cabendo destacar como primeira experiência brasileira o Núcleo de Memória Odebrecht em 1984 e o caso analisado nesta dissertação, o Centro de Documentação e Informação Memória Gerdau em 1999.

Nassar (2008) apresenta o projeto da empresa Odebrecht como sendo o “pioneiro” centro de memória empresarial criado no Brasil. Desde 1984, a empresa multinacional Odebrecht³⁵ possui um acervo histórico com registros dos seus oitenta e oito anos de atuação no mercado, e este acervo encontra-se no Núcleo de Cultura Odebrecht, em Salvador (BA)³⁶.

Por ser considerada a primeira experiência no país, tornou-se importante seu detalhamento para esta análise, pois permitiu a busca de elementos motivadores para a implantação de centros de documentação empresarial que surgiram posteriormente. O Boletim “Odebrecht Informa” (1995), produzido pela empresa, define o Núcleo da Memória Odebrecht:

[...] O Núcleo da Memória Odebrecht (NMO) dispõe de um rico acervo composto de fotos, filmes, vídeos, catálogos, todas as publicações da Organização – incluindo livros, relatórios anuais da administração, folders, edições da revista Odebrecht Informa – documentos, diplomas, medalhas, condecorações, placas comemorativas e certificados, entre outros materiais. Para permitir o acesso dos integrantes da Organização a gama de informações contidas em seu acervo, o NMO dispõe, desde agosto de 1991, do Centro de Documentação e Referência (CDR), [...] instalado no escritório da Odebrecht no Rio de Janeiro. (ODEBRECHT, 1995, p. 1).

Conforme as informações descritas no *site* da empresa esta iniciativa ocorreu no ano de 1984 e tinha como objetivo inicial salvaguardar o acervo de imagens da empresa que estava se deteriorando. O nome dado ao projeto neste período foi

³⁵ Um conglomerado de origem brasileira com atuação nas áreas de transporte, mineração, saneamento, irrigação e arenas esportivas, com sede em Salvador (BA). (ORGANIZAÇÃO ODEBRECHT. **História**. Disponível em: <<http://www.odebrecht.com>>. Acesso em: 10 jun. 2011).

³⁶ ORGANIZAÇÃO ODEBRECHT. **Núcleo de Cultura Odebrecht**. Disponível em: <<http://www.odebrecht.com.br/organizacao-odebrecht/nucleo-cultura-odebrecht>>. Acesso em: 10 jun. 2011.

“Núcleo da Memória Odebrecht”³⁷. A mudança na nomenclatura do projeto veio com a ampliação da sua atuação incluindo no ano de 1991 as iniciativas socioculturais, contudo mantém seu acervo histórico sob a responsabilidade do Centro de Documentação e Referência (CDR) localizado em sua sede no Rio de Janeiro (RJ), pertencente ao departamento de Comunicação Empresarial.

Em setembro de 2001, o Núcleo da Memória Odebrecht inaugura em sua sede principal, em Salvador (BA), um memorial (museu) com parte do acervo reunido pelo Centro de Documentação e Referência. Na ocasião houve uma solenidade de inauguração à qual compareceram autoridades políticas, como Antônio Carlos Magalhães, e os herdeiros da empresa, Norberto e Emílio Odebrecht (ODEBRECHT, 2001).

Segundo Iervese (2010, p. 5), o local transformou-se em uma importante ferramenta de comunicação organizacional indispensável para o sucesso da empresa. A reportagem também afirma que:

em quatro anos o local já recebeu mais de 40 mil visitantes, sendo o CDR a ferramenta que oferece suporte a essas e outras iniciativas. Conforme o *link* sobre o núcleo, o propósito primordial foi o de impulsionar as conquistas no futuro, por meio do aprendizado das experiências do passado, representando a comunicação entre as três gerações que integram a empresa (atuantes na organização, mais experientes e os jovens).³⁸

Para a responsável pelo CDR, a administradora de empresas Ulla Von Czekus³⁹, o crescimento do acervo, inicialmente formado apenas por fotografias da empresa, produziu um quantitativo de mais de vinte e cinco mil documentos para serem sistematizados, demandando investimentos ainda maiores por parte da empresa.

Devido a este crescimento, em 2002 foi disponibilizada parte deste acervo ao público por meio de um Banco de Dados formado com a digitalização de todo o material. Os integrantes da empresa possuem acesso a estes registros por meio da Intranet – sistema *web* para uso interno de funcionários. A responsável informou

³⁷ ORGANIZAÇÃO ODEBRECHT, 10 jun. 2011.

³⁸ *Ibidem*.

³⁹ Informações enviadas por *e-mail* no dia 26 de junho de 2011 com a coordenação do CDR que está a cargo da administradora de empresas, Ulla Von Czekus (CZEKUS, Ulla Von. **Centro de Documentação e Referência** [mensagem pessoal]. Mensagem recebida por <fernanda_ott@yahoo.com.es> em 3 maio 2012).

ainda que 90% das consultas aos registros são do público interno e 10% do público externo.

O perfil de atuação destes projetos de memória empresarial, como o Odebrecht ou o do Grupo Gerdau entre outros, é variado, podendo ser uma iniciativa de departamentos como o de recursos humanos, cuja atuação está focada nas pessoas (funcionários e comunidade), ou do setor de assessoria de imprensa, que tem por função principal a geração de informações para divulgação da empresa ou da marca. Também são encontrados projetos deste tipo nas iniciativas dos institutos sociais ou culturais da própria empresa⁴⁰.

No caso estudado do Grupo Gerdau, o projeto está vinculado ao departamento de comunicação, sendo um difusor dos valores da empresa, sendo que a missão da empresa é “gerar valor para nossos clientes, acionistas, equipes e a sociedade, atuando na indústria do aço de forma sustentável”. Já a visão ou objetivo desta empresa é “ser global e referência nos negócios em que atua”, e para alcançar este propósito à empresa deve cultivar os seguintes valores: “ter a preferência do cliente; segurança das pessoas acima de tudo; pessoas respeitadas, comprometidas e realizadas; excelência com simplicidade; e foco em resultados, integridade com todos os públicos e sustentabilidade econômica, social e ambiental.” (GERDAU, 2010, p. 3).

A escolha do título “Chama Empreendedora – a história e a cultura do Grupo Gerdau”⁴¹ para um livro comemorativo do centenário desta empresa, publicado em 2001, pode ser um indício da construção de uma identidade da empresa. Nesta obra, no capítulo intitulado “Internacionalização da empresa Gerdau” é descrita a atuação global do grupo dando destaque às aquisições de plantas siderúrgicas uruguaias, canadenses e chilenas⁴².

Nesta publicação, a empresa é descrita como “pioneira” por sua antecipação no processo de internacionalização comparado ao da abertura econômica do país e ao processo geral de globalização. E com a abertura promovida pelo governo FHC, a lista de aquisições desta empresa descritas neste livro aumenta

⁴⁰ Cita-se como exemplos os Institutos culturais pertencentes a Bancos como: Instituto Cultural Banco do Brasil, Santander Cultural, Instituto Pão de Açúcar, entre outros.

⁴¹ Esta publicação foi lançada em 2001 em três idiomas, português, inglês e espanhol, tendo uma tiragem de 50 mil exemplares.

⁴² Em 1981, adquiriu a Siderúrgica *Laisa* no Uruguai e em 1989, a Siderúrgica *Courtice Steel* no Canadá. Em 1992, é a vez do Chile com a aquisição da Siderúrgica *Aza*.

consideravelmente, chegando em 1999 aos Estados Unidos com a compra da Siderúrgica *Ameristeel*.

Ao final do ano da publicação (2001), o Grupo Gerdau ostentava o título de maior produtor de laminados longos do Brasil, possuindo nove usinas no país, nove usinas no exterior e mais de 12 mil colaboradores. Ainda que a empresa tenha se posicionado no mercado internacional operando em vários países, caracteriza-se por ser uma multinacional, isto é, empresa com forte vínculo cultural e econômico com seu país sede (HIRSCH, 1988, *apud* PRATS, 1997).

No mesmo momento em que houve o movimento de internacionalização da Gerdau, no ano de 1999 foi implantado em Porto Alegre o Centro de Documentação e Informação Memória Gerdau – ou, simplesmente, Memória Gerdau – valorizando a história local da empresa.

Uma possível explicação pode ser dada pelos Indicadores de macroprocessos dos assuntos institucionais do Grupo Gerdau (ICC)⁴³, que descrevem uma mudança de atuação de processos de gestão na empresa. No ano de 2007, o Memória Gerdau mudou seu foco, para operar não apenas como espaço de preservação do acervo histórico da empresa, agregando as funções de, nas palavras do responsável Carlos Doss, “um apurador das informações históricas, em que os dados são avaliados pela equipe do centro antes de serem repassados aos demais veículos internos da empresa”⁴⁴.

O período entre 1990 e 2005 foi o momento da internacionalização e de maior expansão da empresa, tornando fundamental esta afirmação identitária, apresentando-se como uma empresa globalizada. Em 2001, a empresa assumia a vigésima quarta posição mundial de empresas produtoras de aço segundo o *Metal Bulletin* com 7,1 milhões de toneladas de aço por ano.⁴⁵

Em 2001, a empresa finalizou os investimentos para com a celebração dos seus 100 anos de fundação (1901-2001) comemorados, principalmente com a criação em 1999 do Centro de Documentação e Informação Memória Gerdau, somado ao projeto de memória oral com mais de noventa depoentes entre antigos funcionários e herdeiros, entre outros, um vídeo sobre os 100 anos da empresa apresentado nas festas realizadas ao longo de 2001, em todas as capitais dos

⁴³ O conteúdo do ICC está descrito nos relatórios anuais da empresa a partir do ano de 2006.

⁴⁴ Carlos é o responsável pelo espaço e falou sobre o projeto com a autora em fevereiro de 2012.

⁴⁵ GERDAU, op. cit., 2001.

estados que a empresa mantinha unidades, e por fim, o concerto de música clássica realizado pela Orquestra Sinfônica do Teatro São Pedro de Porto Alegre, encomendado pela empresa (RS).

Ainda sobre o impacto da internacionalização da empresa, o mapa mundial estilizado, publicado nas páginas finais do livro sobre os 100 anos da Gerdau (GERDAU, 2001) pode indicar como a empresa representava-se no período de 2001. Ao mapa foi dado o título “Desempenho Histórico – Grandes Números” e mostra a presença da empresa no Brasil e no exterior, com usinas no México, Estados Unidos, Canadá, Chile, Argentina e Uruguai. Este mapa não foi desenhado conforme a divisão geopolítica, com os limites territoriais dos países e dos continentes. Uma possível interpretação leva à intenção que estava em demonstrar a identidade assumida pela Gerdau no período, ser uma empresa global, sem as limitações das fronteiras dos países em que estivesse atuante e fazendo com que os países nos quais não estivesse fossem mera “massa cinzenta” sem relevância.

Figura 1: Gerdau: distribuição geográfica dos negócios da empresa



Fonte: Gerdau (2001, p. 259).

Pode parecer, inicialmente, uma contradição o investimento com a criação de um Centro de Documentação e Memória localizado em Porto Alegre, em um contexto de internacionalização da empresa. Como foi possível observar nas fontes, a maior quantidade de documentos guardados no espaço está ligada à trajetória da empresa nesta cidade e à trajetória familiar dos seus fundadores. Esses elementos

levam à hipótese de ser a criação do Centro de Documentação e Memória compensação simbólica em relação às perdas que as antigas famílias e as comunidades locais tiveram com a Governança Corporativa e a internacionalização da empresa.

Ao abordar a emergência de identidades locais num contexto de Globalização, Hall (2005) aponta para algo que considera uma possível explicação para este contrassenso, sendo provável que se produzam novas identidades “globais” como consequência da desintegração das identidades nacionais, simultaneamente, ao reforçamento das identidades locais. Este efeito é perceptível pela aceleração dos processos globais, quando as distâncias são mais curtas e os eventos produzem um impacto imediato nas pessoas e lugares situados a grande distância, possibilitando que esta nova identidade seja partilhada (*ibidem*, p. 67).

No interior do discurso do consumismo global, as diferenças e as distinções culturais, que até então definiam a *identidade*, ficam reduzidas a uma espécie de *lingua franca* internacional e de moeda global, em termos dos quais todas as tradições específicas e todas as diferentes identidades podem ser traduzidas. Este fenómeno é conhecido como ‘homogeneização cultural’ (HALL, 2005, p. 75-76).

Desta forma, como se observará nas fontes expostas adiante, é possível afirmar que o Grupo Gerdau buscou esta “homogeneização cultural” neste período de internacionalização, utilizando-se da memória local, mais especificamente da cidade de Porto Alegre, e, sobretudo, da memória familiar, como uma referência para a transmissão ou “exportação” dos valores familiares, que deram origem à fábrica de pregos localizada na capital gaúcha, início da trajetória centenária do grupo, sendo a memória um elemento constituinte do sentimento de identidade, tornando-se um fator determinante para a construção do sentimento de continuidade e de coerência de uma pessoa ou um grupo (POLLACK, 1992, p. 7), ou, nas palavras de Gagete e Totini (2004), quando referem-se ao processo de criação de espaços de memória em empresas:

Naquele momento, perceberam que, diante de tantas transformações, um dos maiores desafios era promover as necessárias mudanças, sem perder sua identidade. Por consequência, tomavam consciência que sua identidade estava diretamente ligada à sua memória, aos processos que vivenciaram, aos erros e acertos, às inovações, superações, derrotas e vitórias que marcaram sua trajetória histórica. Em outras palavras, percebiam que ‘quando há consciência da verdadeira identidade de uma organização, ela é capaz de manter a memória de seu processo evolutivo e equilibrar seu

sentido de autonomia com a necessidade de mudar e adaptar-se' (GAGETE; TOTINI, 2004, p. 119).

No caso do Grupo Gerdau, no contexto de implantação de seu Centro de Documentação e Memória, foram os valores herdados pelos primeiros fundadores no final do século XIX, os escolhidos para representar a identidade da empresa globalizada no século XXI, e ainda segundo afirma Pollack (1992, p. 3), o caráter permanente oferecido pela memória é inquirido por meio de lugares, personagens e acontecimentos, que para a empresa seria a primeira fábrica de pregos da família Gerdau (lugar), seus fundadores (personagens) e a data de sua fundação, 16 de janeiro de 1901 (acontecimento), sendo analisados nesta dissertação como categorias de representações do passado na memória de empresas privadas ligadas a família, ao lugar (história local), ao Brasil e ao mundo, conforme Bardin (1977), e que serão devidamente comprovadas com as fontes.

Hall (2005) aborda a questão de que, no contexto da Globalização, existem evidências de um afrouxamento de fortes identificações com a cultura nacional e um reforço de outros laços e lealdades culturais, “acima” e “abaixo” do nível do estado-nação. Isso não quer dizer que as identidades nacionais desapareceram ou enfraqueceram, elas continuam fortes, mas outras identidades, como as locais ou regionais, tornaram-se mais importantes (p. 73).

A dinâmica das identidades na contemporaneidade ajuda a compreender essa “explosão” de investimentos de empresas privadas e de movimentos sociais em patrimônio e memória. Segundo Hall (2005), a relação entre esse contexto de globalização com a questão das identidades aponta para o fato destas se tornarem mais dinâmicas e efêmeras, uma “celebração móvel”, formada e transformada continuamente em relação às formas pelas quais o sujeito é representado ou interpelado nos sistemas culturais que o rodeiam⁴⁶.

Pode-se supor, também, que o investimento de algumas empresas na construção de memória e identidade corporativa insere-se nesse processo de deslocamento das identidades. Observando o potencial mobilizador das identidades, é provável que os executivos destas empresas quisessem que seus trabalhadores e

⁴⁶ Para Stuart Hall (2005, p. 13), “o sujeito assume identidades diferentes em diferentes momentos, identidades que não são unificadas ao redor de um ‘eu’ coerente. Dentro de nós há identidades contraditórias, empurrando em diferentes direções, de tal modo que nossas identificações estão sendo continuamente deslocadas. Se sentimos que temos uma identidade unificada desde o nascimento até a morte é apenas porque construímos uma cômoda estória sobre nós mesmos ou uma confortadora ‘narrativa do eu’”.

consumidores “lutassem” por essa identidade assim como um soldado luta por sua identidade nacional.

Convive-se hoje com muitas identidades que podem interagir entre si ou não. Neste ponto é possível refletir que o aumento gradativo da importância dada às identidades corporativas (de empresas) tornou-se necessária e o reforço da marca da empresa por meio dos usos da memória tornou-se imprescindível para a longevidade da corporação em um mercado visto como competitivo.

Renato Ortiz e Zita Possamai (2002) afirmam que a “mundialização cultural” é encontrada, evidentemente, associada com o processo de globalização econômica e técnica, porém não coincide de maneira íntegra com ele, por isso os temas das identidades nacionais e étnicas ainda estão presentes no contexto da globalização. Talvez o elemento mais característico do processo da “mundialização da cultura” seja a “desterritorialização” de determinados padrões culturais, que se distanciam de suas raízes nacionais ou regionais (locais) para voltarem mundializados, e neste caso, ocorre uma grande transformação das categorias espaciais ao lado da concepção de uma realidade local nacional – transnacional –, que lhes atravessa, redefinindo o próprio mundo no qual estão inseridos. Nas palavras dos autores:

O mundo contemporâneo não é, portanto, um ‘mundo sem fronteiras’ como muitas vezes se diz. Surgem na verdade novas fronteiras que sem eliminar as anteriores as redefinem, as reorganizam. O problema que se coloca não é, pois, o da anulação do espaço, como se a História tivesse chegado ao seu final, mas como se organiza uma outra história no contexto de um novo mapa mundi (ORTIZ; POSSAMAI, 2002, p. 18).

Enquanto os sistemas de significação e representação cultural se multiplicam, se é confrontado por uma multiplicidade desconcertante e cambiante de identidades possíveis, com cada uma das quais seria possível uma identificação, ao menos temporária. Hall (2005) conclui que as identidades no mundo contemporâneo tornaram-se mais complexas e qualificadas. Nesse contexto de deslocamento de identidades, empresas privadas passam a atuar na perspectiva de utilizar a capacidade mobilizadora das identidades para ampliar seu lucro, e um dos tipos de atuação refere-se à criação de centros de documentação e memória.

Apesar de todos os investimentos, o Centro de Documentação não determinou em nenhum documento uma futura preocupação com a preservação dos registros históricos das unidades internacionais que foram adquiridas. Neste

período, a preocupação dos gestores do centro de documentação estava na coleta de documentos e objetos “históricos” da empresa em Porto Alegre e das unidades no Brasil.

2.2 O campo e o mercado de memórias

Como observado nas páginas anteriores, o campo do patrimônio no Brasil foi um campo de lutas em que determinados sujeitos, como historiadores, arquitetos, sociólogos, artistas, entre outros, foram considerados autorizados a falar. Com a criação do IPHAN em 1937, o objeto desta disputa estava na construção do patrimônio nacional. Os arquitetos tiveram um papel decisivo na constituição do patrimônio, não apenas como instituição, mas como construção da coleção de bens representativos da cultura brasileira.

Também foi verificado que a “patrimonialização galopante dos anos 1990” (HARTOG, 1997) gerou um aumento de mercado para profissionais que trabalham com patrimônio, especialmente fora da tradicional atuação dos Estados Nacionais: entre movimentos sociais e setores empresariais. Entre esses profissionais estão museólogos, arquivistas, comunicadores e os historiadores que acabam por disputar espaço neste “mercado de memórias”⁴⁷, assim definido por Verena Alberti:

As formas de retorno ao passado que se verificam hoje em dia têm um componente relativamente novo, que é sua plasticidade. Fotografias, sons, filmes, caricaturas, mobiliários e objetos em geral povoam museus, exposições, programas de televisão e livros de edição cuidadosa. Não interessa tanto ‘desvendar’ e interpretar [essa que é a atribuição dos historiadores, e não resgatar] o passado, e sim resgatar partes dele, fazê-las reviver fora de seu contexto original, em um mercado de bens culturais, onde elas adquirem novas funções: ativar os sentidos de espectadores, leitores e ouvintes e, dependendo do caso, de clientes e funcionários, com o intuito de aumentar a produtividade de empresas e de promovê-las no mercado (ALBERTI, 1996, p. 1-2).

O “mercado de memórias” levou o profissional de História a trabalhar em projetos fora do ambiente escolar e acadêmico, locais habituais de trabalho. Sobre este novo espaço de atuação, podem-se citar os indícios percebidos no meio

⁴⁷ O termo “mercado de memórias” foi anteriormente utilizado pela historiadora Verena Alberti e que aqui tomo de empréstimo (ALBERTI, 1996).

privado: o surgimento de empresas especializadas de historiadores, como a empresa Memória & Identidade, criada em 1988 pelas historiadoras Élide Gagete e Beth Tottini⁴⁸, uma das primeiras empresas do ramo e que possui em sua carta de clientes algumas das iniciativas de memória empresarial em São Paulo e região, como o Centro de Documentação e Memória Grupo Ultra (SP, 1992), o Centro de Documentação e Memória Garoto (ES, 1994), o Memória Ipiranga (RS, 1997), entre outros⁴⁹. Esta empresa também oferece cursos e palestras sobre a criação de centros de memória empresarial e sua evolução no Brasil. Segundo as historiadoras supracitadas:

Embora muitas vezes a memória empresarial se relacione à celebração de datas marcantes, o potencial de projetos dessa natureza é bem mais amplo. A memória empresarial pode se transformar em ferramenta de gestão, dando suporte às áreas de comunicação, marketing, gestão de pessoas, identidade corporativa, relacionamento com *stakeholder*⁵⁰ e ainda setores técnicos. Para tanto, os projetos devem ser concebidos e geridos de acordo com estratégias de curto, médio e longo prazo, de forma a contemplar os reais objetivos da organização.⁵¹

Estas empresas formadas por historiadores procuraram referências em instituições tradicionalmente ligadas à preservação de acervos, como os museus e institutos históricos públicos e, desta maneira, estabeleceram um modelo de atuação dentro do espaço empresarial implantando os centros de documentação e memória em inúmeras empresas privadas brasileiras. Segundo as autoras sobreditas:

Somente a partir de meados dos anos 70, começam a ser criados na estrutura organizacional das empresas cargos estratégicos de 'historiadores-arquivistas', que responsabilizam-se não apenas pela preservação, mas também pela 'exploração' dos acervos, valorizando o

⁴⁸ Beth Totini é historiadora graduada pela Universidade de São Paulo e pós-graduada em Arquivística e Documentação pelo Instituto de Estudos Brasileiros (IEB-USP), fundadora e Diretora de Produção da Memória & Identidade; e Élide Gagete é historiadora graduada pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo e pós-graduada em Arquivística e Documentação pelo Instituto de Estudos Brasileiros (IEB-USP) e consultora da Memória & Identidade desde 1991, respondendo pela supervisão de projetos na área de pesquisa histórica e produtos institucionais.

⁴⁹ MEMÓRIA E IDENTIDADE. **Principais clientes:** Implantação e gestão de Centros de Documentação e Memória. Disponível em: <http://www.memoriaeidentidade.com.br/clientes_gestao.asp>. Acesso em: 6 nov. 2012.

⁵⁰ A expressão em inglês *stakeholder* é muito utilizada no meio empresarial para definir as partes interessadas da empresa, podendo ser acionistas, diretores, investidores, funcionários, entre outros, que devem estar de acordo com as práticas de governança corporativa executadas pela empresa. (INSTITUTO BRASILEIRO DE GOVERNANÇA CORPORATIVA. **Glossário de governança corporativa.** Disponível em: <<http://www.ibgc.org.br/Secao.aspx?CodSecao=23>>. Acesso em: 22 nov. 2012).

⁵¹ MEMÓRIA E IDENTIDADE, op. cit., 2012.

potencial analítico da história da empresa para a empresa (GAGETE; TOTINI, 2004, p. 116-117).

O jornalista Paulo Nassar (2008) entende que quando a empresa opta pela contratação externa de um profissional para projetos de memória, isto é, profissionais que não integram a equipe interna da empresa, os historiadores lideram a posição, com 32,4% da amostra analisada por este autor, seguidos pelos jornalistas (17,6%) e logo depois pelos publicitários (12,2%). Os profissionais de outras especialidades como biblioteconomia e arquivologia pontuam 9,7% da amostra (*ibidem*, p. 167)⁵².

Segundo o mesmo autor, foram considerados os dados fornecidos por meio de questionários respondidos em entrevistas com os profissionais indicados pelas empresas selecionadas. Contudo, os profissionais responsáveis pela coordenação dos projetos apontados pela pesquisa foram de relações públicas, seguidos pelos jornalistas e profissionais de *marketing*, habituais nos setores de comunicação das grandes empresas. Como estes projetos estão associados à história da empresa e à memória de seus fundadores e funcionários, muitos historiadores são chamados para realizar as pesquisas históricas e trabalham com outros profissionais como os arquivistas, bibliotecários, museólogos, administradores, arquitetos, formando uma equipe multidisciplinar de atuação.

Este fenômeno de criação de centros de documentação e memória em empresas privadas gerou também, no período de 1999 a 2003, os “Encontros de Memória Empresarial” promovidos pela Aberje⁵³ em parceria com o Museu da Pessoa, que resultaram, posteriormente, na realização do Prêmio Aberje de Memória Empresarial⁵⁴. Este dado torna-se relevante para esta análise, pois mostra o esforço de manutenção do trabalho de memória realizado pelas empresas privadas.

A Aberje promoveu os estudos de memória e história de empresas em cursos, palestras e *workshops*, ministrados por profissionais de Relações Públicas e

⁵² Nassar realiza sua pesquisa baseado em uma amostra de dados coletados em 2004 e 2005 em empresas das regiões sudeste e nordeste do Brasil, sendo que as empresas do Rio Grande do Sul não foram avaliadas. (NASSAR, Paulo. **Relações públicas na construção da responsabilidade histórica e no resgate da memória institucional das organizações**. 2. ed. São Paulo: Difusão, 2008).

⁵³ A autora desta dissertação participou de todos os encontros promovidos pela Aberje.

⁵⁴ A Aberje possui uma divisão em Regionais distinta do padrão geopolítico adotado no Brasil, que são: Regional Espírito Santo e Rio de Janeiro, Regional Minas Gerais e Centro-Oeste, Regional Norte-Nordeste, Regional Norte Nordeste, Regional São Paulo e Regional Sul.

Jornalismo. O Prêmio Aberje⁵⁵, que está na sua 39ª edição, possui entre as suas categorias de premiação a de “Responsabilidade Histórica e Memória Empresarial”⁵⁶.

O primeiro “Prêmio Aberje de Memória Empresarial” foi criado em 2000. A categoria “Memória Empresarial” teve seu nome alterado em 2003 para “Responsabilidade Histórica e Memória Empresarial”, que perdurou até a edição de 2010 sem ser descontinuada. Esta premiação pode ser um dos indícios que explicaria o porquê de, a partir dos anos 1990, haver esse fenômeno em que empresas privadas passam a se preocupar com o que chamam de “responsabilidade histórica” e “memória”.

O regulamento do ano de 2006 define como ações, projeto ou campanha para a categoria “Responsabilidade Histórica e Memória Empresarial” aquelas que tenham desenvolvido:

Conjunto de ações ou trabalhos cujos objetivos são a preservação, a valorização e a divulgação da memória de empresas e instituições e as inter-relações entre a história da organização, o contexto de desenvolvimento do(s) setor (es) em que atua, as comunidades e demais públicos de relacionamento. Nesta categoria incluem-se trabalhos voltados à preservação permanente da memória empresarial (como Museus e Centros de Memória) e campanhas voltadas a comemorações históricas específicas. Forma de apresentação para o Prêmio: os trabalhos inscritos nessa categoria deverão ser apresentados na forma de cases que descrevam todas as características do projeto e as ações de comunicação utilizadas. Deverão incluir todas as peças que compõem o desenvolvimento do projeto ou campanha (folhetos, *folders*, cartazes, anúncios, boletins, livros, vídeos, brindes etc.). Não serão considerados trabalhos que contenham uma única peça (ABERJE, 2006).⁵⁷

A própria Aberje organizou-se e em 2001 implantou o Centro de Memória e Referência Aberje, setor responsável pela guarda de seu acervo histórico. Por ser uma associação privada sem fins lucrativos, as empresas laureadas deveriam estar associadas à instituição e pagar as taxas de inscrição. Apesar disso, é possível mensurar quais as empresas foram premiadas, quais suas regionais e os tipos de

⁵⁵ Histórico enviado por *e-mail* no dia 25 de agosto de 2011 pela responsável pelo Centro de Memória e Referência Aberje, Gisele Souza. Este Centro está localizado em São Paulo, SP, na sede da Associação (SOUZA, Gisele. **Prêmio Aberje** [mensagem pessoal]. Mensagem recebida por <fernanda_ott@yahoo.com.es> em 3 maio 2012).

⁵⁶ Vide no Anexo A a lista dos vencedores do Prêmio Aberje nesta categoria até o ano de 2010. Dados fornecidos pela Aberje em 25 de agosto de 2011.

⁵⁷ ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE COMUNICAÇÃO EMPRESARIAL. **Prêmio ABERJE 2006**: gestão de comunicação e relacionamento. Disponível em: <<http://www.aberje.com.br/premio/2006/8.htm>>. Acesso em: 12 jun. 2011.

projetos. Os indicadores examinados representam quais os investimentos no meio privado, servindo de referência para a análise da questão das memórias e práticas de ativação patrimonial em empresas privadas no Brasil.

As empresas vencedoras nesta categoria foram aquelas que ao se inscrever cumpriram os requisitos do regulamento e comprovaram os usos da memória como ferramenta de *marketing* e de fortalecimento da sua identidade corporativa. Do ano 2000 até 2010, quarenta e sete empresas foram premiadas nesta categoria, dentre estas: quatro empresas apresentaram a implantação de Centros de Documentação; quatro empresas apresentaram exposições temporárias de seu acervo histórico; nove desenvolveram projetos relacionados à memória oral e depoimentos de pessoas ligadas a história das empresas; e vinte e três publicaram livros comemorativos de cunho histórico-institucional.

Entre os projetos agraciados examina-se que o critério básico de pontuação é a visibilidade das ações entre os públicos destas empresas como: funcionários, clientes e fornecedores, estendendo-se para as comunidades nas quais as empresas são atuantes. Observou-se também que as regiões de atuação destas empresas ou a localização de seus projetos são em sua grande maioria pertencentes à Regional Minas Gerais e Centro-Oeste, sendo que a grande concentração está em Minas Gerais, seguida por São Paulo, Espírito Santo e Rio de Janeiro. A região Sul, formada por Paraná, Santa Catarina e Rio Grande do Sul, equipara-se com a Regional Nordeste e Norte, conforme os dados expostos no portal Aberje para explicar o regulamento do prêmio⁵⁸.

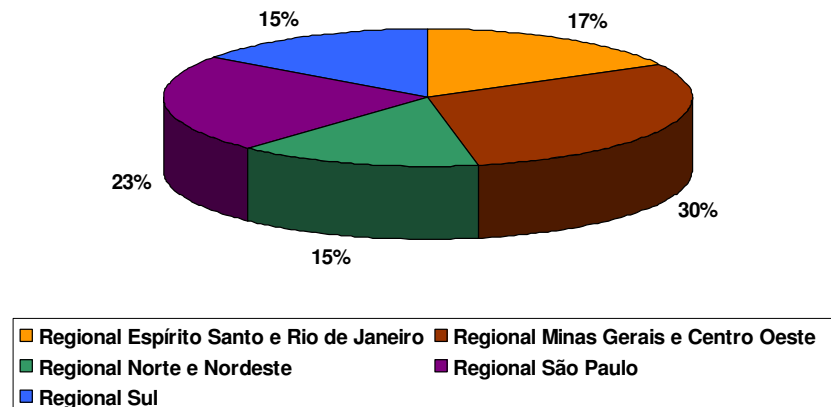
Este é o caso da empresa Garoto S.A. (ES-1994), uma das primeiras vencedoras do Prêmio Aberje de Memória Empresarial no ano 2000 com o Centro de Documentação e Memória e Exposição; ou do Centro de Memória Multibrás (SP, 1995) agraciado em 2001; ou do Memória Ipiranga (RS-1997) que recebeu a premiação em 2006; e, curiosamente, este espaço foi desativado em 2007 com a compra do Grupo Ipiranga pelo Grupo Petrobrás, Braskem e Ultra⁵⁹.

⁵⁸ ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE COMUNICAÇÃO EMPRESARIAL. **Regulamento do Prêmio ABERJE**. Disponível em: <<http://www.aberje.com.br/>>. Acesso em: 11 abr. 2013.

⁵⁹ “A compra do grupo Ipiranga pela Petrobras, Braskem e grupo Ultra, de US\$ 4 bilhões, consiste no maior negócio já realizado no país”. (O GLOBO ECONOMIA. **Compra do grupo Ipiranga, de US\$ 4 bilhões, é maior aquisição já realizada no país**. Publicado em: 19 mar. 2007. Disponível em: <<http://oglobo.globo.com/economia/compra-do-grupo-ipuranga-de-us-4-bilhoes-maior-aquisicao-ja-realizada-no-pais-4208420#ixzz2Gw5N52rm>>. Acesso em: 15 ago. 2011.

No gráfico abaixo é demonstrada esta distribuição geográfica dos projetos de memória empresarial, cabe observar que a distribuição geográfica utilizada é a mesma proposta pela Aberje:

Gráfico 1: Prêmio Aberje Memória Empresarial – Índice de Vencedores por Região



Fonte: elaborado pela autora.

No ano de 2002, o Grupo Gerdau S.A. recebeu o prêmio pela implantação do Centro de Documentação e Informação Memória Gerdau. Atualmente, este centro pertence ao Comitê de Memória Empresarial da Aberje⁶⁰.

No centro de documentação e informação Memória Gerdau, entre 1999 e 2000, a equipe foi chefiada por uma arquivista, submetida ao departamento de comunicação, podendo ser um indício da autoridade exercida por este profissional. Em contrapartida, no memorando datado de maio de 1999, na fase de levantamento documental referente à composição da empresa, entre as atividades relatadas estava a identificação dos documentos para descarte/reavaliação e constituição do acervo, que assim descreve: “Avaliação – dos documentos segundo a sua procedência, observando que a composição do acervo terá como base os documentos produzidos pelo Grupo, conforme seu valor administrativo/informativo e ou valor probatório.” (GERDAU, 26 maio 1999).

Não há neste mesmo documento referências a quem faria a avaliação e quem teria a autoridade para julgar o “valor probatório” deste documento. A partir de 2001 até 2007, a coordenação do Centro foi dividida entre um historiador, responsável pela pesquisa histórica, e um arquivista, responsável pela guarda do material. O

⁶⁰ Referência citada por Carlos Doss, responsável pelo Memória Gerdau em reunião com a autora em fevereiro de 2012.

historiador contratado era sob a forma de estágio de graduação e o arquivista, graduado e com registro profissional. Apesar desses profissionais trabalharem em conjunto na identificação e indexação dos registros, na organização do acervo prevaleceu a estrutura definida pelo historiador, sem plano de assunto que limitasse o tempo de permanência de um documento no arquivo e dando relevância também aos documentos não oficiais como relatórios administrativos recorrentes no espaço empresarial. Os documentos passavam pela análise do historiador, que avaliava sua pertinência para com a história da empresa.

Segundo a experiência da autora, que participou da equipe do centro de documentação como estagiária de história entre 1999 e 2000, um dos primeiros trabalhos que é dado ao historiador de um centro de documentação é a pesquisa em fontes que irão comprovar uma cronologia anteriormente elaborada pela empresa.

No caso do Centro de Documentação Memória Gerdau, há algumas versões de cronologias, anteriores à implantação do Memória Gerdau, porém não foi encontrado nas fontes a autoria destas cronologias preexistentes. Foi possível detectar que a coleta de documentos pela empresa foi definida a partir dos fatos descritos em uma cronologia preexistente; o trabalho consistia em identificar os dados que registrassem ou que pudessem confirmar que aquele fato elegido realmente ocorreu naquele ano determinado.

A partir de 2008, os serviços arquivísticos foram suspensos, sendo exercidos em contrato temporário de manutenção. O historiador manteve-se como o responsável pelo conteúdo histórico, agora incorporado à equipe do setor de comunicação e *marketing*, exercendo também funções administrativas, segundo a linha do tempo do próprio Centro de Documentação e Memória Gerdau⁶¹. Este historiador somente é reconhecido como tal quando o assunto for relacionado à história e memória da empresa, já não se apresentando como historiador e sim, como equipe de comunicação e *marketing*. Para cada informação que se solicite ao historiador, este deveria obter a autorização do gerente de comunicação, regra válida até o momento da escrita desta dissertação.

Outro importante indício sobre as relações de autoridade pode ser encontrado na ficha catalográfica ou ficha técnica do livro sobre os cem anos da Gerdau⁶². Esta ficha descreve entre os dados técnicos, exigidos pelas normativas editoriais, os

⁶¹ Linha do tempo do Memória Gerdau, produzida por Carlos Doss (2012).

⁶² GERDAU, op. cit., 2001.

autores da publicação, já que esta obra não foi publicada como autoral, mas por uma editora especializada chamada “Prêmio Editora”⁶³ (figura 2).

Figura 2: Ficha técnica do livro “Chama Empreendedora: a História e a Cultura do Grupo Gerdau (1901-2001)”



Fonte: Gerdau (2001, p. 8).

Em primeiro lugar, estão descritos os nomes dos executivos da própria editora; em sequência, encontra-se a referência à supervisão geral do livro realizada pelo Departamento de Comunicação Social da Gerdau, novamente sem nominar os

⁶³ Editora que publicou livros institucionais de empresas como: General Motors do Brasil – 70 anos de história (1995); Sadia: 50 anos: Construindo uma história (1994); Mackenzie 126 Anos de Ensino - Valores Acima do Tempo (1997); Renner Herrmann 70 Anos - Nas Cores, uma História (1997); Uma História de Realizações Empresas Petróleo Ipiranga 60 Anos e Chama Empreendedora – A história e a cultura do Grupo Gerdau (2001).

autores, seguidos pelo nome da coordenação editorial e os nomes daqueles que trabalharam na pesquisa, não se mencionando seus campos de atuação. O mesmo ocorre com a autoria do texto, cujo campo de atuação também não é mencionado, podendo ser jornalista, comunicador ou engenheiro, entre outros. Este recurso de não identificação do campo de atuação pode ser um indício de autoridade da empresa sobre a obra, dando um papel secundário aos seus autores.

Não há dúvida quanto à ampliação do campo de atuação de um profissional de História no Brasil, contudo a questão que se coloca é a relação deste profissional em ambientes nos quais tenha que se submeter à vontade empresarial e disputar autoridade com outros profissionais de áreas afins como a Arquivologia, Museologia e Comunicação. O historiador é visto academicamente como aquele que tem a autoridade para falar sobre o passado, mas não necessariamente é o único autorizado para falar quando o assunto é “memória”.

Durval Muniz Albuquerque⁶⁴ defendeu que nas instituições relacionadas ao patrimônio histórico, o historiador tem o papel fundamental de questionar as narrativas que sustentam a patrimonialização, e muito destes discursos do patrimônio histórico são pautados pela identidade, cabendo ao historiador fazer uma análise crítica sobre este processo, tendo em vista que a memória e a história são opostas. O autor continua:

[...] o papel do historiador é construir o passado com diferença em relação ao presente e não continuidade do presente, o papel do historiador é marcar as fronteiras que separam as estruturas do passado com as do presente, e não encontrar semelhanças entre as origens até os nossos dias. [...] (ALBUQUERQUE, 2011).

No campo da memória empresarial muitos estão autorizados a falar, contudo outros profissionais que atuam neste tipo de projeto há anos já possuem as suas profissões regulamentadas. Os comunicadores – jornalistas, publicitários e relações públicas - foram os primeiros, iniciando pelos publicitários, que possuem o registro profissional desde a promulgação da Lei n.º 4.680, de 18 de Junho de 1965. Esta lei não limita o exercício da profissão para apenas aqueles que possuem diploma

⁶⁴ O Museu de História da Medicina do Rio Grande do Sul e o GT Acervos promoveram no dia 18 de agosto uma mesa-redonda com os Historiadores Prof. Dr. Durval Muniz Albuquerque, ex-presidente da ANPUH Nacional (2009-2011) e Prof. Dr. Benito Bisso Schmidt, atual presidente (2011-2013). (ALBUQUERQUE, Durval Muniz. **O historiador e o patrimônio histórico**: parte 2. Vídeo, 23min34seg. Publicado em: 2011. Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=xiNxiOUs7ts>>. Acesso em: 22 nov. 2012).

acadêmico, mas a todos que “exercçam funções de natureza técnica da especialidade [...]”⁶⁵.

Passados quatro anos, no ano de 1969, foi publicada a lei que dá registro aos jornalistas, retificada em 1978, trazendo em seu texto no artigo 4º os critérios para o exercício da profissão, sendo necessário, nos termos do inciso III, “diploma de curso de nível superior de Jornalismo ou de Comunicação Social, habilitação Jornalismo, fornecido por estabelecimento de ensino reconhecido na forma da lei [...]”⁶⁶.

Os arquivistas igualmente organizaram-se e, no ano de 1978, foi publicada a Lei n.º 6.546, de 4 de julho, que regulamenta a profissão de arquivista e traz no seu artigo primeiro que “o exercício das profissões de Arquivista e de Técnico de Arquivo, com as atribuições estabelecidas nesta Lei, só será permitido: I - aos diplomados no Brasil por curso superior de Arquivologia, reconhecido na forma da lei [...]”⁶⁷.

Os museólogos regulamentaram a profissão com a Lei n.º 7.287, de 18 de dezembro de 1984, dando direito a exercer a profissão a todos aqueles diplomados ou que comprovassem o exercício da profissão por mais de cinco anos⁶⁸.

Quanto aos historiadores, parece haver uma direta relação entre a ampliação do campo de atuação nas últimas duas décadas e as articulações pela regulamentação profissional que, desde o ano 2009, tramita no Senado Federal. A proposta de lei (Projeto de Lei do Senado n.º 368/2009) regulamentará o exercício profissional do historiador. No texto inicial, de autoria do senador Paulo Paim, do Partido dos Trabalhadores do Rio Grande do Sul, na justificativa encontra-se a seguinte afirmação:

⁶⁵ BRASIL. Lei n. 4.680, de 18 de junho de 1965. Dispõe sobre o exercício da profissão de Publicitário e de Agenciador de Propaganda e dá outras providências. **Diário Oficial da União**, Brasília, 21 jun. 1965, p. 5748. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l4680.htm>. Acesso em: 28 set. 2012.

⁶⁶ BRASIL. Decreto n. 83.284, de 13 de março de 1979. Dá nova regulamentação ao Decreto-Lei nº 972, de 17 de outubro de 1969, que dispõe sobre o exercício da profissão de jornalista, em decorrência das alterações introduzidas pela Lei nº 6.612, de 7 de dezembro de 1978. **Diário Oficial da União**, Brasília, 13 mar. 1979, p. 3594, ret. 14 mar. 1979, p. 3705. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/Antigos/D83284.htm>. Acesso em: 28 set. 2012.

⁶⁷ BRASIL. Lei n. 6.546, de 4 de julho de 1978. Dispõe sobre a regulamentação das profissões de Arquivista e de Técnico de Arquivo, e dá outras providências. **Diário Oficial da União**, Brasília, 5 jul. 1978, p. 10296. Disponível em: <<http://www.conarq.arquivonacional.gov.br/cgi/cgilua.exe/sys/start.htm?infoid=92&sid=52>>. Acesso em: 28 set. 2012.

⁶⁸ BRASIL. Lei n. 7.287, de 18 de dezembro de 1984. Dispõe sobre a Regulamentação da Profissão de Museólogo. **Diário Oficial da União**, Brasília, 19 dez. 1984, p. 19033, ret. 21 dez. 1984, p. 19258. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L7287.htm>. Acesso em: 28 set. 2012.

O campo de atuação do historiador não tem se restringido mais à sala de aula, tradicional reduto desse profissional. Sua presença é cada vez mais requisitada não só por entidades de apoio à cultura, para desenvolver atividades e cooperar, juntamente com profissionais de outras áreas, no resgate e na preservação do nosso patrimônio histórico, mas também por estabelecimentos industriais, comerciais, de serviço e de produção artística.⁶⁹

Conforme descreve a Lei no seu artigo 4º, as atribuições dos Historiadores englobam:

[...] II – organização de informações para publicações, exposições e eventos em empresas, museus, editoras, produtoras de vídeo e de CD-ROM, ou emissoras de Televisão, sobre temas de História; III – planejamento, organização, implantação e direção de serviços de pesquisa histórica; IV – assessoramento, organização, implantação e direção de serviços de documentação e informação histórica; V – assessoramento voltado à avaliação e seleção de documentos, para fins de preservação; VI – elaboração de pareceres, relatórios, planos, projetos, laudos e trabalhos sobre temas históricos.⁷⁰

A historiadora Zita Possamai (2008) comenta que esta nova realidade de atuação de profissionais de História trouxe uma preocupação quanto à formação acadêmica, especialmente, no que consistem às novas diretrizes curriculares para o curso de História aprovadas em 2001⁷¹. Segundo ela, não houve uma preocupação anterior aos anos 1990 para regulamentar a profissão, pois as regras de inclusão e exclusão se davam, sobretudo, no campo acadêmico, e não em forma de legislação.

As fontes analisadas nesta pesquisa para o caso do Centro de Documentação e Memória Gerdau confirmam que os profissionais que possuem respaldo para o exercício de suas funções por meio da regulamentação estão a mais tempo estruturados no “mercado de memórias”, apesar de não ser perceptível quem é o sujeito narrador/autor, sobretudo naqueles registros dirigidos ao público externo à empresa. Somente em fontes internas do Centro de Documentação, como memorandos e relatórios de atividades, foi possível observar a existência de um historiador na equipe. No entanto, o cargo de chefia sempre ficou a cargo de comunicadores e arquivistas.

⁶⁹ BRASIL. Projeto de Lei do Senado n. 368, de 2009. Regula o exercício da profissão de Historiador e dá outras providências. Disponível em: <<http://www6.senado.gov.br/mate-pdf/64881.pdf>>. Acesso em: 15 ago. 2012.

⁷⁰ BRASIL (2009).

⁷¹ Novas diretrizes curriculares para a História, Parecer CNE/CES 492/2001, *apud* POSSAMAI, Zita. O ofício da História e novos espaços de atuação profissional. **Anos 90**, Porto Alegre, v. 15, n. 28, p. 201-218, dez. 2008.

Uma possível explicação estaria no maior tempo de atuação no mercado, já que estes profissionais e suas áreas do conhecimento procuraram definir os seus critérios de “rarefação”⁷², principalmente por meio da regulamentação profissional. Se as fontes não revelaram o sujeito autorizado, poderão revelar o indício de que a autoridade não é dada pela assinatura de um historiador e sim, pela sua presença legitimadora no espaço empresarial.

A dicotomia entre as ciências aplicadas e a ciência acadêmica também seria outra explicação, levando em consideração a tradição crítica dos historiadores ao capitalismo, especialmente no caso do chamado “mercado de memórias”, uma vez que, segundo Alberti (1996), “não interessa o ‘desvendar’ e interpretar o passado, e sim resgatar partes dele, fazê-las reviver fora de seu contexto original” (p. 1-2).

A atribuição dos historiadores de interpretar o passado com a profundidade necessária que obriga a pesquisa histórica não é o interesse deste “mercado de memórias” e sim, o resgate de algumas partes deste passado, partes que interessam ao presente. Talvez por isso se verifique o uso das expressões “resgate da história” ou “resgate da memória”⁷³ em projetos associados à memória de empresas privadas, como afirmam Gagete e Totini (2004): “‘Resgatar’ a história passou a ser, assim, um projeto importante para muitas empresas que perceberam que tanto os registros físicos do passado como as pessoas que vivenciaram os momentos históricos estavam se perdendo.” (p. 119).

Apesar da atuação de historiadores em empresas privadas, comprovada nas fontes analisadas nesta pesquisa, observa-se que as relações de trabalho ainda são muito complexas, levando-os muitas vezes a exercerem suas funções por meio de consultorias especializadas em projetos culturais. Estas consultorias são contratadas pelas grandes empresas por meio da terceirização de serviços e com tempo determinado para a execução de suas funções, como no caso do Centro de Documentação e Pesquisa Memória Gerdau, que no ano de 1998 contratou uma consultoria em acervos para a implantação deste Centro que, por sua vez, contratou um historiador para analisar quais documentos teriam valor probatório ou histórico.

⁷² O termo “rarefação”, proposto por *Foucault* (1996, p. 37), trata-se de uma série de exigências impostas ao “grupo de iniciados”. Rarefação, desta, dos sujeitos que falam; “ninguém entrará na ordem do discurso, se não for de início, qualificado para fazê-lo”.

⁷³ O título do livro de Nassar também usa esta expressão, “Relações Públicas na construção da responsabilidade e no resgate da memória institucional das organizações.” (NASSAR, 2008).

O fato de estas empresas escolherem historiadores é, provavelmente, resultado da forma como a História se constituiu como área do conhecimento perante o meio acadêmico e a sociedade, como área que tem legitimidade acadêmica para dizer sobre o passado.

A autoridade atribuída pela academia a cada área do conhecimento estabeleceu regras que, para Foucault (2009), estão embasadas na “vontade de verdade” que se apóia sobre um suporte institucional, sendo reforçada e reconduzida por um conjunto de práticas e pelo “modo como o saber é aplicado à sociedade, como ele é valorizado, distribuído, repartido e de certo modo atribuído.” Auxiliada por este suporte, a “vontade de verdade” exerce um poder de coerção sobre os outros discursos, que recorrem a ela pedindo autorização e legitimação. (*ibidem*, p. 37).⁷⁴

Foucault (2009, p 36) também explica a autoridade acadêmica pelo princípio de “rarefação”, sendo poucos os que têm autoridade para falar, pois cada disciplina estabelece seus princípios de exclusão. Nesse sentido, para definir autoridade sobre o passado, por exemplo, é necessário que haja um rarefeito número de pessoas que possam falar sobre ele. Academicamente, definiu-se a disciplina História como tendo autoridade para falar sobre o passado.

O historiador não fala como o sujeito e sim, como um representante da disciplina e, para tanto, a autoria está acompanhada pelo princípio de disciplina. Segundo Foucault (2009), “a disciplina é um princípio de controle de produção do discurso. Ela lhe fixa os limites pelo jogo de uma identidade que tem a forma de uma reatualização permanente das regras.” (p. 36).

Cabe acrescentar o argumento de José D’Assunção Barros (2005) sobre a constituição da disciplina História e suas potencialidades, afirmando que:

⁷⁴ Foucault explica que na Idade Média a autoridade era sempre atribuída ao sujeito e a verdade estava no autor que proferia o discurso, enquanto que na Idade Moderna construiu-se uma forma de legitimação a partir das características constitutivas de cada disciplina, processo que continuou até a contemporaneidade. Assim, não é mais o nome do sujeito que dá a ideia de verdade a afirmação, mas sua titulação, como ressalta Foucault: “Este sistema de exclusão é algo historicamente constituído, como no discurso verdadeiro dos poetas gregos do século VI, aquele no qual se tinha respeito, aquele ao qual era preciso submeter-se. Posteriormente, na Idade Média, “a verdade não mais residia no que era o discurso, ou no que ele fazia, mas no que ele dizia, a verdade se deslocou do ato ritualizado, eficaz e justo, de enunciação para o próprio enunciado: para seu sentido, sua forma, seu objeto, sua relação a sua referência”. No século XVI a XII, a “vontade de verdade” apoiava-se sobre um suporte institucional, como as universidades, bibliotecas e os laboratórios, exercendo sobre os outros discursos uma espécie de coerção e como um poder de coerção”. (FOUCAULT, 2009, p 14-15).

Uma disciplina, já se disse algures, não é apenas constituída pelas suas potencialidades e pelos seus saberes acumulados, mas também por aquilo que ela coloca como proibido àqueles que a praticam. A historiografia profissional não é, naturalmente, uma exceção a esta regra: também este campo disciplinar mostra-se em última instância constituído por um conjunto de restrições ao pensamento e à imaginação. Enredado em uma maneira frequentemente a mesma de elaborar o seu discurso sobre o passado, de organizar os fatos que constituirão o seu material de reflexão, de constituir as fontes através das quais estabelecerá a sua leitura sobre as sociedades que o precederam, o historiador só mais raramente é convidado a refletir sobre os caminhos em pontilhado que acaba percorrendo repetidas vezes no que se refere à feitura do texto histórico propriamente dito. (p. 144)

Dada à forma como se constituíram as disciplinas na contemporaneidade, é dedutível que empresas privadas busquem historiadores para falar sobre seu passado pela mesma forma que podem buscar engenheiros para produzir aço: a expectativa, construída na contemporaneidade, de que o título acadêmico dê a esse profissional autoridade científica para tanto.

A concepção da ideia de patrimônio histórico e artístico, historicamente situada no século XIX, foi definida pelos historiadores que, com sua erudição em seus discursos, alcançavam a eficácia social necessária para transpor quais objetos e símbolos eram representativos da identidade nacional da época. A constituição dos Estados-Nação europeus no século XIX auxilia a compreensão do surgimento do conceito moderno de patrimônio cultural.

Evidencia-se neste período a busca de símbolos representativos da recém-formada nação, símbolos que foram inventados com a contribuição de pensadores, filósofos, literatos, políticos e historiadores, responsáveis pela construção de uma história legítima para as novas nações. Não por acaso surge também a disciplina de História amparando o discurso da nação que ainda não possuía sua própria história (THIESSE, 2001/2002). O papel do historiador foi vital para a legitimação de uma narrativa histórica da nação.⁷⁵

O historiador, ao explicar o passado, pode legitimar ou de desconstruir os discursos de patrimônio e muitas vezes, acaba por frustrar as expectativas dos espaços de memória, preocupado em justificar a patrimonialização de seus acervos, haja vista que aos historiadores foi atribuída autoridade para esta legitimação desde o século XIX, não podendo esquecer que esta autoridade é política, privilegiando alguns símbolos em detrimento de outros. Esta afirmativa é detectada nas fontes

⁷⁵ O conhecimento histórico foi estabelecido por meio de três “escolas” distintas de reflexão histórica, a “romântica”, a “idealista” e a “positivista” (WHITE, 2008).

analisadas no caso do Grupo Gerdau, que buscou um historiador para o seu projeto de Memória, com o objetivo de legitimar as escolhas de seus símbolos, como a valorização da história da família, seus personagens, como Curt Johannpeter, e a importante contribuição para a história do Brasil e do mundo, como se apresentará nos próximos capítulos.

3 CENTRO DE DOCUMENTAÇÃO E INFORMAÇÃO MEMÓRIA GERDAU (1999): ELEMENTOS CONSTITUINTES DE UMA MEMÓRIA E DE UMA IDENTIDADE EMPRESARIAL

O Centro de Documentação “Memória Gerdau” foi implantado em 1999⁷⁶, dois anos antes do centenário de fundação do Grupo Gerdau⁷⁷. Este marco comemorativo foi o que impulsionou a criação deste local. A concepção do projeto partiu do Departamento de Comunicação Social, que contratou os serviços de um historiador e de uma empresa de arquivologia, cujos nomes não são descritos como autores no documento que registra a origem desta iniciativa, intitulado “Pré-projeto de resgate e implantação do Centro de Documentação e Memória da Metalúrgica Gerdau S.A.”, e que na primeira frase descreve a intenção deste projeto, quando afirma que:

Considerando a importância da preservação da memória como fator fundamental no reforço da identidade e da competência institucional de um empreendimento, este projeto visa fornecer informações sobre as ações básicas para possível implementação do Centro de Documentação e Memória da Metalúrgica Gerdau S.A., tendo em vista a aproximação do centenário da empresa, no ano de 2001. (GERDAU, 1998, p. 1).

A celebração de 100 anos da empresa é um indício de qual seriam as motivações para esta ativação patrimonial composta principalmente pela implantação de um centro de documentação que leva em seu nome a palavra “memória” e, segundo segue, esta memória “surge como importante instrumento de gestão e integração das unidades Gerdau” (GERDAU, 1998, p. 1). Para tanto, o projeto propõe a criação de um espaço institucionalizado de preservação e

⁷⁶ As fontes analisadas neste capítulo serviram para apresentar o contexto e a implantação do Memória Gerdau. Entre elas, analisou-se o projeto de implantação deste centro e o manual de processos do arquivo. Refere-se também o jornal de comunicação interna “Linha Direta” sobre os cinco anos do projeto com um histórico sobre o centro e a eleição de algumas imagens históricas pertencentes ao acervo. Outra fonte descrita foi o livro comemorativo dos cem anos de fundação da empresa, resultado do trabalho de pesquisa histórica realizada concomitantemente à formação do acervo do centro. O folheto interno “Radar Memória” sobre a importância de Curt Johannpeter e sobre os 60 anos da Gerdau no mercado de capitais também tornou-se importante fonte de análise. Os relatórios anuais com os balanços financeiros, de gestão e as principais atividades realizadas pela empresa durante o ano que passou serviram para visualizar o contexto desta corporação no cenário político, econômico e cultural no país e no mundo.

⁷⁷ A empresa Gerdau refere como marco de fundação o ano de 1901 com a compra por João Gerdau da Fábrica de Pregos Pontas de Paris em Porto Alegre, Brasil.

divulgação da memória e que tem como principais objetivos “garantir o registro perene do desenvolvimento atual e futuro do empreendimento por meio do resgate dos conjuntos documentais produzidos pela Gerdau” (GERDAU, 1998, p. 1).

Entre os referenciais que serviram de exemplos citados neste pré-projeto estão as visitas realizadas pelos integrantes da equipe contratada para a execução do projeto e equipe interna do departamento da comunicação social da Gerdau às empresas que possuíssem projetos semelhantes para apontar as iniciativas que deram certo. Foram visitados os projetos das empresas RBS, Ipiranga, CSN, Souza Cruz, White Martins, Odebrecht e Banco Econômico.

Este documento traça as etapas para a formação do centro de documentação e o nome dado no projeto foi “Centro de Documentação Memória Metalúrgica Gerdau”, mas na implantação foi alterado para “Centro de Documentação e Informação Memória Gerdau”. Este projeto descreve ainda a metodologia e as etapas para:

[...] o resgate, a sistematização dos conjuntos documentais relativos ao nascimento, estruturação, evolução, crescimento e atuação da empresa, ao lado do registro de depoimentos, permitirão a recuperação de estratégias, planos, campanhas e ações que explicitam e dão sentido à dinâmica vivida pela instituição no presente. Preparam-na assim, para perenizar a marca que a diferencia no mercado. (GERDAU, 1998, p. 1).

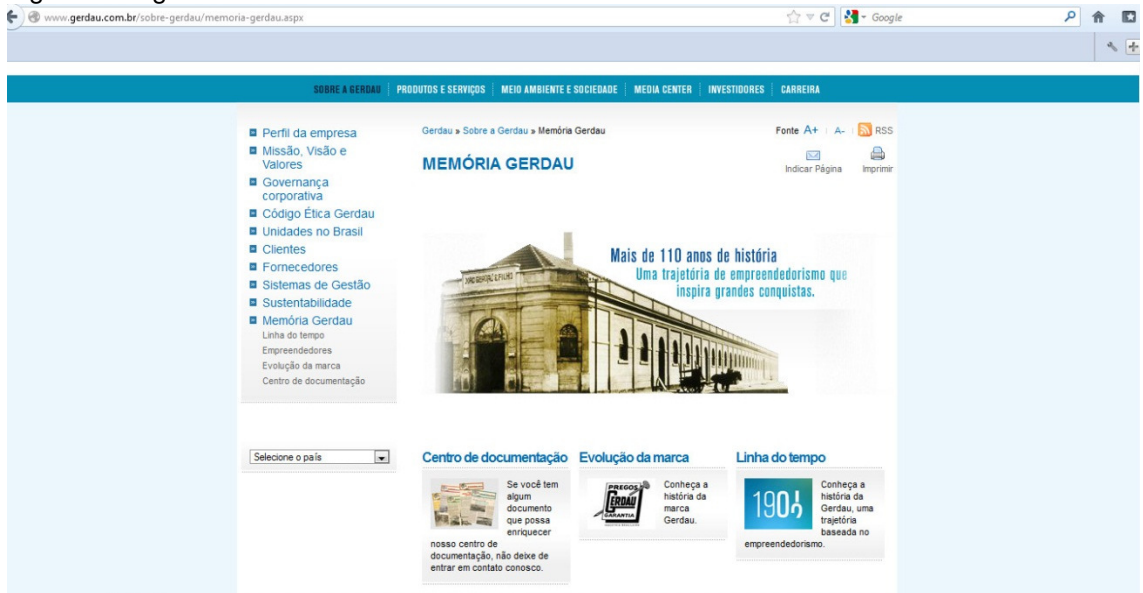
Como metodologia das ações previstas estão o “resgate de documentos que possam reconstituir o nascimento da Gerdau e suas relações com o processo de desenvolvimento industrial do Brasil e do Rio Grande do Sul” (GERDAU, 1999, p. 3). Também foram previstos o resgate do papel específico dos fundadores e de outros protagonistas, assim como a reconstituição e análise dos marcos da evolução das unidades. No final este documento conta com o item “potencialidades do centro de documentação e os produtos especiais que este projeto pode produzir” (GERDAU, 1998, p. 11). Os produtos listados são a instalação de *showroom* museológico, exposições, pesquisa e vivência cultural, suporte para o desenvolvimento de campanhas e projetos de comunicação e *marketing*. Por último, determina o tipo de instalação necessária a este espaço, como uma sala ampla e privativa, mobiliário e materiais diversos.

Nos primeiros anos de atuação, entre 1999 até 2004, a função exercida pelo centro foi a de organização de seu acervo físico e a pesquisa histórica. O acervo

reunido foi composto por tipos documentais divididos em arquivos audiovisuais, iconográficos, museológicos, bibliográficos e textuais. Também foi criado o Banco de Depoimentos, com gravações em áudio de entrevistas de funcionários aposentados e diretores, entre outros.

As funções deste espaço englobaram dois aspectos: o da “valorização da memória” para os funcionários (de alcance interno) e como estratégia de *marketing* (de alcance externo). As informações sobre o projeto “Memória Gerdau” ao público podem ser visualizadas no *site* <http://www.gerdau.com.br> e nele encontra-se, mais uma vez, a associação com a imagem da fábrica de pregos. Exemplo do acervo preservado pelo projeto Memória Gerdau foram as primeiras embalagens de pregos vendidos pela empresa nas quais é possível verificar a logotipia utilizada na época e exemplares de vergalhões produzidos pela empresa nos anos de 1980 e 1990.

Figura 3: Página web com o link Memória Gerdau



Fonte: Gerdau (22 set. 2011).

Figura 4: Embalagens de Pregos Gerdau nas décadas 1940, 1950, 1970



Fonte: Acervo do Centro de Documentação Memória Gerdau

Figura 5: Mostruários de Vergalhões Gerdau anos 1980 e 1990



Fonte: Acervo do Centro de Documentação Memória Gerdau.

Em função das celebrações dos 100 anos da empresa no ano de 2001, a sistematização do acervo foi priorizada com o objetivo específico de produção de conteúdo para o livro comemorativo “Chama Empreendedora: a história e a cultura do Grupo Gerdau (1901-2001)”.

Nesta publicação, no capítulo chamado “Uma marca centenária” verifica-se a importância dada para o “registro da memória da instituição” como um

reconhecimento da sabedoria e do trabalho daqueles que a construíram. Examine-se que uma das motivações para a criação do Centro de Documentação foi a celebração do centenário da empresa, ainda que denegada no seguinte excerto:

Em um país onde, segundo se acredita, a memória é curta, nada mais indicado do que deixar registrada a própria história – antes que também ela se perca na poeira do tempo. Mas não foi com a intenção de desmentir essa crença geral que o Grupo Gerdau decidiu ir atrás de sua história. Como também não decidiu divulgá-la apenas para celebrar uma data especial, por mais que o marco dos cem anos seja um momento privilegiado e mereça celebração. (GERDAU, 2001, p. 237).

Outra indicação da importância dada à celebração do centenário foi quanto às peças comemorativas produzidas com a logomarca oficial dos 100 anos, inspirada e criada a partir da ortografia da assinatura do fundador da empresa, o imigrante João Gerdau, com a inscrição “Gerdau cem anos” (figura 6). Esta assinatura é acompanhada de três estrelas, que segundo o manual de utilização da logomarca indicam os três empreendedores João Gerdau, Hugo Gerdau e Curt Johannpeter, o que possibilita verificar a importância dada a estes três sujeitos como marcos simbólicos desta identidade “corporativa”. Com esta logomarca foram produzidos *banners*, canetas, camisetas, bonés e *botons*, entre outros materiais.

Figura 6: Logomarca oficial dos 100 anos



Fonte: Gerdau (2001).

Também foram realizados em 2001 festejos em todas as unidades da empresa no Brasil. Na entrada de cada festividade foi montado um túnel do tempo (figura 7), em estrutura de aço, no qual foram afixados painéis com a cronologia dos fatos considerados marcantes pela empresa. Todos os funcionários receberam na ocasião um exemplar do livro comemorativo e os funcionários mais antigos ainda

vivos foram homenageados com a entrega de um *pin (botton)* com a assinatura “Gerdau 100 anos”. A aplicação desta logomarca pode ser analisada sob a ótica de Hartog (2006), quando o autor afirma ser a comemoração um sintoma da busca por uma identidade por meio da memória e do patrimônio.

Figura 7: Túnel do Tempo “Gerdau 100 anos” na festa realizada na Federação das Indústrias do Estado do Rio Grande do Sul, em Porto Alegre, no ano de 2001



Fonte: Gerdau (2001).

Figura 8: Jorge Gerdau Johannpeter colocando *pin* em ouro “Gerdau 100 anos” no funcionário aposentado Edgar Kramer de Oliveira, à direita na imagem Carlos J. Petry (vice-presidente da Gerdau)



Fonte: Gerdau (2001).

A construção deste espaço para memória é um indício do simbólico que as ações de ativação patrimonial podem exercer. No manual enviado em 2003 para todos os funcionários da empresa com as regras de funcionamento do centro vem

definido o que deve ser considerado patrimônio e que deve ser preservado. Assim segue:

[...] o objetivo do centro é a preservação do patrimônio documental, bibliográfico e museológico do Grupo Gerdau, através do recolhimento da documentação produzida, recebida e acumulada pela empresa ao longo de sua trajetória, que contém valor histórico, probatório ou informativo. Realizar pesquisas históricas e disponibilizar informações atuais e retrospectivas referentes ao Grupo Gerdau, seus fundadores e a siderurgia. (GERDAU, 2003).

Observa-se, novamente, que a autoridade de dizer não foi dada ao historiador nem ao arquivista, mas à própria empresa, estratégia similar à utilizada freqüentemente por jornais que publicam editoriais ou matérias sem identificar quem as escreveu, ocultando os sujeitos que impõem essa opinião, tornando-se claro que a autoridade para a definição dos símbolos é única e exclusiva dos que detêm o poder de legitimação das ativações patrimoniais, ou seja, quem tem poder para exercer e que, no caso analisado, é a própria empresa.

Obviamente que o total da documentação produzida é muito maior do que o que pode ser guardado. Essa diferença entre o total da documentação e o que deve ser guardado em arquivos históricos, bem como os critérios utilizados para descarte, é uma das principais discussões na área da arquivologia. Perceba-se, porém, que o texto apresenta um caráter genérico, não esclarecendo quais os critérios para definir o que deve e o que não deve ser preservado. Esses critérios certamente existem, mesmo que ocultos. Observando a seleção que foi feita pelo Grupo Gerdau, pode-se compreender quais critérios existem e, conseqüentemente, qual identidade e memória representa.

No caso em estudo – o que é recorrente em vários outros casos – o valor histórico probatório ou informativo dos documentos é dado pelo historiador responsável, cabendo a este funcionário ou consultor a autoridade para determinar este valor. Ao definirem o que deve ser enviado, já foram definidos direta e indiretamente os critérios sobre o que necessita ser lembrado e sobre o que deve ser esquecido.

Se retomado o projeto “Centro de Documentação e Memória Metalúrgica Gerdau S.A” número 2, de janeiro de 1999, encontrar-se-á uma descrição sobre como seria feita a análise e avaliação dos documentos que, segundo esta fonte, deveria ser realizada “por um recurso com formação em história, pertencente à

equipe ARC⁷⁸” em conjunto com os responsáveis pelos acervos. Ainda revela como será realizada esta tarefa de análise do acervo, sendo que:

[...] Cada documento/peça será analisado e avaliado individualmente observando que os mesmos reflitam a estrutura e as funções desenvolvidas pelo Grupo Gerdau, no decorrer de toda a sua evolução, definindo o grau de essência da informação e guarda diferenciada dos documentos/peças, o restauro e higienização de documentos deverá ser realizada por uma equipe técnica [...] (GERDAU, 1999).

Nesta fonte, dois pontos devem ser considerados: o primeiro, sobre quem seria o sujeito responsável pela tarefa de definir o “valor histórico” dos documentos; e o segundo, sobre o não esclarecimento detalhado de quais fontes devem ser preservadas. Quanto ao primeiro ponto, o sujeito responsável é descrito como “recurso com formação em história”, revelando um possível indício de “autoridade” por parte de quem está narrando; tal sujeito pode ser um arquivista, jornalista, ou outro profissional, e, em último caso, um historiador, que tal qual informa o projeto de implantação, foi o último a ser chamado para compor a equipe (GERDAU, 1999).

Apesar deste importante trabalho de análise documental estar a cargo de um historiador, este sujeito estaria subordinado ao coordenador da equipe da empresa de consultoria contratada, já que o mesmo discurso dita que esta tarefa deve ser realizada pelo historiador em conjunto com o responsável pelo acervo, não deixando claro quem seria este último.

Quanto ao segundo ponto, sobre o não esclarecimento de quais as fontes devem ser preservadas, o discurso fica aberto em relação às escolhas daquele que irá analisar os registros contidos nestes documentos, dando a possibilidade de todos os documentos serem considerados históricos.

Isto seria um problema para os historiadores atuais, tendo em vista as possibilidades de análise dadas pelas metodologias de pesquisa advindas da História Social, que se comprometeu com a História vista de baixo. Um exemplo encontra-se na obra do historiador Edward P. Thompson (1987) que analisa os camponeses ingleses do século XVIII, ou ainda, a Nova História Cultural⁷⁹ resumida nas palavras de Peter Burke, de que “tudo tem história” que pode ser reconstruída e

⁷⁸ A sigla ARC refere-se a Ana Rocha Consultoria, empresa terceirizada contratada para a realização e gestão do projeto de Memória.

⁷⁹ Principalmente na sua terceira geração, a partir da década de 1960.

relacionada ao restante do passado, tendo como ideia básica a de que “a realidade é social ou culturalmente construída” (BURKE, 1992, p. 9-19).

Posteriormente, no “Manual de procedimentos do Centro de Documentação & Informação Memória Gerdau do ano de 2003” encontra-se um esclarecimento quanto ao significado de um documento probatório como aquele pela qual “um documento evidencia a existência ou veracidade de um fato”.

Outra fonte a ser mencionada intitula-se “Diagnóstico e Plano de Ação para a Gestão Atual do Centro de Documentação e Informação Memória Gerdau”, de abril de 2003, indicando alguns dos critérios que determinaram o que foi preservado até o período, quais sejam, “[...] documentos relacionados à vida de cada unidade industrial do Grupo Gerdau, com fotografias, depoimentos, entre outros, de acordo com seu suporte” (p. 6). Este mesmo documento revela a preocupação da equipe com o futuro do centro de documentação, passado os festejos do centenário da empresa ocorrido em 2001. Entre o diagnóstico apresentado encontra-se a seguinte frase:

De uma forma geral, necessitamos redefinir as funções do Memória Gerdau. A partir do término do trabalho relacionado aos Cem anos do Grupo, este Centro de Documentação perde sua finalidade até aquele momento. Devemos então, devido ao acúmulo de experiências e o início do trabalho relacionado ao resgate histórico, aproveitar sua existência na continuidade da conservação da memória desta empresa, na medida que promove a sustentação histórica da sua identidade, de sua filosofia e das referências da família Gerdau Johannpeter. (GERDAU, 2003, p. 8).

A citação à família Gerdau Johannpeter também sugere uma busca pelas origens familiares, sendo uma das responsabilidades do projeto de memória preservar as referências trazidas do passado familiar para o ambiente empresarial, ficando subentendido que a função da História estaria em recuperar esta identidade. As referências à família também dão força ao argumento de que os funcionários são parte da família fundadora, uma extensão do lar e, desta maneira os funcionários sentem-se valorizados pela empresa.

No caso aqui analisado – a empresa Gerdau S.A. – os funcionários são chamados de “colaboradores”, ficando evidenciada esta estratégia de valorização pessoal da equipe e o projeto de memória reforça ainda mais esta estratégia. A revista Gerdau *Connection*, edição especial sobre os 110 anos, publicada dez anos depois das comemorações do centenário (2011), lê-se a entrevista de Jorge Gerdau

Johannpeter, presidente do conselho de administração e um dos donos da empresa, que descreve ser o “respeito” o principal valor que a organização herdou da Família Gerdau e continua relatando que:

Desde a época do nosso avô Hugo Gerdau esse era o valor mais importante. Eu e meus irmãos aprendemos isso desde crianças [...] Aprendemos que não existe trabalho que não é importante. Toda a função tem valor, tem que ter capricho e determinação. E isso se reflete na satisfação do cliente. Ele deve ser o foco, em qualquer empresa. (GERDAU *CONNECTION*, 2011)

Em 2004, o Centro de Documentação e Memória Gerdau completou cinco anos de atuação e, para marcar esta data, foi publicada matéria sobre o espaço no informativo interno “Linha direta”, com periodicidade semestral, distribuído entre os funcionários da empresa. Segundo descreve este informativo:

Ao longo desses cinco anos, foi formado um acervo de mais de 20 mil itens, que reúne imagens, livros, material audiovisual, documentos em papel e eletrônicos, troféus, títulos, entre outros. O Centro, coordenado pela Comunicação Social, possui informações atualizadas e retrospectivas essenciais para a gestão do negócio. (GERDAU, 2004a)

Nesta fonte, alguns elementos iconográficos podem ser observados, como uma logomarca própria para o Centro de Documentação, na qual está representada a fachada da primeira fábrica da empresa e abaixo está o nome “Memória Gerdau”, como o Centro é chamado até hoje. Junto ao texto estão inseridas nove imagens “históricas” da empresa, associadas a ícones que representam a passagem do tempo, como ampulheta e relógio, um mapa mundial, representando a expansão da empresa e, por último, algumas moedas, simbolicamente representando o crescimento econômico da Gerdau. Toda a parte gráfica do folheto está na cor sépia, que representa o envelhecimento do papel e a passagem dos anos, compondo a mensagem do texto de que é importante preservar a história da empresa (figura 9).

Figura 9: Imagem do Folheto Linha Direta: frente e verso



Fonte: Gerdau (2004a).

Entre as imagens elencadas para este informativo, seis são de fachadas arquitetônicas das unidades da empresa – três imagens são da fábrica de pregos, origem do negócio da metalurgia, e outras três da fachada da Siderúrgica Riograndense, vista como a entrada na siderurgia. As imagens que seguem são: o forno siderúrgico produzindo o aço, os pregos em embalagens comerciais e um cartão de conta bancária em nome da fábrica de pregos e um mostruário de pregos. Curiosamente, tem-se uma imagem de caixeiros viajantes que levavam mercadorias ao interior do Estado, representando a origem comercial do fundador da empresa, João Gerdau, que atuou como caixeiro viajante entre os anos de 1870 nas regiões de Agudo e Cachoeira do Sul (RS).

Este folheto serve para a exibição ou construção do passado, representando as origens históricas da empresa, respondendo à indagação “o que fomos?” e para solidificar a imagem “do que somos”, desta forma legitimando simbolicamente a existência de uma identidade empresarial. E para que os funcionários compartilhem desta mensagem, o último parágrafo do informativo dita a seguinte frase:

Todos os colaboradores têm como contribuir com o Memória Gerdau. Informações relevantes sobre cada unidade, peças e documentos são muito importantes para o enriquecimento do acervo e podem ser encaminhadas para e-mail memória@gerdau.com.br ou para a sede do Grupo Gerdau, em Porto Alegre. (GERDAU, 2004a)

Entre todas as fontes examinadas sobre o centro de documentação Memória Gerdau e os documentos ali contidos, a citação da Fábrica de Pregos Pontas de Paris, mais especificamente a exibição da fachada da fábrica registrada em fotos do ano de 1901 até 1914, sugeriu a escolha como símbolo representado na logomarca do referido centro de documentação. Todas as informações relacionadas à história desta empresa começam por este ponto, o pioneirismo de um imigrante em comprar uma fábrica de pregos e iniciar o caminho para o sucesso atual da corporação e, portanto, devem ser lembrados ou ativados como patrimônio histórico.

3.1 A escolha dos símbolos para representar a identidade empresarial da Gerdau e o enquadramento da memória

A partir deste ponto são analisados os símbolos escolhidos para representar esta identidade corporativa do Grupo Gerdau. Estes símbolos se repetem ao longo dos anos, ativados conforme os interesses daqueles que o utilizam. Este é o caso do símbolo referente à Fábrica de Pregos Pontas de Paris, adquirida por João Gerdau em 1901⁸⁰.

Esta fábrica representa a origem empresarial, pois foi o primeiro empreendimento adquirido por João Gerdau na cidade de Porto Alegre. Era uma fábrica de pregos que estava desativada por decreto de falência, e João Gerdau viu nesta aquisição um bom investimento. A importância dada a esta fábrica associa-se à visão e ao tino para os negócios de João Gerdau, outra figura representativa para a empresa, adquirindo maior importância no momento do falecimento de seu filho, sócio e herdeiro Hugo Gerdau, por ser a única fonte de renda da filha e herdeira Helda Gerdau, casada, na época, com Curt Johannpeter.

Para o contexto da cidade, esta fábrica figura como outras tantas fábricas localizadas na Rua Voluntários da Pátria. Além disso, a imagem desta fábrica (figura 11 e figura 12) firma em um espaço e tempo histórico a origem da identidade desta empresa. Isso pode ser interpretado como uma forma de constituir a ideia de continuidade e de coerência, característica das identidades (POLLAK, 1992), ao

⁸⁰ A identificação dos símbolos escolhidos pela empresa foi realizada a partir da análise de conteúdo segundo Bardin (1977).

mesmo tempo em que, num contexto de internacionalização e de mudanças drásticas, estabelece uma representação que, simbolicamente, dá estabilidade à empresa.

Figura 10: Logomarca do Centro de Documentação e Informação Memória Gerdau



Fonte: Gerdau (2003).

O símbolo da fábrica, com a clássica arquitetura industrial do início do século XX na Rua Voluntários da Pátria em Porto Alegre (RS), representa também a possível adoção de uma regra para a escolha de fachadas das plantas industriais desta empresa, permanecendo até os dias atuais esta escolha. Isto é detectado ao se examinar as imagens que compõem o livro dos 100 anos da empresa, que permitem observar que são raras as imagens internas de produção com imagens dos operários trabalhando.

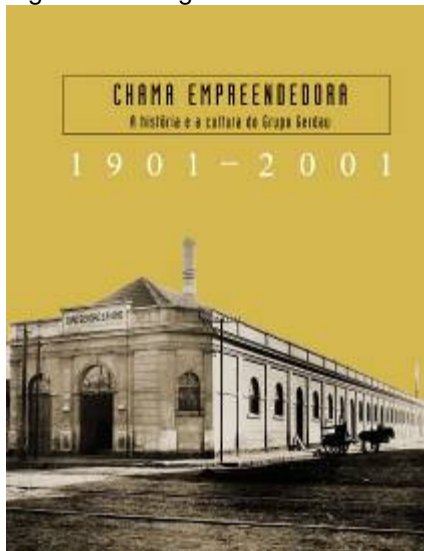
Também não é retratado o cotidiano da empresa, ou fatos como a enchente que assolou a cidade em 1941, ou ainda a greve geral de 1917 ocorrida em Porto Alegre. A mão de obra infanto-juvenil típica do período, quando os filhos acompanhavam seus pais e auxiliavam na linha de produção, não é encontrada nesta seleção, apesar de não existirem no início do século leis trabalhistas que regiam sobre esta questão. Isso é um indício de que os critérios para a seleção do que deve ser preservado e exposto são constituídos a partir do olhar do presente no qual é crime a exploração do trabalho infantil.

Figura 11: Fábrica de Pregos Pontas de Paris



Fonte: Gerdau (2001).

Figura 12: Imagem da Fábrica de Pregos



Fonte: Gerdau (2001).

Ainda em 2004, o Memória Gerdau publicou o “Radar Memória Gerdau”, canal de comunicação interna por meio do qual alguns fatos históricos foram selecionados pelo historiador responsável para serem descritos nas páginas deste informativo. A distribuição deste folheto era feita em painéis ou totem de comunicação, que ficavam em cada unidade da empresa, próximos a ambientes como o refeitório e as áreas de lazer dos funcionários. Este veículo transmitia os “valores” históricos para todos, citando-se, como exemplo, o “Radar Memória” em homenagem aos 60 anos da entrada de Curt Johannpeter, um personagem importante, conhecido como “Seu Curt”:

O Seu Curt (como era chamado) implantou valores cultivados em família, tornando o respeito a base da relação da Gerdau com seus colaboradores, clientes, acionistas e comunidade. Com isso, mostrou que a consideração às pessoas é um dos fatores essenciais para o sucesso de uma organização. O seu modelo de gestão foi o fator decisivo de modernização e um impulso profissional para a Gerdau. É por isso que 1946 foi marco de um novo e audacioso caminho para a empresa. (GERDAU, 2004b).

No trecho acima, observa-se a perspectiva de atrelar a história da empresa aos valores familiares, estabelecendo uma relação com os colaboradores, clientes, acionistas e comunidade, exaltando a atuação de um de seus diretores, também casado com a herdeira do empreendimento. Assim como a fonte Radar Memória exalta a figura de Curt Johannpeter, o livro sobre o centenário da empresa “Chama empreendedora – a história e a cultura do Grupo Gerdau” (2001) apresenta no seu primeiro capítulo a trajetória do diretor Curt Johannpeter em sua gestão ocorrida nos anos 1948 até 1981.

A escolha de iniciar a publicação pelos anos 1940, período ligado à administração de “Seu Curt”, é justificada no texto como a gestão que marca o início da expansão da empresa para fora do Rio Grande do Sul. Estas fontes dão indícios de que a figura deste diretor, casado com a filha e herdeira da empresa Helda Gerdau, representou a entrada da empresa na siderurgia. Segundo o livro, Curt Johannpeter representa a era do aço, quando assume em fevereiro de 1948 a Companhia Fábrica de Pregos Pontas de Paris, hoje Grupo Gerdau:

Era o primeiro passo da entrada dos Gerdau no ramo siderúrgico, após uma decisão ousada e arriscada, que ampliava os negócios de fabricação de pregos para um novo e ainda pouco conhecido [...] Com essa operação, abriu-se uma nova frente de negócio. Apoiada em uma aguda visão estratégica e na determinação de crescer sempre com solidez e segurança, a Gerdau estava abrindo novos horizontes e, certamente, o período mais fecundo de sua história. (GERDAU, 2001, p. 14-17).

A figura de “seu Curt”, moldada nas páginas das publicações históricas da empresa, significa a consolidação da identidade “siderúrgica” da Gerdau e esta identidade herdada de Curt Johannpeter foi exaltada em todos os capítulos do livro de 272 páginas, o que dá mais indícios para a comprovação da hipótese levantada anteriormente de que a criação de Centros de Documentação e Memória serviu como compensação simbólica aos antigos proprietários e às comunidades locais num momento de abertura das ações e de internacionalização das empresas. As

citações do nome dele são muitas, repetido 51 vezes no texto e em 25 imagens com momentos protagonizados por ele. Sua gestão e seu nome estão associados a ideias e valores como: empreendedor; respeito com os funcionários; sucesso; crescimento; inovação; modernização; disciplina; seriedade; raízes germânicas e luteranas; liderança; e cultura Gerdau. No final do primeiro capítulo deste livro encontra-se a reafirmação do valor para a empresa associada ao valor pessoal de Curt Johannpeter, quando diz:

Ao encerrar-se o ciclo da formação, o Grupo Gerdau não só era uma organização bem sucedida, como possuía uma identidade empresarial definida, com seus valores e sua cultura bem enraizados. Esse ciclo de crescimento tem a marca da liderança de Curt Johannpeter – uma pessoa privilegiada que, no testemunho de dona Loni Vargas, sua secretária desde 1952, soube combinar simplicidade e refinamento intelectual, integridade e visão empresarial. Falecido em 1983, deixou um legado que pode ser resumido a dois valores centrais: ética nos negócios e respeito às pessoas. Foi com eles também que assumiu o passado, em 1946, ao tornar-se protagonista de uma história que os Gerdau haviam começado quase meio século antes, numa velha fábrica de pregos. (GERDAU, 2001, p. 101).

Nesta narrativa também há espaço para os depoimentos dos ex-funcionários e a eles é permitido falar sobre suas lembranças mais positivas dos anos de trabalho na empresa (perceba-se o critério para selecionar as lembranças: positivas). O livro contém apenas seis depoimentos, todos de antigos funcionários já aposentados. Entre os depoimentos, Edgar Kramer de Oliveira relata que na época de “seu Curt” os salários nunca mais atrasaram, permitindo aos leitores a suspeita de que em outras épocas, que não na gestão de Curt, os salários alguma vez foram atrasados (GERDAU, 2001, p. 19).

Figura 13: Oficina da Siderúrgica Riograndense



Fonte: Gerdau (2001, p. 19)

A importância de “seu Curt” reaparece em outras fontes como a referência no *site* institucional da empresa, no *link* “empreendedores”, no qual os textos dos valores herdados da família se repetem. Também na decoração dos escritórios da sede da empresa em Porto Alegre, nas paredes encontram-se quadros emoldurados com as imagens dos três empreendedores, João Gerdau, Hugo Gerdau e Curt Johannpeter. Entre as coleções preservadas no Memória Gerdau está a coleção pessoal de selos mundiais, fotografias e documentos de Curt Johannpeter.

Pollack (1992) afirma que a memória é composta por pessoas/personagens, lugares e acontecimentos. Analisando essas fontes, encontram-se estes componentes em Curt Johannpeter, nos trabalhadores, na Fábrica de Pregos Pontas de Paris, e como acontecimento histórico representativo está a Siderúrgica Riograndense adquirida em 1948. Cabe observar que se trata de uma escolha que define características da identidade que se propõe construir e divulgar.

A divulgação destes símbolos é dirigida aos públicos da empresa, clientes, acionistas, fornecedores e funcionários. Para cada público são escolhidos os veículos de informação como no caso dos jornais de circulação interna – o “Linha Direta” e o “Radar Memória” – desenvolvidos para os funcionários da empresa. Já o livro comemorativo foi elaborado visando como públicos, primeiramente, os clientes e os acionistas, mas servindo para os demais públicos, fornecedores e funcionários.

Dos clientes se espera uma maior valorização de seus produtos e serviços e mostrar o diferencial da empresa por ter uma história, por isso é confiável para manter as parcerias.

Dos acionistas se espera, além disso, o contínuo investimento no capital da empresa, por ser a corporação baseada nos valores de respeito e seriedade ensinados pelos seus empreendedores; já dos fornecedores, a parceria de manter prazos e preços, porque a empresa está há cem anos no mercado e merece ser respeitada.

Dos funcionários se espera o comprometimento com a empresa na busca de resultados, como se todos fossem pertencentes à família de Curt Johannpeter e como herdeiros desta família devem zelar e trabalhar para o sucesso do empreendimento.

A atenção às pessoas para além dos portões da empresa e a responsabilidade social são pontos de extrema importância para Gerdau desde cedo. Para nós, da Família, o mais importante não é o patrimônio, mas sim o orgulho de pertencer e de se identificar como parte desta grande história. (GERDAU, 2011).

Esta escolha demonstra que o símbolo criado a partir da imagem de Curt Johannpeter, da fábrica de pregos e da compra da Siderúrgica Riograndense é um claro indício da importante função da memória na construção da identidade corporativa. Também se pode examinar que esta memória foi construída no presente, materializada na implantação de um centro de documentação e memória, e se analisadas sob a ótica de Bordieu (1990) e Chartier (1990), estas representações não são construídas por discursos neutros: produzem estratégias e práticas tendentes a impor uma autoridade, uma deferência, e mesmo a legitimar escolhas (CHARTIER, 1990). O discurso relaciona a figura individual de um presidente da empresa (Seu Curt) com o personagem capaz de transmitir o respeito como valor base para a empresa e a isso se deve o sucesso da organização em seu processo de modernização.

Quanto à eleição das personagens desta memória, as fontes analisadas levam a observar quais as relações que se faz com a figura dos trabalhadores. No chão da fábrica se vê rostos anônimos, não identificados, manuseando com destreza os instrumentos e as máquinas de grande porte na produção do ferro-gusa⁸¹, uma das primeiras matérias-primas para a confecção do aço. Tanto no folheto “Linha Direta” sobre os cinco anos do Memória Gerdau como no livro comemorativo, são vistos estes trabalhadores na linha de produção. Eles normalmente são retratados em seus uniformes de trabalho e o capacete, homogeneizando esta figura, isto é, transformando o que era individual – como nome e sobrenome – para o coletivo, o funcionário exemplar da empresa em plena atividade.

⁸¹ A título de curiosidade, o ferro gusa é o “produto obtido no alto forno, pela reacção de redução do minério de ferro com carvão ou coque (combustível derivado do carvão), juntamente com o calcário. É considerado como uma liga de Ferro e Carbono e é usado para obter outras ligas de Ferro e aço. Para fabricar o aço é necessário retirar as quantidades em excesso de Carbono e impurezas presentes no ferro gusa. Da produção do aço, especificamente dos processos de oxidação envolvidos, resulta a escória que é um aglomerado contendo diversos elementos que não interessam estar presentes no aço e que são excluídos nesta forma; a escória pode ser depois reciclada e utilizada noutras aplicações”. (METALOPÉDIA. **Verbetes ferro gusa**. Disponível em: <<https://sites.google.com/a/catim.pt/metalopedia/metalurgia/ligas-metalicas/aco/ferro-gusa>>. Acesso em: 29 abr. 2013.

A estes trabalhadores não foi “dada a voz” no sentido de expressarem tudo o que pensavam sobre a empresa (até porque não haveria espaço suficiente na publicação para tanto). É dedutível que foram selecionados discursos que coincidiam com a proposta da empresa. Alguns poucos eleitos foram entrevistados e puderam ter nestas publicações suas histórias retratadas, mesmo que em poucas linhas. Os trabalhadores eleitos foram antigos funcionários aposentados há mais de 30 anos e que, ainda vivos, foram procurados pela equipe do Memória Gerdau para serem entrevistados por motivo das comemorações do centenário.

Examina-se se a inserção das falas destes trabalhadores são para legitimar a construção e um discurso, como no exemplo da compra em 1948 da Siderúrgica Riograndense, uma siderúrgica falida que foi adquirida pelo Grupo Gerdau. No livro comemorativo, no subcapítulo intitulado “preservando um empreendimento pioneiro” quatro funcionários foram mantidos na Siderúrgica por serem únicos entendedores do negócio. Eles retratam as melhorias ocorridas com a entrada da empresa Gerdau nos negócios e descrevem este período:

‘As dificuldades eram muitas e os recursos poucos’, lembra o engenheiro Edgar Kramer de Oliveira que, junto com o engenheiro mecânico-eletricista Heddy Pederneiras, Henrique Anawate, engenheiro metalúrgico, e o técnico Pedro Santana, respondia pela operação da indústria. [...] Mas a chegada dos novos donos foi muito bem recebida. A empatia com os novos dirigentes foi imediata, sobretudo com o ‘seu’ Curt, enfatiza o dr. Edgar, acrescentando que ‘daí em diante os salários nunca mais atrasaram’. (GERDAU, 2001).

Se neste livro comemorativo são poucas as falas dos trabalhadores da empresa, nas demais fontes analisadas percebe-se a inexistência de referências ao tema dos trabalhadores. Nos materiais que narram a história da empresa, como os folhetos de comunicação interna “Radar Memória” e “Linha Direta”, as imagens escolhidas para representar o passado são as fachadas das unidades industriais ou os produtos produzidos, como os pacotes de pregos e os vergalhões de aço. Isso representa o resultado final do processo de produção, talvez numa perspectiva de justificar ou comemorar tal processo.

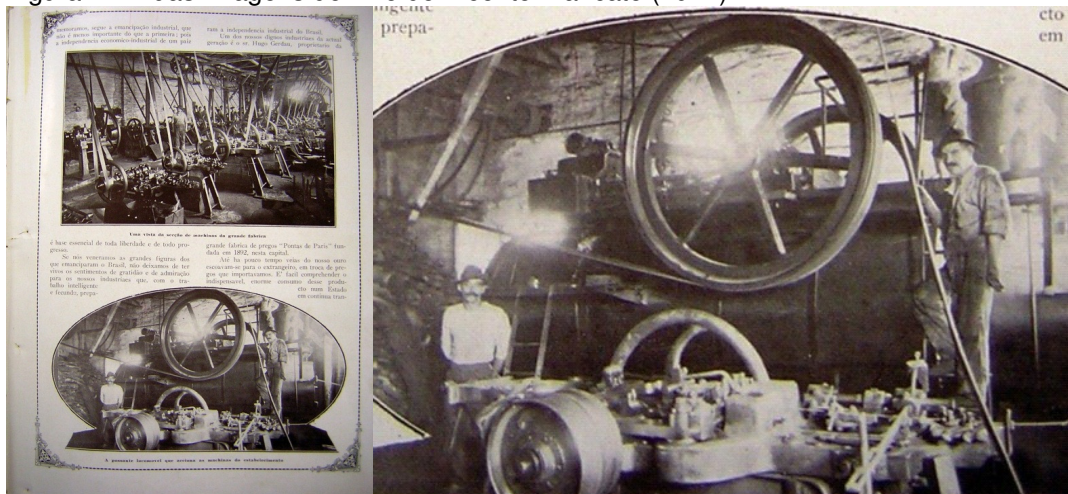
No acervo iconográfico do centro de documentação e memória é possível encontrar inúmeras imagens de trabalhadores retratados em suas funções diárias, contudo não é possível saber, além da representação do modo de produção e do

tempo que foram retratados, qual o cotidiano destes trabalhadores nas décadas que se seguiram.

O livro comemorativo (2001) traz ainda uma imagem dos trabalhadores no cotidiano da fábrica de pregos. Esta imagem retrata a locomóvel movido à lenha que garantia a energia para as máquinas de pregos e, ao lado da máquina, dois trabalhadores posam para o fotógrafo. No retrato é possível ver o quão sombrio era o ambiente labutar da época, iluminado apenas pela luz solar das grandes janelas dos prédios fabris e que ao redor de todo o ambiente havia máquinas, ferros, pregos, óleo e sujeira produzida no dia-a-dia. A origem desta imagem está referida ao livro de Vicente Blancato (1922) intitulado “As forças econômicas do estado do Rio Grande do Sul, para centenário da independência do Brasil: 1822 a 1922”.

Neste livro a imagem refere-se à Fábrica de Pregos Pontas de Paris a partir do ano 1914, época da administração de Hugo Gerdau. A diferença quanto à mesma imagem retratada no livro comemorativo do Grupo Gerdau (2001) é a presença de um menino trabalhador posando acima da locomóvel, juntando-se aos dois trabalhadores próximos da máquina. Em 1914, época deste retrato, era comum o uso de mão de obra infantil, quando pais levavam seus filhos para ajudar na renda familiar⁸². A decisão pela retirada do menino trabalhador da imagem para o livro comemorativo (2001) pode ser um indício da escolha sob a perspectiva do tempo presente, uma vez que é no presente que se condena o uso da mão de obra infantil.

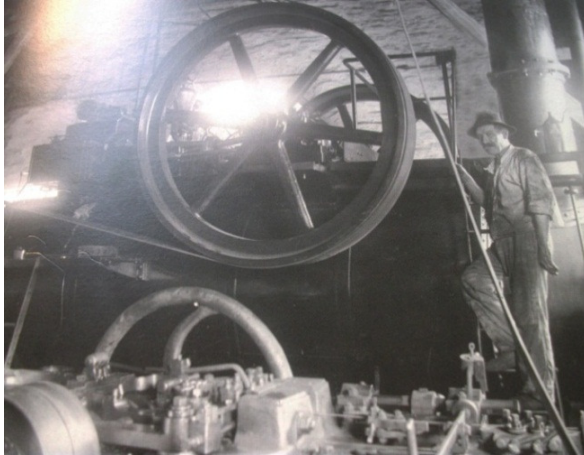
Figura 14: Duas Imagens do livro de Vicente Blancato (1922)



Fonte: Blancato (1923).

⁸² As leis contrárias ao trabalho infantil no Brasil são muito recentes. O Estatuto da Criança e do Adolescente é do ano de 1990.

Figura 15: Uma imagem da locomóvel e trabalhadores



Fonte: Gerdau (2001, p. 115).

Nas 272 páginas do livro comemorativo, encontram-se 40 imagens de trabalhadores “anônimos”, com seus uniformes e capacetes, reproduzindo a era da industrialização em massa para a construção de um Brasil mais moderno (referindo-se aos anos 1940 até 1970). Esta modernidade é descrita pela melhoria das máquinas e na melhoria do ambiente de trabalho, como o refeitório maior e as refeições terceirizadas, os ambientes de lazer ou recreação. Tal imagem é vista sempre nas saídas da fábrica: grandes quantidades de trabalhadores, encenando a coletividade da empresa, representados sempre em preto e branco, deixando a homogeneização da figura destes trabalhadores ainda mais marcante.

A partir dos anos 1980 até o tempo presente, há uma continuidade em retratar da mesma forma os trabalhadores da empresa, agora com uniformes e capacetes modernos e roupas apropriadas ao sistema de segurança do trabalho, com luvas, botas e óculos de proteção em fotografias coloridas. Percebe-se que a representação que se busca com as imagens de trabalhadores é quanto à modernização e à tecnologia de automação incorporada à produção. Os funcionários são vistos em pequena escala, manuseando modernos computadores ou máquinas gigantescas como os recicladores de sucata para uma melhor gestão do meio ambiente.

Figura 16: Funcionários da Gerdau Açonorte



Fonte: Gerdau (2001, p. 44).

Figura 17: Funcionários trabalhando com laminados



Fonte: Gerdau (2001, p. 213).

Quanto à equipe que trabalhou no Centro de Documentação e Pesquisa, pode-se deduzir que a ela também não foi dada voz, já que em nenhuma fonte sobre o centro de documentação, ou fornecida por este em forma de pesquisas históricas, não se coloca a autoria do texto ou da obra. Com a inexistência de autoria das fontes, o quadro se agrava para a inexistência de fontes sobre o centro de documentação a partir do ano de 2004. Isso pode ser interpretado como uma forma de legitimar o discurso, apresentando-o, justamente, não como um discurso produzido por determinados profissionais, mas como sendo o passado em si.

Nos anos seguintes ao ano de 2004, as informações específicas sobre as atividades do Memória Gerdau não são mais publicadas e a única referência ao trabalho do centro de documentação está na cronologia de fatos históricos da empresa que, entre outras publicações, é descrita nas últimas páginas dos relatórios

anuais utilizados como ferramenta de divulgação das atividades da empresa no Brasil e no exterior.

A mudança de foco de atuação do Centro, que até então priorizava a preservação do acervo, a partir do ano de 2007 transforma-se em um espaço de referência em informações históricas da Gerdau. Segundo o relatório anual deste ano, esta mudança é consequência da adoção do *Gerdau Business System* (GBS), sistema global que consolidou os processos de operação do negócio e que padronizou as políticas, diretrizes e indicadores de desempenho da empresa (GERDAU, 2007). Com o GBS, o centro de documentação e informação Memória Gerdau é incorporado ao macroprocesso de suporte da organização chamado de Assuntos Institucionais e Comunicação Corporativa (ICC).

O ICC é composto por três processos: Marca; Comunicação e Assuntos Institucionais. Curiosamente, o Centro de Documentação e Informação Memória Gerdau está inserido no processo Marca, e com este enquadramento, resume sua atuação apenas para a manutenção do acervo e divulgação, por meio de exposições temáticas, *website* e publicações corporativas de dados históricos da empresa. Esta mudança de foco pode ser vista como um indício da especularização da memória embasada em uma estratégia de *marketing*, em que o passado agrega valor aos produtos da empresa. Segundo Prats (1997), o patrimônio dá prestígio e dinheiro por ser um valor socialmente reconhecido e bastante seguro. Isso se pode observar em investimentos para patrocínio cultural por empresas e seus institutos ou fundações.

O ano de 2007 encerrou com a perspectiva de criação de um espaço museológico na sede da empresa em Porto Alegre (RS). Em 20 de novembro de 2007, foi solicitado à autora desta dissertação, que atuava na época como consultora, um projeto conceitual para este espaço expositivo. Segundo *e-mail* enviado pelo responsável do centro, as linhas norteadoras seriam: história, valores e cultura do Grupo Gerdau. Também deveria ser contemplada a gestão familiar, a evolução dos grandes números da empresa, como produção e capacidade das unidades, o crescimento mundial e a participação para a evolução do setor siderúrgico. Estes conteúdos estariam representados em peças históricas do acervo, documentos e em conteúdos multimídias produzidos para este fim. Com a perspectiva anunciada de uma crise financeira mundial como cenário para o ano de 2008, este projeto foi cancelado e o mesmo ocorreu com outros projetos institucionais da empresa.

Em 2009, o Memória Gerdau completou dez anos, continuando com as atividades recorrentes de catalogação do acervo histórico, envolvido em todos os processos relacionados à marca, como a aprovação de logomarcas para os patrocinadores e a validação de pedidos de pesquisa interna e externa. A estagnação dos investimentos em memória a partir de 2009 pode ser entendida como a passagem do período do trabalho de enquadramento da memória, no qual são vistos os maiores investimentos na construção de memórias, para o período do trabalho da memória em si, em que resta efetuar o trabalho de manutenção, resultado da conjuntura de períodos calmos (POLLACK, 1992). Neste caso analisado, o maior investimento em memória foi no período que abarca os anos de 1999 a 2001, quando da constituição do centro de documentação e memória e da elaboração do livro comemorativo, sendo o período posterior ao ano de 2009 visto como de manutenção do centro de documentação e de adaptação aos processos administrativos da empresa.

Em 2011, a equipe do Memória Gerdau, resumida no papel do historiador, participou da pesquisa histórica para a revista *Connection*, um veículo produzido para a campanha especial de 110 anos da empresa. Esta participação baseia-se na eleição de imagens e dados configurados em linhas do tempo e textos, como o que pode ser lido na abertura do capítulo “Gerdau 110 anos”:

Uma história iniciada por uma viagem intercontinental no fim do século 19 alcançou proporções globais no século 20 e continua forte no início do século 21. João Gerdau imigrou da Alemanha para o Brasil em 1869, onde comprou a fábrica de pregos Pontas de Paris em 1901. Esse era o início da Gerdau, hoje uma equipe de 45 mil pessoas atuando na indústria do aço de forma sustentável e gerando valor para clientes, equipes, acionistas e a sociedade em 14 países. (GERDAU, 2011).

Este texto ajuíza a finalidade da organização em ser lembrada como uma empresa global, ou seja, uma empresa que atua em todo o mundo economicamente ativo.

Atualmente, as informações sobre as pesquisas históricas e a preservação do acervo podem ser vistas apenas na página eletrônica (*website*) da empresa, no *link* sobre o Centro de Documentação⁸³, que disponibiliza aos usuários acesso a informações como a história da empresa e a relação desta com a história do Brasil e

⁸³ GERDAU. **Memória Gerdau**: Centro de Documentação. Disponível em: <<http://www.gerdau.com.br/sobre-gerdau/memoria-gerdau-centro-documentacao.aspx>>. Acesso em: 22 set. 2011.

do Rio Grande do Sul, assim como dos países nos quais ela atua. Entre os *links* encontram-se a evolução da logomarca da empresa, a história dos fundadores e também a cronologia ou linha do tempo interativa, que será tema do próximo capítulo.

Os usos do patrimônio histórico da empresa, objetificado com símbolos como o diretor empreendedor Curt Johannpeter, a primeira fábrica e o pioneiro João Gerdau, ou ainda a compra da Siderúrgica Riograndense, transportam uma carga simbólica para o fim de definir a identidade da empresa, podendo ser comparada, respeitando as proporções e a complexidade de cada caso, à busca de símbolos por aqueles que construíram o patrimônio cultural brasileiro no final dos anos 1930. No caso do agente ativador Estado, o intuito era a construção de uma identidade nacional, e no caso do agente ativador do setor privado, para construir uma identidade corporativa. Ambos são instrumentos ou ações simbólicas utilizadas para um determinado propósito. Esta ação (função) legitimou implantação de um centro de documentação e memória como o Memória Gerdau.

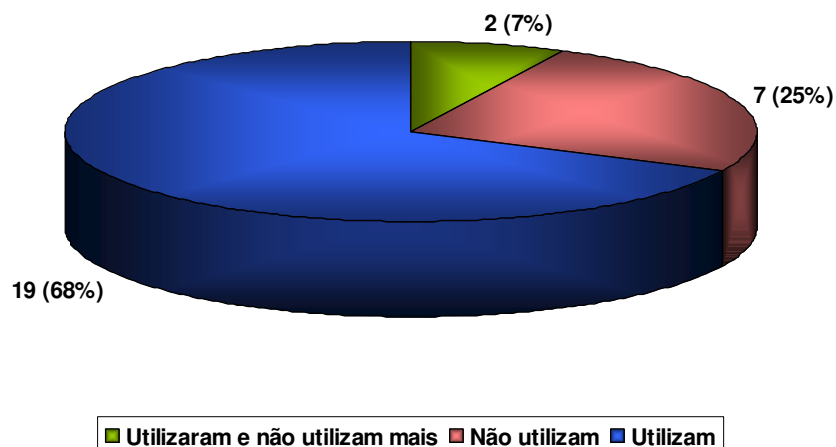
A análise deste Centro possibilitou a categorização de elementos constituintes de uma memória empresarial. Entre estes, foram analisados com profundidade neste capítulo os mais recorrentes entre as empresas privadas, que é a constituição de acervos históricos. Nas próximas páginas, serão analisadas a elaboração de cronologias chamadas de linhas do tempo e por último, as comemorações em empresas privadas, com seus livros comemorativos e os museus ou memoriais.

4 “LINHAS DO TEMPO” – O USO DE CRONOLOGIAS PELAS EMPRESAS PRIVADAS

O ordenamento dos fatos narrados por meio de cronologias é um dos recursos utilizado pelas empresas privadas no Brasil para divulgar seus feitos marcantes ao longo do tempo. Neste caso, estas cronologias são chamadas de “linhas do tempo”, recorrente nas páginas *web* de empresas ou em livros institucionais, normalmente associando os fatos narrados com as imagens representativas de uma determinada época.

Entre as 26 empresas analisadas, 19 empregaram o recurso cronológico em suas páginas *web* ou em publicações, enquanto que sete empresas não se utilizam ou não foram encontradas fontes que usassem este recurso, sendo que duas empresas encerraram seus centros de documentação neste período⁸⁴, entretanto aproveitaram-se anteriormente deste recurso e não o utilizam mais, conforme demonstrado no gráfico abaixo:

Gráfico 2: “Linhas do tempo” em *site web* de empresas privadas (período da pesquisa de 1990-2012)



Fonte: elaborado pela autora.

Independente da constituição de centros de memória no espaço empresarial, as “linhas do tempo” foram um recurso difundido por mais de 65% das empresas

⁸⁴ Segundo experiência da autora que visitou ou teve conhecimento destes centros de documentação que encerraram suas atividades no até 2007.

analisadas nesta pesquisa. Isto pode ser um indício do quanto às organizações se valerem da sua história para a legitimação de sua trajetória no mercado em que se inserem. A memória, ativada por meio dos discursos identitários promovidos pelos grupos diretivos destas corporações, é utilizada com propósitos políticos a fim de evocar o sentimento de pertencimento aos membros deste grupo.

Com os dados coletados das empresas pesquisadas, segundo o método de “análise de conteúdo” de Bardin (1977), separou-se o conteúdo em categorias por representação: étnica, familiar e fatos históricos relacionados à história local, do Brasil e do Mundo. Desta maneira, foi possível visualizar de forma abrangente, porém elucidativa, o uso das “linhas do tempo” como um recurso de representação do passado.

Entre as organizações que implantaram seus centros de documentação e memória no recorte temporal proposto nesta dissertação, buscou-se perceber se estas empresas se valerem das “linhas do tempo” para a construção da sua narrativa histórica em prol de legitimar a identidade do grupo, pontuando os seus fatos mais importantes⁸⁵.

A ordenação sobre o eixo do tempo pressupõe que alguém ou um grupo escolheu essa classificação em busca de um sentido. Uma cronologia divulgada em um *site* institucional procura, não apenas classificar os acontecimentos e sim, transmitir um sentido para o receptor ou leitor.⁸⁶

⁸⁵ Em linhas gerais o processo de análise de conteúdo é constituído de cinco etapas: preparação das informações, transformação dos conteúdos em unidades de registro, categorização ou classificação das unidades em categorias, descrição e interpretação.

⁸⁶ Este processo de construção de uma “linha do tempo” ou cronologias visto hoje como uma ferramenta mercadológica, amplamente utilizada por empresas privadas, serve para narrar os seus principais marcos ou episódios históricos e que será analisada neste capítulo por três diferentes concepções de história. Os autores e as obras elencadas são A ideia de História de Robin G. Collingwood (2001), Caminhos do Fim da História, de Fernando Catroga (2003; 2006) e o artigo Historicidade e Simultaneidade, de Rui Cunha Martins. Apesar das diferenças entre si, esses autores compartilham uma preocupação em comum a de singularizar a história como um campo de estudo específico com seus métodos e do estabelecimento de um campo de atuação para o historiador. Para os filósofos da história, como Collingwood (2001), Catroga (2003; 2006) e Rui Cunha Martins (2011), a cronologia mostra-se limitada e não se configura como pesquisa histórica, postulando apenas como um relato superficial impossível de ser analisado pela historiografia. Neste ponto, separam-se o acontecimento do fato histórico, o primeiro, condiciona a organização do discurso e, o segundo, fornece os significantes. Para Collingwood (2001), a narrativa exclusivamente factual dos episódios é uma dimensão exterior do acontecimento, enquanto que a dimensão interior é revelada quando o historiador alcança a significação mais íntima do acontecimento, podendo captar o pensamento existente naquele momento histórico. Os episódios que só apresentem parte externa são chamados eventos e, portanto, não devem ser tema de pesquisa histórica. Sob esta perspectiva, uma cronologia seria a dimensão exterior do acontecimento.

Qualquer que seja o conteúdo da cronologia ou “linha do tempo”, o ponto de partida para o leitor é sempre o presente. A ideia de progresso da história e de longa duração leva ao término do percurso igualmente fixado no presente. Nas palavras do historiador Michel de Certeau (2010, p. 97):

O recurso à cronologia reconhece que é o lugar da produção que autoriza o texto, antes de qualquer outro signo. A cronologia indica um segundo aspecto do serviço que o tempo presta à história. Ela é a condição de possibilidade do recorte em períodos. Mas (no sentido geométrico) rebate, sobre o texto, a imagem invertida do tempo que, na pesquisa, vai do presente ao passado.

Um exemplo da narração histórica com ponto de partida no presente foi o Grupo Ipiranga que em seu folheto apresentou o projeto “Memória Ipiranga” criado no ano de 1997. O ponto de partida para o leitor era no presente, convidando o leitor a escolher se preferia ir ao passado ou ao futuro, dando a sensação de passagem do tempo linear e progressiva onde o próprio leitor torna-se o viajante do tempo. O passado da companhia Ipiranga foi representado através das imagens, envelhecidas na cor sépia, de suas antigas usinas e postos de gasolina dispostas em mosaico, enquanto que o futuro aparece representado pelo moderno projeto arquitetônico do Memória Ipiranga e seu espaço interativo que contava com uma “[...] mídia corporativa que permite a atualização constante das informações do grupo, o que o torna um espaço sempre à frente tal como a Empresas Ipiranga”. (IPIRANGA, 1997).

Figura 18: Folheto impresso do Grupo Ipiranga – Memória Ipiranga – 1997 até 2007 (Folha A, B e C)




Projeto Visual

Através de painéis a Ipiranga expõe sua história, atividades e áreas de atuação. A Galeria dos Fundadores é uma homenagem às pessoas que, pela perseverança e crença na capacidade de crescer e realizar vêm transformando e fortalecendo os ideais das Empresas Petróleo Ipiranga. Os painéis históricos expostos no Memória Ipiranga retratam todas as áreas em que a Ipiranga atua e, também as atividades e empresas que foram de grande importância para o seu crescimento e desenvolvimento e hoje, não fazem mais parte do grupo.

Projeto Interativo

Com um Sistema Multimídia Integrado, o Memória Ipiranga proporciona a integração dos visitantes com as informações disponíveis nos três equipamentos: o videowall, o quiosque multimídia e a bancada de pesquisa, com acesso à Internet. O Sistema Multimídia Integrado permite pesquisar as fotos do acervo histórico da Ipiranga, ver os comerciais publicitários, visitar o CD-ROM Integração e o site da empresa. Além disso, esse projeto possibilita conhecer os funcionários homenageados com o botão de mérito, pelos seus 10 até 60 anos de trabalho nas empresas do grupo.

O Memória Ipiranga é uma mídia corporativa que permite a atualização constante das informações do grupo, o que o torna um espaço sempre à frente, tal como as Empresas Petróleo Ipiranga.



Fonte: Memória Ipiranga (acervo da autora).

Também é observada esta conexão direta do presente rumo ao passado ou ao futuro no Centro de Documentação Memória Gerdau (1999) quando descreve, em seu projeto de implantação, as linhas para a constituição do acervo que:

[...] será através de documentos relacionados à vida do Grupo Gerdau, fotografias, depoimento, etc. [...] identificando as fontes e o grau de participação das mesmas como conteúdo histórico, ou seja, interrelacionar passado e presente obtendo dessa forma uma visão futura da empresa.⁸⁷

Encontra-se outros exemplos como o do Centro de Documentação e Memória Multibrás (1995), que justifica a composição do seu acervo histórico como aquele que “explica como o Grupo chegou ao ponto atual e serve como subsídio para as futuras decisões”⁸⁸. Neste vies, a criação dos Estados-Nação no século XIX que construíram sua identidade nacional baseada em símbolos representativos inventados por pensadores da época pode ser relacionada com o papel dos centros de documentação e da memória, construídos pelas empresas privadas para o fim de moldar a sua identidade no presente, justificando serem fundamentais para as futuras gerações ou decisões.

A busca por referentes na história das empresas leva a reflexões sobre as representações do tempo que, conforme analisa Jose D’Assunção Barros (2005), é uma das maiores restrições que perseguem os historiadores, às vezes sem dar-se conta, seja por meio das formas estereotipadas de tratar o tempo, que vai desde a maneira como se representa o tempo ou narram-se os eventos sob a forma de uma sucessão frequentemente linear e progressiva, até as possibilidades demasiado restringidas de elaborar recortes temáticos para a pesquisa histórica. O mesmo autor reflete sobre estes padrões limitadores, impostos ora a partir do âmbito institucional, ora a partir do “âmbito do infundável jogo de repetições de modelos e práticas historiográficas em que se formam sucessivamente as gerações de historiadores” (*ibidem*, p. 145). Ele considera ser a representação do tempo subjetiva, sendo a própria representação do “tempo histórico” ela mesma histórica.

Sobre o tempo histórico, Paul Ricoeur (2007, p. 165) lança a definição de “tempo crônico”, referido pelo autor como “terceiro tempo” e que aqui pode auxiliar o entendimento sobre as “linhas do tempo” de empresas. Para ele, este tempo seria aquele cuja referência de todos os acontecimentos está em um acontecimento fundador que define o eixo temporal. Também possibilita percorrer os intervalos de tempo segundo as duas direções opostas da anterioridade e da posterioridade com

⁸⁷ Projeto do Centro de Documentação Metalúrgica Gerdau S.A (1999), Módulo I - Sobre a coleta e Identificação. S/P

⁸⁸ MULTIBRÁS ELETRODOMÉSTICOS. **Consul, 50 anos de amizade**. São Paulo: Multibrás, 2000, p. 57.

relação à data zero, assim como, a constituição de um repertório de unidades que servem para denominar os intervalos recorrentes: dia, mês, ano etc.

A questão é complexa, e não será tratada aqui sob pena de desviar do principal tema de reflexão. Basta deixar estabelecido que o tempo histórico não é o tempo representado pelas “linhas do tempo” propostas pelas empresas privadas.

No caso específico do Grupo Gerdau há indícios que, no ano de 1999, a elaboração da cronologia justificou, no contexto da implantação de seu centro de memória, a contratação do historiador para o trabalho de “resgate intensivo de documentação de valor histórico por meio dos documentos internos e externos da empresa”.⁸⁹ Colabora para este indício outro indicativo revelado na carta de 28 de novembro de 2000, apresentando o historiador contratado pela Gerdau para a busca de informações sobre a história da empresa em acervos de outras instituições; e também em 2003, no manual de procedimentos do Memória Gerdau, que apresenta entre os objetivos do Centro de Documentação a preservação do “patrimônio documental” que contém “valor histórico, probatório ou informativo”.⁹⁰

Percebe-se uma inversão na função do historiador visto como aquele que por meio de pesquisa aprofundada em documentos construirá um texto histórico sobre determinado momento passado. No caso Gerdau, e segundo experiência da autora, a cronologia foi anteriormente elaborada, sendo solicitada ao historiador do Centro de Memória apenas a comprovação dos dados por meio de pesquisa factual, que devido ao pouco tempo de trabalho para este fim acaba por ser pouco aprofundada.

A “linha do tempo” do Grupo Gerdau é, juntamente com a publicação sobre os cem anos da empresa contando a sua história até o ano de 2001⁹¹, o principal recurso e o mais utilizado pela organização observado até o período de realização desta pesquisa, descrevendo a sua trajetória de 110 anos “alinhadas à estratégia da Gerdau, de ser uma Empresa integrada, com uma Cultura Empresarial única e globalmente disseminada” (GERDAU *CONNECTION*, 2011).

A “linha do tempo” também está presente nas publicações impressas da empresa, bem como pode ser conferida pela página *web* <http://www.gerdau.com.br>, podendo ser acessada a qualquer momento por aqueles que dispõem dos recursos

⁸⁹ Projeto do Centro de Documentação Metalúrgica Gerdau S.A (1999), Módulo 3.2 sobre a análise e avaliação dos conjuntos documentais. S/P.

⁹⁰ GRUPO GERDAU. **Manual de Procedimentos do Centro de Documentação & Informação Memória Gerdau**. Comunicação Social – Grupo Gerdau. Ciclo Gestão da Informação, 2003.

⁹¹ GERDAU (2001).

da rede de internet. O usuário da “linha do tempo” da página *web* é convidado a conhecer de forma interativa e ilustrada “a história do grupo desde sua criação em 1901 até os dias de hoje”, mas se preferir também pode optar em “conhecer a história” da Gerdau de forma compacta, em texto⁹².

A importância deste recurso cronológico é comprovada por sua repetição em todas as publicações da corporação, assim como no *website* da empresa, em versão trilingue (português, espanhol e inglês). As fontes analisadas do Grupo Gerdau, pertencentes ao período de 2001 até 2011, demonstram a repetição dos principais fatos elegidos, com o acréscimo das informações dos anos subsequentes, que na sua maioria descrevem aquisições e ampliações na empresa.

As frases são padronizadas, contendo no máximo de 9 a 10 linhas, optando-se pelo uso de expressões no tempo presente como, por exemplo, a frase, “1869 – João Gerdau se estabelece em Agudo (Colônia Santo Ângelo)”, ou ainda, “1901 – João Gerdau e seu filho Hugo lançam as bases do Grupo Gerdau com a fábrica de pregos Pontas de Paris, em Porto Alegre, Rio Grande do Sul, Brasil” (GERDAU, 2001, p. 245 e 247).

Figura 19: Links da página *web* do grupo Gerdau

⁹² GERDAU. **Memória Gerdau**: linha do tempo. Disponível em: <<http://www.gerdau.com.br/sobre-gerdau/memoria-gerdau-linha-do-tempo.aspx>>. Acesso em: 15 ago. 2012.

The screenshot shows the Gerdau website's 'Linha do Tempo' (Timeline) page. At the top, there are language options (Português, English, Español), a search bar, and a navigation menu with links for 'MAPA DO SITE', 'DÚVIDAS', 'GLOSSÁRIO', 'CONTATOS', and 'Busca'. The Gerdau logo is prominently displayed. Below the logo, there are dropdown menus for 'Sites Gerdau Brasil' and 'Você está no site Brasil'. The main navigation bar includes links for 'SOBRE A GERDAU', 'PRODUTOS E SERVIÇOS', 'MEIO AMBIENTE E SOCIEDADE', 'MEDIA CENTER', 'INVESTIDORES', and 'CARREIRA'. The 'Linha do Tempo' section features a large graphic with the year '2011' and several historical photographs. A sidebar on the left lists various company information, and a sidebar on the right offers options for 'Indicar Página' and 'Imprimir'.

Fonte: Gerdau (15 ago. 2012)

Esta conexão do presente com o passado inicia-se com a tentativa de explicar a motivação para a chegada do imigrante alemão João Gerdau ao Brasil em 1869. A figura de João Gerdau está relacionada à Alemanha, seu local de nascimento, à família, ao trabalho e ao conhecimento ou habilidades empreendedoras. Com o passar dos anos e a profissionalização da empresa esta relação é transferida e ou herdada para a empresa, como nas palavras de Jorge Gerdau Johannpeter ao afirmar ser “o respeito o principal valor que a empresa herdou da família Gerdau” (GERDAU *CONNECTION*, jul. 2011). É muito provável que este imigrante ao se transferir para o Brasil em 1869 se chamasse Johannes, tendo o seu nome traduzido literalmente para a língua portuguesa a fim de ampliar a aproximação com o contexto atual por ser esta empresa localizada no Brasil.

A linha do tempo enfatiza que João Gerdau saiu da Alemanha do século XIX para o Brasil, seguindo a rota que os alemães abriram em 1824, quando os primeiros imigrantes alemães chegaram ao estado do Rio Grande do Sul.

Pesavento (1985, p. 32) afirma que o processo de industrialização no Rio Grande do Sul contou com o chamado “burguês imigrante como aquele que trouxe consigo, da sua terra de origem, capital de experiência profissional na gestão de alguma empresa”. Este pode ser o caso do imigrante João Gerdau, representado

como comerciante que fundou muitas empresas e que entendia de negócios, diferente dos colonos que aqui se fixaram para a agricultura⁹³.

A cronologia expõe ainda o fato de que João Gerdau emigrou para o Brasil para trabalhar em uma zona portuária em Rio Grande (RS), seu irmão emigrou para os Estados Unidos e outro irmão resolveu ficar na Alemanha e formou-se engenheiro. Chegou em 1869 ao Rio Grande do Sul vindo em um navio alemão sob o comando de seu tio (ROCHE, 1969, *apud* WERLANG, 2002, p. 51). Outro dado que apresenta o imigrante é sua rápida ascensão nos negócios, que no prazo de dois anos já havia fundado uma casa comercial e negociado terras⁹⁴.

A descrição da experiência contábil deste sujeito torna-se relevante para o entendimento de que não foi apenas um colono com aptidões para a agricultura como a grande maioria dos imigrantes alemães são caracterizados. João Gerdau foi um imigrante diferenciado. Werlang (2002, p. 153) relata que Gerdau e sua esposa vinham de uma metrópole de grande tradição cultural e comercial (Hamburgo – Alemanha), “uma cidade com um secular ideário libertário e comercial” e que tiveram dificuldade em se relacionar com a etnia predominante da Colônia Santo Ângelo de maioria “pomerana, povo rude que havia deixado a antiga servidão prussiana”. Talvez a aptidão de João Gerdau levasse a empresa João Gerdau & Filho a conquistar ao longo dos anos, o reconhecimento pela qualidade de seus produtos no mercado local e nacional, como no ano 1908, quando a empresa concorreu, junto com outras indústrias gaúchas, na grande Exposição Nacional do Rio de Janeiro.

A vida familiar de João Gerdau e seus descendentes é descrita por meio de registros de nascimentos, casamentos e falecimentos. De 1849 até 1930 são narrados dez nascimentos, dois casamentos e dois falecimentos⁹⁵. A partir de 1930, as referências familiares vão dando lugar às da empresa até não mais serem descritas após a metade dos anos 1980. As alusões à origem étnica familiar também aparecem no texto, não somente no nascimento de João Gerdau e sua saída da Alemanha, assim como a volta deste imigrante à Alemanha oito anos depois para casar-se com uma prima, Alvine Maria Sophia Gerdau. Mas tarde, já com referências

⁹³ GERDAU, op. cit., 2001, p. 118-120.

⁹⁴ *Ibidem*, p. 125.

⁹⁵ “João Gerdau casou-se na Colônia Santo Ângelo com Alvine Maria Sophie Gerdau, que era natural da Neuenfelde, Província de Hannôver, Reino da Prússia”. “Do casamento nasceu quatro filhos na Colônia Santo Ângelo e três deles foi registrados pelo Pastor Johannes Hivanowitz Tüsmann, que naquela época atuava na Comunidade Evangélica da Colônia Santo Ângelo, Agudo e Picada do Rio.” (WERLANG, 2002).

exclusivas à empresa, a forte relação com a etnia é referida sempre que possível, como na seguinte colocação: “1971 – Formalização da compra do projeto da Cia Siderúrgica da Guanabara, Cosigua, no Rio de Janeiro, em associação com o grupo alemão Thyssen ATH” (GERDAU, 2001, p. 252).

Esta referência foi narrada no livro sobre os 100 anos da empresa⁹⁶, contudo na cronologia referida no relatório anual da empresa de 2006, 2007 e 2008 não mais é descrita, dando ênfase apenas à compra do projeto Cosigua, reaparecendo a citação de associação com a Thyssen no Relatório Anual do Grupo Gerdau de 2009 e 2010⁹⁷ e na revista especial para os 110 anos do grupo, publicada em 2011, porém sendo retirada a expressão “com um grupo alemão” (GERDAU *CONNECTION*, 2011, p. 50).

A indicação da Alemanha usada nesta cronologia pode indicar a procura por uma origem também para a empresa e seu negócio, apontada como alemã; familiar e com saber empresarial ou tino para os negócios; assim como João Gerdau, características-símbolos que são trazidos ao presente com eficácia por seus herdeiros e continuada com a decisão de uma das herdeiras em se casar com Curt Johannpeter, um inspetor alemão que, por sua vez, acrescenta o conhecimento financeiro às características da empresa. No presente, estes valores não são mais apresentados como da família e sim, da empresa e de todos aqueles que pertencem ao grupo (GERDAU, 2001, p. 252).

Estas informações levam a observar que a “linha do tempo” potencializou a construção de uma identidade do Grupo Gerdau, moldada com o uso de identidades já existentes, ligadas à família e etnia alemã, acompanhada do trabalho, largamente referenciada nas representações dos imigrantes alemães que vieram ao sul do Brasil no século XIX. Esta deferência à etnia alemã e ao trabalho é repetida em cronologias como a da empresa Odebrecht, que associava a sua origem à chegada dos imigrantes em Santa Catarina, e exibem similaridades no uso das representações à etnia, ao trabalho e à família para a consolidação da colônia⁹⁸.

⁹⁶ GERDAU (2001).

⁹⁷ GERDAU. **Relatório Anual do Grupo Gerdau**. Porto Alegre: Gerdau, 2006; 2007; 2008; 2009; 2010.

⁹⁸ ODEBRECHT. **Linha do Tempo**: uma história a serviço do futuro. Disponível em: <<http://www.odebrechtonline.com.br/edicoes/60anos/linhadotempo/pt/index.html>>. Acesso em: 23 nov. 2012.

Os grupos étnicos, originados por migrações ou por outro fenômeno, vão sempre depender da existência de uma comunidade, cujos membros reconhecem-se como portadores de uma determinada identidade, associada a uma origem comum. Se, portanto, definirmos grupo étnico como 'um grupo cujos membros possuem uma identidade distintiva atribuída, e sua distintividade como grupo tem quase sempre por base uma cultura, origem e histórias em comuns' (Seyferth, 1986, p. 586), podemos supor que sempre dificilmente não se constituirão como grupos étnicos [...]. A constatação com a qual os historiadores estão a ver-se é que as identidades não são transportadas e replantadas em outros lugares, mas estão sempre sendo reconstruídas em função das novas circunstâncias do contato estabelecido com outros grupos no novo contexto. (WEBER, 2002, p. 238).

Assim como pertencer a um grupo é algo que se quer afirmar com o uso de símbolos, o participar de determinados fatos como agentes, ou mesmo testemunhas, importa se estes fatos estiverem inseridos em momentos representativos não só para estes grupos e sim, para uma cidade, região ou país. Neste ponto, as representações do passado são trazidas e inseridas em um contexto ao qual não haviam pertencido anteriormente e usadas para uma determinada finalidade, como, por exemplo, as associações com a história do país ou do mundo. Entre os exemplos cita-se a “linha do tempo” do Grupo Ultrapar em que um período de 23 anos é resumido na seguinte frase:

1937-1960

Ernesto Igel funda a Companhia de Gás a Domicílio, atual Ultragas, utilizando cilindros de gás adquiridos da Companhia Zeppelin e introduz na vida brasileira o GLP como gás de cozinha. O fogão a gás passa a substituir os tradicionais à lenha e, em menor escala, os fogões a álcool, querosene e gás de carvão mineral⁹⁹.

A empresa justifica sua existência com referências ao familiar e ao Brasil, comentando que introduziu na “vida brasileira o GLP como gás de cozinha” e o período de mais de duas décadas é colocado de forma abreviada. Ela se posiciona acrescentando em sequência no ano de 1961 a afirmação de que atingiu “um milhão de consumidores de gás”¹⁰⁰.

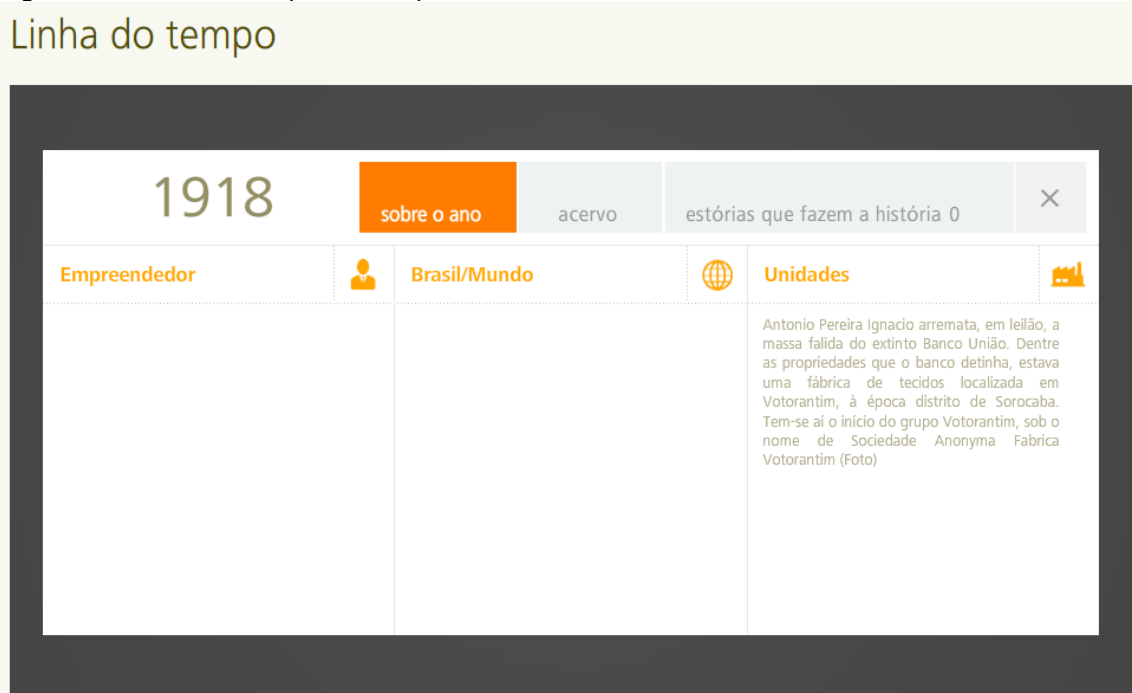
Outro exemplo que cabe a esta pesquisa é a estrutura utilizada pela empresa Votorantin que organizou seus fatos em elementos ou categorias como empreendedor, Brasil/mundo e unidades empresariais. No item empreendedor são descritos dados sobre os donos da empresa, como o ano de nascimento, ou seja, as

⁹⁹ ULTRA. **Perfil e história**. Disponível em: <http://www.ultra.com.br/Ultra/Show.aspx?id_canal=Apyy9MEmW7SC9DzBebnXuQ==#2>. Acesso em: 15 nov. 2012.

¹⁰⁰ *Ibidem*.

referências à família; no item Brasil/mundo são descritos fatos que relacionam a empresa com a história do Brasil ou do mundo; e no item unidades são nominados a fábrica ou negócio que tem relação com aquele empreendedor. Este é mais um indicativo do uso da memória que, segundo Pollack (1992), constitui-se por pessoas, ou no caso, “empreendedores”, lugares e acontecimentos.

Figura 20: “Linha do tempo” do Grupo Votorantim



Fonte: Odebrecht (23 nov. 2012).

A cada “linha do tempo” ou cronologia lida para esta pesquisa encontrou-se a repetição de termos que exaltam as empresas, como pioneiras, únicas e com trajetórias de sucesso. Os problemas não são narrados. Estas cronologias podem ter também a intenção de não apenas explicar a presença da empresa em determinado segmento ou localidade como também justificar a existência da empresa e a sua importância no mercado em que atua. Também pode ser um indício que fundamentaria o investimento realizado para a promoção da memória e a manutenção dos centros de documentação, com suas equipes e demandas, já que estes referentes históricos são encontrados em documentos e fotografias antigas preservados nestes espaços.

Algumas empresas preferiram apresentar suas “linhas do tempo” apenas com imagens, que, na maioria das vezes, denotam uma nostalgia ao passado, com suas cores amareladas ou em sépia. O componente visual auxilia a narração de

acontecimentos do passado e o uso de imagens para atrair o público é apelativo por mostrar um presente de sucesso que se deslocou até o passado promissor da empresa. Este é o caso da empresa Vonpar que preferiu destacar a sua história por meio de sua iconografia, como na imagem a seguir, em que mostra uma antiga publicidade do refrigerante Minuano Limão, criado em 1967 e retirado do mercado com a venda da marca para a Coca-Cola em 1979¹⁰¹.

Figura 21: *Link* sobre a “linha do tempo” do Grupo Vonpar

1967



Fonte: Vonpar (30 nov. 2012).

Com os recortes temporais das cronologias (“linhas do tempo”), não é admissível fazer qualquer relação com o seu contexto social e tampouco entender o pensamento do sujeito neste contexto. O importante é que o “ato mental” ocorre em um contexto e não deve ser recortado ou falseado do seu respectivo contexto, muito menos presentificado. Tirar uma informação, um fato ou um acontecimento de seu contexto nunca poderá ser verdadeiro (COLLINGWOOD, 2001). Muito provável que o imigrante alemão João Gerdau, em 1901, ao comprar a planta da fábrica de pregos, não projetou que nos próximos cem anos o resultado pudesse ser uma multinacional do aço.

¹⁰¹ VONPAR. **João Jacob Vontobel cria fábrica para produzir o refrigerante laranjinha.** Disponível em: <<http://www.vonpar.com.br/corporativo/a-vonpar/historia>>. Acesso em: 30 nov. 2012.

No caso da cronologia do Grupo Gerdau, quando apresenta como marco inicial o ano de 1901 com a compra de uma fábrica de pregos por João Gerdau¹⁰², não é possível com as informações descritas compreender o pensamento do imigrante João Gerdau; para tanto, seria necessária a busca exaustiva pelas informações em outros documentos e livros dentro e fora da empresa. Collingwood (2001, p. 302) sugere que se deva processar o “espírito das ideias” ali contidas, tentando entender os pontos de vistas que expliquem as decisões, e, ao mesmo tempo, analisar o impacto destas ideias em seu espírito, sendo positivas ou negativas. Este aprofundamento da pesquisa é de competência da história, quando é possível examinar se houve influências de alguma convenção social, religiosa ou moral em vigor na época, guiando as escolhas do sujeito. Estas influências serão o objeto da história.

Uma análise geral do primeiro ano do século XX na capital do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, comprova que, em função do desenvolvimento da economia imigrante, ela se converteu em um centro comercial de destaque e no maior conglomerado urbano na passagem do século XIX para o XX (PESAVENTO, 1985). Os imigrantes alemães estavam buscando firmar-se no comércio e na indústria¹⁰³ e os empresários preparavam-se para a grande exposição estadual agropecuária e industrial nos campos da Várzea (Parque Farroupilha), ocorrida em maio de 1901, oportunidade em que puderam exibir seus produtos e, desta forma, buscar novos mercados. Entretanto, para analisar o contexto mental de João Gerdau em 1901 e sua decisão pela compra da fábrica de pregos, apenas o conjunto de documentos associado ao contexto total poderá informar. Segundo afirma Collingwood (2001)¹⁰⁴:

¹⁰² 1901 - João Gerdau e seu filho Hugo, lançam as bases do Grupo Gerdau com a fábrica de pregos Pontas de Paris, em porto alegre, no Rio Grande do Sul, Brasil. <http://www.gerdau.com.br/sobre-gerdau/memoria-gerdau-linha-do-tempo-i.aspx> Acesso em 30 nov. 2012

¹⁰³ “Entre as maiores empresas da época, que expuseram seus artigos na exposição de 1901, figuravam Berta, Becker e Ulnner (fundição), Companhia Fiação e Tecidos Porto Alegrense, Companhia Fabril Porto Alegrense, Companhia Tecelagem Ítalo- Brasileira, Companhia União Fabril, sucessora da Rheigantz, Steigleder (carpitaría), Rodolpho França (banha), Neugebauer (chocolates), Christoffel e Ritter (cervejaria) [e Gerdau]”. (PESAVENTO, Sandra Jatayh. **História da Indústria Sul-Riograndense**. Riocell: Porto Alegre, 1985, p. 48).

¹⁰⁴ Esta concepção é um risco constante ao trabalho do historiador, pois: “na actualidade, o pensamento histórico está, em quase toda a parte, a libertar-se dos laços da falácia positivista, reconhecendo que, em si mesma, a história não é mais do que a reconstituição do pensamento passado, no espírito do historiador; todavia, há ainda muito que fazer, para que amadureçam os frutos deste reconhecimento”. A concepção apresentada por Collingwood contrapõe-se às concepções positivistas que ele retrata como uma falsa concepção da história, onde o passado está morto e que os eventos não devem ser compreendidos do mesmo modo que o cientista compreende os eventos da natureza (COLLINGWOOD, 2001, p. 241).

Todo o acto mental - tal como realmente ocorre – ocorre num contexto, de que surge e em que vive, do mesmo modo que qualquer outra experiência, como parte orgânica da vida do pensador. As suas relações com o seu contexto não são as duma peça de colecção, mas as duma função especial na atividade total dum organismo. [...] No entanto, um acto mental, em acréscimo ao facto de acontecer efectivamente, é capaz de se interromper e de ser revivido, sem perda da sua identidade. (COLLINGWOOD, 2001, p. 303).

E quanto ao termo “progresso” tão utilizado no século XIX, o autor adverte que se deve distinguir o progresso na história e o progresso na natureza. O termo “evolução” é fortemente utilizado para os processos da natureza, podendo significar uma transformação constante no tempo ou uma mera modificação. Segundo Collingwood (2001), é errado pensar que haja um progresso histórico, assim como na natureza, regido por leis ou o simples ordenar fatos. No momento que se ordena progressivamente, é dado um valor ao fato ou período. Se houve uma mudança em um determinado período, comparado ao anterior, conotaria uma transformação e não um progresso.

O progresso não é a substituição do ‘mau’ pelo ‘bom’, mas a substituição do ‘bom’ pelo ‘melhor’. E isto só é possível tendo conhecimento histórico do passado da sociedade, enquanto vive no presente que está a criar – pois o conhecimento é simplesmente a reconstituição, no espírito do pensador presente, das experiências passadas. (COLLINGWOOD, 2001, p. 327-328).

As cronologias e ou “linhas do tempo” oferecem a sensação de uma ideia de progresso ordenado e também se utilizam do termo “evolução” para os processos históricos. No caso analisado, a empresa Gerdau oferece ao usuário no *link* da sua página *web* a “evolução da Logomarca Gerdau”, na qual apresenta a transformação gráfica sofrida pelas marcas da empresa ao longo dos anos, e desta forma, transmite uma caminhada da empresa para a modernidade, “evoluindo” com o tempo e com a história¹⁰⁵.

¹⁰⁵

GERDAU. **Memória Gerdau**: evolução da marca. Disponível em: <<http://www.gerdau.com.br/sobre-gerdau/memoria-gerdau-evolucao-da-marca.aspx>>. Acesso em: 30 nov. 2012.

Figura 22: Link sobre a “Evolução da Marca” da empresa Gerdau

Fonte: <http://www.gerdau.com.br/sobre-gerdau/memoria-gerdau-evolucao-da-marca.aspx>
Acesso em 30 nov. 2012

Figura 23: Evolução da logomarca



Para Collingwood (2001), só se estará habilitado para dizer se foi progresso histórico se um determinado objeto puder ter seu contexto comparado com o seu precedente histórico e que possam ser justificados pelo historiador os critérios para pontuá-lo como um “progresso”.

Fernando Catroga (2003) por outro lado, descreve a ideia de tempo como fruto da modernidade e seriam três os modelos essenciais de tempo: o estacionário, o cíclico e o linear.¹⁰⁶ Este autor relata como a influência da religião judaico-cristã, cujo Deus está sempre presente, deflagrou uma separação entre a eternidade buscada e o tempo vivido no passado, no presente e no futuro.¹⁰⁷

Com relação à ordenação do tempo proposta pelas cronologias institucionais como a da empresa Gerdau, percebe-se esta influência da concepção judaico-cristã laicizada pelo cientificismo do século XIX, trazida da Europa religiosa para o sul do Brasil pelos imigrantes alemães e, no caso analisado o já citado imigrante alemão João Gerdau, fundador do Grupo Gerdau, é apontado nesta ordenação como o personagem principal e ponto de partida para a contagem progressiva do tempo linear na história contada pela empresa por meio da sua cronologia.

A ideia de tempo linear progressivo visando um futuro promissor é a conclusão buscada no momento em que se escolheu este acontecimento passado, e não outra, visto como uma preparação e como marco fundador que irá, de alguma

¹⁰⁶ Segundo Catroga (2003, p. 17), o tempo estacionário; o passado, o presente e o futuro são vividos ou acontecidos e o presente terá o valor que resulta da sua inserção dentro do ciclo; e, o linear, desenhando-se como uma progressão a caminho da perfeição futura, ou como um regresso a uma fase idealizada do pretérito.

¹⁰⁷ Santo Agostinho, principal expoente da visão cristã de tempo, em suas *Confissões* tenta entender como se dá a medição do tempo e se isso é realmente possível, chegando à conclusão de que o tempo é formado por três fatores abstratos: o passado, o presente e o futuro. O passado torna-se impossível conceituar, uma vez que, este já não o é, assim como o futuro que ainda será, então apenas o presente é real porque ele é, mas logo deixará de ser. Desta maneira, estes três fatores estão interligados e um puxa o outro dando a idéia do tempo. Sendo assim, o tempo só pode ser medido através dos sentidos que nunca se enganam como as recordações que fazem saber que o passado existiu e que a intuição é utilizada para fazer planos para o futuro. (AGOSTINHO, 1996, p. 11). E as filosofias da história secularizam esta visão e a centração cristológica inspirou a nova ordenação cronológica do tempo, o que possibilitou o crescimento da consciência histórica e o projeto de ler racionalmente a sequência dos acontecimentos, integrados a idéia de “tempo cronológico” poderia percorrer sucessivamente em direções opostas para o antes e para o depois. (CATROGA, 2003, p. 29). Nas palavras de Catroga, “situar os acontecimentos entre um” antes e um depois foi prática rica de consequências: deu azo a uma melhor orientação, facilitou o trabalho da memória – com a datação a partir de referências históricas concretas, reais ou míticas [...] – e, com o cristianismo, contribuiu para a unificação, neutralização e maior generalização do objeto narrado (com a “desregionalização” das cronologias, devido ao seu ecumenismo). Contudo, é um facto que, sem a ideia de era, a visibilidade do passado limitar-se-ia a ser aditiva (a+b+c): através dela, ao contrário, a relação dos eventos entre si ganhou sequencialidade (a→b→c), convidando a aceitar-se o seu cariz irreversível e a recorrer-se a explicações causais para explicar/compreender a ordem do tempo. (CATROGA, 2003, p. 30-31). Para Catroga, a separação de Deus do mundo foi à raiz do fundamento da idéia moderna de história. A idéia de futuro e as expectativas messiânicas ganharam relevância na religião cristã, apresentando uma visão vetorial do tempo e apontando para o fim da história. (CATROGA, 2003, p. 21). O autor nos alerta que a racionalização da história não teve força suficiente para apagar a lógica judaico-cristã adotada para o tempo, sobretudo, pela sociedade ocidental.

forma, consumir-se no futuro, apresentado com as sucessivas conquistas e vitórias também mencionadas¹⁰⁸.

Como exemplo, observa-se o fato trazido na cronologia da Gerdau para o ano de 2007, quando é anunciado que o Grupo Gerdau assinava acordo definitivo com o Grupo *Chaparral Steel* (Ásia), seu maior negócio em 106 anos de história.¹⁰⁹ Desta maneira, não haveria lugar para o acaso, percebendo uma ânsia pelo controle da história, uma tentativa de domesticação deste acaso mediante a previsão e planificação dos acontecimentos, tendo a história sentido até mesmo escatológico¹¹⁰.

Apesar de não explicitar na cronologia da empresa Gerdau que o seu fundador foi um visionário, em um *link* chamado “empreendedores”, segue o seguinte texto sobre João Gerdau:

A Gerdau nasce da visão empresarial e da capacidade de trabalho de Johannes Heinrich Kaspar Gerdau – ou João Gerdau –, emigrante alemão que saiu do Porto de Hamburgo rumo ao Rio Grande do Sul no ano de 1869 na busca de novos empreendimentos. Movido pelo seu espírito empreendedor, chega ao porto de Rio Grande e, com apenas 20 anos de idade, instala-se na Colônia de Santo Ângelo (atual cidade de Agudo), investe no comércio, em transporte e no loteamento de terras. Transfere-se para a cidade de Cachoeira do Sul em 1884, onde funda uma importante casa comercial. Sempre buscando novas oportunidades, João Gerdau muda-se com sua esposa, Alvine Gerdau, e seus três filhos, Hugo, Walter e Bertha, para Porto Alegre e lança-se no ramo industrial adquirindo a Fábrica de Pregos Pontas de Paris, em 1901. A empresa, com mais de um século

¹⁰⁸ A ciência moderna trouxe a retomada de ideais greco-romanos e, os humanistas, introduziram a idéia de ruptura com o tempo anterior e deu responsabilidade aos homens pela sua decadência, afastando-se da visão medieval. Com o Renascimento, veio à automação do tempo histórico, principalmente com a popularização do relógio mecânico, mantendo a visão de tempo acumulativo, permanentemente atualizado por um “princípio” ou “sujeito”, e: “Em termos epistêmicos, a legitimação quer da coerência interna das grandes explicações sobre o sentido do tempo, quer do saber historiográfico propriamente dito, revelava as relações entre antecedentes e consequentes”. O que se entende, dado que não seria convincente explicar a sequência do eixo temporal a partir do efeito que elas mesmas procuraram demonstrar. Daí, a versão moderna e historicista da asserção ciceroniana (*historia magistral vitae*), muitas vezes camuflada sob as vestes da previsão, pois as teorias da história dos filósofos, tal como dos historiadores, continuarão a defender a importância de se explicar o passado, a fim de compreender o presente e transformar o futuro. (CATROGA, 2006, p. 21). Também somados a este ideal de progresso irreversível e indefinido da história, está à visão dos cientistas modernos que, segundo Catroga, continuaram em pleno século XVIII, a utilizar a concepção tridimensional do tempo e a idéia de perfeição humana. (CATROGA, 2003, p. 39).

¹⁰⁹ GERDAU. **Memória Gerdau**: linha do tempo interna. Disponível em: <<http://www.gerdau.com.br/sobre-gerdau/memoria-gerdau-linha-do-tempo-interna.aspx>>. Acesso em: 15 ago. 2012.

¹¹⁰ E com o avanço das ciências sociais no século XIX, a história estudada como ciência poderia ser prevista com o conhecimento das leis que a regiam, e, com base na experiência passada, era possível perceber a direção do futuro com grande probabilidade de acerto, trançando-se o quadro dos destinos futuros da espécie humana.

de atividades, busca alimentar todos os dias a chama empreendedora de João Gerdau, um exemplo para todos.¹¹¹

“Visão empresarial”, “espírito empreendedor” e “chama empreendedora” são algumas das expressões empregadas para a transmissão desta visão progressiva e escatológica, valendo-se dos acontecimentos vividos no passado e para a previsibilidade do futuro, sempre promissor, o que Catroga (2003) chama de crença no poder prognóstico no novo saber, um tempo que se possa prever e que tem um fim, possível de ser mensurado. Este pensamento levou ao otimismo moderno e com o progresso, a velocidade do tempo mudou, surgindo à idéia de revolução.¹¹²

Talvez isto possa de alguma maneira justificar a obsessão da modernidade, e aqui se incluem as empresas privadas, pelo uso de “linhas do tempo” ou cronologias, a fim de buscar uma maior legitimação da instituição (empresa) e do sentimento de pertencimento daqueles que a compõem. No cenário atual, em que a globalização, transnacionalização, multiculturalismo e cultura de massas são realidades, a mudança é pensada por Rui Cunha Martins (2011) como superação havendo permanências na mudança hodiernamente, pois:

Os elementos da permanência surgem, por via da sua necessária reconversão e adaptabilidade, como produtores fortes da mudança, unicamente enquanto superação, isto é, verticalmente, como um processo em que o novo corresponde apenas à substituição do que existe [...] É necessário considerar também um pensamento novo enquanto lateralidade, expresso em situações de concomitância e relacionamento horizontal (MARTINS, 2011, p. 43).

A contemporaneidade é um momento de “transição” no qual elementos da modernidade conviveriam com elementos de mudança ou elementos emergentes como no caso do período de globalização passado pelas empresas estudadas. É possível condizer as cronologias como uma permanência neste quadro de mudanças?

Segundo Martins (2011), o mundo refaz a própria mudança, mesmo com elementos de permanência, e o uso das “linhas do tempo” ou cronologias pode ser visto nesta análise como uma permanência utilizada para a superação, assim como,

¹¹¹ GERDAU. **Memória Gerdau**: empreendedores. Disponível em: <<http://www.gerdau.com.br/so-bre-gerdau/memoria-gerdau-empreendedores.aspx>>. Acesso em: 25 nov. 2012.

¹¹² A revolução francesa (1789) envolveu não só a idéia de futuro, mas manteve a releitura do passado de forma progressiva, posta a serviço da sacralização cívica do tempo. (CATROGA, 2003, p. 57).

um elemento que busca algo de novo, o que o autor chama de “simultaneidade de paradigmas”, ou seja, o cessante *versus* o emergente. Em outras palavras, a modalidade da superação seria substituída pela modalidade da contiguidade ou proximidade de modos de ver a realidade. Se a tendência que hoje prevalece é a de caracterizar o mundo em termos de complexidade, não é porque o “complexo veio substituir o linear, é porque o linear persiste, e, ao fazê-lo, coexiste com o complexo”, ou:

Por outro lado, se é comum associar-se a complexidade à noção de ‘multiplicidade’, interessa perceber em todo o seu alcance esta questão do múltiplo. O múltiplo, propriamente, não é só o plural – é a combinação do diverso. A diferença é de tomo, não se trata apenas de um registro de ‘mais do mesmo’, inscrito na mesma linha de significado, mas da possibilidade de que esse ‘mais’ sujeite o que já é existentes às vizinhanças inesperadas ou mesmo indesejadas. (MARTINS, 2011, p. 47).

O que se deve examinar são os valores implicados nesta coabitação do diverso, e por vezes omitidos, que se relacionam a estas mudanças, carregados de valores e a sua capacidade de instituírem-se como referencial de autoridade. Pode-se explicar esta questão da seguinte maneira: entre as muitas características das sociedades contemporâneas está a de viverem em um estado de constante mudança e instabilidade. Prevalencem relações sociais bastante individualistas, sendo a distância a tônica dessas relações.

A vida foi ficando mais complexa, não só a rapidez, a mudança, mas também a quantidade de informações, e as diferentes situações em que se encontram e podem encontrar-se os seres humanos acabam por dar ao indivíduo um sentido de mundo transitório, fragmentário e efêmero. Os valores foram ressignificando-se e, à medida que se percebia a perda de valores, como os da família nuclear, eram substituídos agora pela autoridade de um indivíduo, grupo de pessoas, comunidade, empresa ou nação. E esta produção de sentido, levando a ideia de unidade ou de busca por uma identidade, segundo Martins (2011), corresponde, sobretudo, a nostalgia da ordem.

Nesta perspectiva, a narrativa histórica buscou dar sentido e coerência ao todo caótico da modernidade, e exemplo disso são os usos dos conceitos de tempo ou regimes de historicidade disponíveis. Martins (2011) recorre à explicação de Fernando Catroga, quando cita que:

A concepção de tempo disponível ao longo de praticamente todo o século XX é a que é fornecida pelo paradigma moderno caracterizado pelo: a) primado das ideias de continuísmo e sucessão; b) adequação ao espírito de história, mestra da vida; c) consagração do potencial criador do homem; d) vulgarização da ideia de fim da história; e) lógica temporal que estruturava o tempo em campo de experiência e horizonte de expectativa, abrindo portas para as noções, salvação, esperança e regeneração. (CATROGA, *apud* MARTINS, 2011, p. 53-54).

Em resumo, recorre-se ao continuísmo e à sucessão para a consagração de um novo homem, um salvador que, em seu campo de experiência, consagrou a história em regeneração, em uma lógica temporal.

No estudo do caso da empresa Gerdau, o acontecimento relatado da entrada de Curt Johannpeter na família Gerdau, no momento em que ele se casa com a herdeira Helda Gerdau, foi considerado na história narrada pela cronologia da empresa como o marco de um “novo e audacioso caminho para os negócios da empresa”, sendo que:

Em 1946, seu Curt (como era chamado) assume a direção da Gerdau e comanda uma fase decisiva de expansão dos negócios. Dois anos após a sua entrada na Fábrica de Pregos Hugo Gerdau, a Empresa adquire a Siderúrgica Riograndense, iniciando sua bem-sucedida trajetória na siderurgia. A direção de Curt Johannpeter nos negócios foi fator decisivo de modernização e impulso profissional para a Gerdau. Trouxe para a empresa os valores cultivados em família, mostrando que o respeito às pessoas é um dos fatores essenciais para o sucesso de uma organização. [...] O talento para os negócios do Seu Curt aliado à tradição empreendedora da família Gerdau foram os ingredientes para a busca incessante da satisfação dos clientes e, como decorrência, do sucesso dos negócios da empresa (GERDAU, 25 nov. 2012).

“Os valores cultivados em família”, como referido no texto, são transmitidos ao grupo empresarial e este foi fator decisivo para o sucesso na história da empresa, sem perder de vista o talento empreendedor deste personagem, somado à tradição empreendedora da família. Subentende-se que a entrada de Curt seria o limite para este momento de transição.

Apesar de não estar descrito no texto, a noção de “tempos de crise” ou de “decadência” poderia ser pensada fazendo deste “tempo novo” o início de um futuro, idealmente definido. Martins (2011, p. 57-59) explica que a fronteira entre duas ideias não é dada pela sucessividade do tempo histórico, desenha-se nas práticas, isto é, nas decisões políticas ou neste caso nas decisões “empresariais”.

Entre continuidades e superações, as “linhas do tempo” ou cronologias, com seu modo de descrever os acontecimentos, de maneira linear e com vistas ao

progresso, estabeleceram os fatos “históricos” na demonstração das leis que o determinaram.

Os usos destas cronologias também servem a estas empresas como ferramentas de conversão da realidade narrada em acontecimentos históricos importantes de ser transmitidos, ativados e transformados em patrimônio histórico destas empresas, merecedores de evocação por meio da memória. A economia, principalmente a midiática do presente e, simultaneamente, o momento passado já é pensado enquanto histórico, tratando-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 caso do Grupo Gerdau, a busca de referentes no passado permitiu que assumisse a qualidade de ser uma empresa que expande e se move rápido por meio de aquisições e construções de unidades siderúrgicas, pontos comerciais e negócios financeiros. Nos mais de cem anos narrados cronologicamente, entre 1849 até 2001 foram descritas 32 aquisições ou ampliações (GERDAU, 2001), e nos anos subsequentes – de 2002 até 2011 – os fatos que interessam ser narrados são as aquisições, em especial as fora do Brasil e os lançamentos na Bolsa de Valores, somando 24 aquisições ou “início de operações de unidades” (GERDAU *CONNECTION*, 2011).

Neste discurso são evitados os usos da palavra “aquisição”, substituída por “assumir” ou “expandir”, como a frase “1901- João Gerdau e seu filho Hugo lançam as bases da Gerdau com a Fábrica de Pregos Pontas de Paris, em Porto Alegre” (GERDAU, 2001, p. 247), ou ainda, “1970- Gerdau assume o controle da usina siderúrgica Guaíra, pioneira na produção de aço no Paraná” (GERDAU, 2001, p. 252). Esta preocupação na não utilização da palavra “aquisição” desaparece na linha do tempo da *internet* e das publicações a partir do ano 2002.

Narrar aquisições da empresa como fatos marcantes que devem ser memorizados pode ser um indício do interesse do grupo em narrar estes acontecimentos de forma a não querer ser visto como uma empresa que, com força de expansão, tenta inibir qualquer concorrência adquirindo empresas menores ou falidas, características do negócio. Este cuidado pode ser visto como “campo das lutas de representações” apontado por Chartier (1990), em que se tenta impor a outro ou ao mesmo grupo sua concepção de mundo social, ou seja, para a Gerdau é

ponto irreversível a continuidade de expansão a fim de tornar-se o maior conglomerado siderúrgico mundial.

A cronologia do grupo Gerdau revela também como a empresa procurou se representar para o seu público. Construiu sua narrativa histórica como uma empresa “pioneira”, “empreendedora”, familiar, regional e internacional. Parecem pontos distintos, mas se relacionam muito bem na construção de uma “ponte” entre o presente e o passado, sendo o tempo por meio da narrativa histórica utilizado sem profundidade, e de se valer dos recursos de ordenamento do tempo para um fim de controle e não para a pesquisa da sociedade como um todo.

Igualmente se percebe que esta narrativa se faz no presente e que envolve a todos, narrador e narrado. Deve-se ter atenção ao fragmentar os acontecimentos em uma história progressiva e linear e a maneira para isto é singularizar a história como um campo de estudo específico com seus métodos e estabelecer um campo de atuação para o historiador.

5 AS “COMEMORAÇÕES” COMO FORMA DE CONSTRUÇÃO DE IDENTIDADES EMPRESARIAIS

Nos capítulos anteriores pontuaram-se as experiências de empresas na constituição de centros de memória como uma tentativa de recuperação do passado destas organizações, realizada, como não poderia deixar de ser, por determinados sujeitos ou grupos motivados por determinados interesses políticos e sociais. Igualmente se refletiu ser a memória e a identidade indissociáveis, pois ao mesmo tempo em que a memória participa da construção da identidade, ela também molda aquilo que deve ser lembrado e ou esquecido.

Ocorre que muitas destas empresas que buscaram reconstruir seu passado pela preservação de acervos em seus centros de memória, assim o fizeram em anos celebrativos, quando se comemorou, por exemplo, aniversário de fundação da empresa ou ainda, elegeram-se outros tipos de ações que não a implantação de centros de documentação e memória, como sugere a carta de serviços da empresa Memória & Identidade (São Paulo) que oferece serviços de “memória empresarial” divididos da seguinte maneira:

Desenvolvimento de pesquisa histórica e elaboração de conteúdos para produtos institucionais (Livros e outras publicações institucionais; biografias; exposições, showrooms históricos e museus empresariais; audiovisuais, *sites* e *hot site*; linhas do tempo e sínteses cronológicas; estudos de caso para uso interno; históricos temáticos de, por exemplo: produtos e linhas de produtos; unidades industriais e processos tecnológicos; campanhas de comunicação e *marketing* parcerias com clientes e fornecedores) [...] (MEMÓRIA E IDENTIDADE, 17 jan. 2013).¹¹³

A contemporaneidade seria marcada por uma dilatação do campo memorável, com a multiplicação de práticas voltadas ao passado com o uso de narrativas históricas como as biografias, a restauração dos centros urbanos, a moda retrô¹¹⁴, o

¹¹³ Esta empresa também oferece cursos de capacitação em gestão de arquivos e informações [...]; Consultoria para a concepção e planejamento de projetos de memória empresarial; Redação de *cases* relacionada à memória empresarial para inscrição em prêmios de excelência empresariais.

¹¹⁴ Retrô ou retro é um estilo cultural desatualizado ou velho, uma tendência, hábito, ou moda do passado pós-moderno global, mas que com o tempo se torna funcionalmente ou superficialmente a norma mais uma vez.

crescimento de documentários no cinema e na televisão, a multiplicação dos espaços de comemoração entre outros¹¹⁵.

É necessário lembrar que, na atualidade, a própria memória se espetaculariza e se torna objeto da sociedade de consumo, e um indício importante, sem dúvida, são as celebrações. As “Comemorações, ‘efemérides’, datas alusivas a episódios considerados notáveis da história permitem refundar, reatualizar identidades, sejam elas nacionais ou locais, oficiais ou privadas, públicas ou pessoais” (OLIVEIRA, 2000, p. 185).

O fenômeno das comemorações pode ser notado no mundo ocidental, tanto na França desde as celebrações do Bicentenário da Revolução Francesa (1989) e do maio de 1968 (HARTOG, 2006) quanto no Brasil, com o centenário da abolição da escravatura (1988) e o quinto centenário do “Descobrimento do Brasil” (2000), amplamente comemorados no país.

As fontes levantadas nessa pesquisa demonstraram que as empresas privadas não ficaram alheias a este fenômeno das comemorações, criando suas próprias estratégias de celebração, como é o caso da Odebrecht, Votorantin, Pão de Açúcar, Bunge, Multibrás, Gerdau e tantas outras.

Um indício do papel das comemorações para a memória empresarial foi observado no caso, por exemplo, do Centro de Memória Bunge, criado em 1994 “com o objetivo de trabalhar a história centenária das empresas do grupo no país e disponibilizá-la para a sociedade brasileira” (NASSAR, 2008, p. 146). Segundo a historiadora responsável pelo centro no período de sua implantação, Daniele Juaçaba:

a história da empresa é a história do próprio país. Não dá para separar. É obrigação de toda a empresa contar a história dela, por que não está contando só a história dela, mas de todo o país, das pessoas que trabalham nela, da história da industrialização (NASSAR, 2008, *apud* COSTA, 2006, p. 50).¹¹⁶

¹¹⁵ Para exemplificar, cita-se a biografia: CALDEIRA, Jorge. **Mauá**: empresário do império. São Paulo: Cia das Letras, 1995. Um exemplo de restauração dos centros urbanos é a cidade de Antônio Prado (RS), que em 1989 teve 48 edificações restauradas e tombadas, típicas da colonização italiana (Fonte: IPHAN). A cidade de Antônio Prado (RS) foi cenário para a realização do filme “O Quatrilho” (1995).

¹¹⁶ “O grupo empresarial Bunge, com unidades industriais na América do Norte e na América do Sul, na Austrália, Índia, e Europa, atua no Brasil desde 1905, operando aqui duas subsidiárias integrais, a Bunge Alimentos e a Bunge fertilizantes”. (NASSAR, 2008, p. 146)

Assim, se justifica a exaltação da empresa, suas memórias não são privadas, são públicas e merecem ser preservadas. No entanto, para ter acesso as suas memórias, o pesquisador deve preencher uma ficha cadastral no *site* da empresa, estar de acordo com seus termos de responsabilidade e justificar qual a razão da pesquisa.¹¹⁷

Outro exemplo que cabe a esta dissertação e já aprofundado nos capítulos anteriores é a Gerdau que encerrou a fase de implantação de seu centro de documentação e Informação Memória Gerdau no ano de 2001, três anos após o início do projeto, com vistas às comemorações do seu centenário. Neste ano foi realizado: festas; jantares ou almoços em todas as unidades da empresa; entrega de brindes comemorativos para os funcionários, clientes e fornecedores; uma campanha anual contendo material impreso; campanha de televisão; anúncios em revistas; homenagens aos antigos funcionários e lançamento do livro contando a história da empresa. O livro “Chama Empreendedora – a história e a cultura do Grupo Gerdau” (GERDAU, 2001) assim relata as celebrações:

Para comemorar o centenário, a Gerdau programou uma série de eventos em todas as regiões onde se encontram as suas 18 usinas, no Brasil e no exterior. Para os colaboradores, houve uma homenagem¹¹⁸ especial: todos receberam 30 mil Ações Preferenciais Escriturais e passaram a ser acionistas da empresa. (GERDAU, 2001, p. 242).

Na cidade de Porto Alegre, onde se localiza a sede da empresa, o jantar em comemoração ao centenário aconteceu na Federação Estadual da Indústria do Rio Grande do Sul (FIERGS), em maio de 2001 para 3.500 convidados. Ao entrar, os convidados foram surpreendidos por um “túnel do tempo” feito em aço com a cronologia dos principais fatos históricos dos 100 anos da empresa (GERDAU, 2001, p. 243).

O cerimonial foi realizado pela atriz Irene Ravache, que conduziu os convidados ao narrar a história do grupo enquanto imagens representativas do passado eram vistas no telão ao som da orquestra de câmara do Teatro São Pedro. Após, discursaram os donos da empresa, os irmãos Johannpeter (Germano, Klaus, Jorge e Frederico) e fechando a cerimônia com aplausos e entoando a música

¹¹⁷ CENTRO DE MEMÓRIA BUNGE. **Acervo**. Disponível em: <<http://acervo.fundacaobunge.org.br:8080/Index.asp>>. Acesso em: 18 jul. 2013.

¹¹⁸ Colaboradores é o termo utilizado pela Gerdau para designar seus funcionários.

“parabéns para você” simbolicamente foi cortado o bolo gigante escrito “100 anos”¹¹⁹.

Figura 24: Certificado das ações preferenciais recebidas pelos funcionários e Jorge Gerdau Johannpeter cortando o bolo com os irmãos ao fundo



Fonte: Gerdau (2001, p. 243).

As celebrações de momentos vividos por uma sociedade ou grupo sempre ocorreram na história, mas o fenômeno das comemorações nos anos 1990 e 2000 no período estudado nesta pesquisa foi amplamente analisado por Hartog (2006). O

¹¹⁹ Estes dados estão descritos devido a participação da autora na festa por motivo de seu trabalho como historiadora no Memória Gerdau.

autor percebe as incertezas trazidas pelo contexto pós-queda do muro de Berlim (1989) e subsequente abertura de mercados com o término da “Guerra Fria”. A crise da noção de patrimônio nacional resultou, segundo ele, em uma mudança na perspectiva quanto ao olhar para o futuro, gerando a multiplicação de patrimônios (HARTOG, 2006).

A memória como a busca pela representação da história, o patrimônio pela objetificação da história e a comemoração pela reencenação da história são decorrências deste momento. A procura excessiva pela memória, pelo patrimônio e, por fim, pelas comemorações é vista por Hartog (2006) como um sintoma do regime de historicidade presentista.

Hobsbawm e Ranger (2012) também analisam o fenômeno das comemorações em períodos distintos da história como um sintoma ou indício em momentos de crises ou mudanças, sempre como práticas de natureza simbólica em busca de uma continuidade do passado no tempo presente; contudo, para os autores, as comemorações seriam uma forma de perpetuar no imaginário a massificação das “tradições inventadas” entendidas como:

[...] um conjunto de práticas, normalmente reguladas por regras tácita ou abertamente aceitas, tais práticas, de natureza ritual ou simbólica, visam inculcar certos valores e normas de comportamento através da repetição, o que implica, automaticamente, uma continuidade em relação ao passado. Aliás, sempre que possível, tenta-se estabelecer continuidade com um passado histórico apropriado (HOBSBAWM; RANGER, 2012, p. 8).

Ao analisar as “tradições inventadas” da terceira república francesa (1860), Hobsbawm e Ranger (2012) relatam três novidades principais, sendo: a primeira, o desenvolvimento de um equivalente secular da Igreja, com a “institucionalização” da Revolução Francesa como símbolo maior da democracia; a segunda, a invenção das cerimônias públicas, com as manifestações oficiais e não oficiais e as festividades populares; e a terceira, a produção em massa de monumentos públicos, como os monumentos nacionais erguidos a Guilherme I na Alemanha do século XIX (1890-1897).

Os autores sobreditos descrevem ainda as experiências dos Estados Unidos e do seu americanismo e acrescentam que “o valor publicitário dos aniversários é nitidamente demonstrado pelo fato de que eles frequentemente oferecem oportunidade para a primeira emissão de estampas históricas ou semelhantes em

selos postais, à forma mais universal do simbolismo público, além do dinheiro, como forma de propaganda.” (HOBSBAWM; RANGER, 2012, p. 356).

As empresas privadas também exploram os momentos celebrativos para lançar suas campanhas de aniversário e dentre os primeiros materiais produzidos estão os selos comemorativos que serão fixados em todos os documentos e materiais gráficos utilizados pela empresa ao longo do ano de comemorações. A empresa Gerdau, por exemplo, lançou em 1991 o selo comemorativo de 90 anos da empresa e em 2001 repetiu o feito ao produzir o selo dos “100 anos” em duas versões utilizadas em todos os seus materiais.

Figura 25: Selo comemorativo dos 90 anos da empresa



Fonte: acervo Memória Gerdau.

Figura 26: Selos comemorativos dos 100 anos da empresa



Fonte: acervo Memória Gerdau.

Mas como saber se as tradições são inventadas ou fruto de manipulações? Hobsbawm e Ranger (2012) observam de maneira perspicaz que no patriotismo britânico e norte-americano havia:

uma nítida diferença entre as práticas antigas e as inventadas. As primeiras eram práticas sociais específicas e altamente coercivas, enquanto as últimas tendiam a ser bastante gerais e vagas quanto à natureza dos valores, direitos e obrigações que procuravam inculcar nos membros de um determinado grupo: ‘patriotismo’, ‘lealdade’, ‘dever’, ‘as regras do jogo’, ‘o espírito escolar’ e assim por diante. (HOBSBAWM; RANGER, 2012, p. 18).

Para os mesmos autores está claro que a conseqüente invenção das tradições “políticas” foi mais consciente e deliberada, pois foi adotada por instituições que tinham objetivos políticos em mente.

A definição utilizada para adjetivar os fundadores da empresa Gerdau – João Gerdau, Hugo Gerdau, Curt Johannpeter e os atuais administradores –, construída no presente no momento da comemoração do centenário da empresa em 2001, traz indícios sobre a adoção de valores repetidos nos perfis de cada um destes personagens. Todos carregam em suas descrições as expressões “visão empresarial”, “capacidade de trabalho”, “espírito empreendedor”, “valores cultivados em família” e “exemplo de competência social”¹²⁰. Com isso, percebe-se a tentativa de construir uma unidade para a história da empresa.

O debate trazido por Hobsbawm e Ranger (2012) sobre as comemorações nacionais e religiosas, que buscavam uma unidade da história e uma afirmação da Nação, baseada em uma memória nacional única, pode auxiliar a análise sobre os usos sociais da memória, que possivelmente ocasionou a politização das comemorações no final da década de 1980, democratizando seu uso para grupos particulares, associações, sindicatos e movimentos sociais. Demais disso, “Nora afirma que as comemorações contemporâneas tornaram-se doravante, “lugares de memória” e os “lugares de memória” se saturaram de comemorações: a reaproximação por fim se impôs no mundo contemporâneo” (NORA, *apud* SÁ, 2006, p. 111).

Pollak (1989) também analisa questões relacionadas a este tema, como já tratado anteriormente, e comenta que estudar as memórias coletivas fortemente constituídas (como no caso da nacional) implica, sobretudo, na análise da sua função, já que a memória se integra em tentativas de definir ou reforçar o sentimento de “pertencimento e fronteiras sociais entre coletividades de tamanhos diferentes” (*ibidem*, p. 9). Segundo ele, “a referência ao passado serve para manter a coesão dos grupos e das instituições que compõem uma sociedade, para definir seu lugar respectivo, sua complementariedade, mas também as oposições irreduzíveis” (*ibidem*, p. 9).

Pollack (1989) expõe ainda o conceito de enquadramento da memória, isto é, a oficialização de uma memória coletiva, utilizando-se de materiais da história, a fim

¹²⁰ GERDAU, 25 nov. 2012.

de manter uma “coesão interna” e determinar “as fronteiras daquilo que um grupo tem em comum” (POLLACK, 1989, p. 9). Esta oficialização pode ser realizada a partir de iniciativas públicas (como o Estado), mas também privadas (como as empresas) com os centros de memória, museus, exposições e livros comemorativos, entre outros, fazendo sentido à sociedade enquadrada e pensando que “o problema de toda memória oficial é o de sua credibilidade, de sua aceitação e também de sua organização” (*ibidem*, p. 10).

As comemorações de marcos de fundação e momentos marcantes da empresa podem ser um indício do enquadramento da memória por meio das comemorações, oficializada e contada como a única existente na organização, tendo a credibilidade necessária, apagando-se tudo aquilo que não fizer parte deste enquadramento.

Percebe-se este investimento realizado, por exemplo, pela empresa Consul de refrigeradores que no ano 2000 comemorou 50 anos de atividades. Sua campanha comemorativa focou a afetividade de seus consumidores que dividiram suas vidas cotidianas com seus produtos, as geladeiras ou refrigeradores, e para aproximar estes consumidores foi elaborada uma réplica das antigas caixas que transportavam as geladeiras nos anos 1950. Ao abrir a caixa, o consumidor encontra um livro intitulado “Consul, 50 anos de Amizade”, cuja capa reproduz uma foto da primeira geladeira comercializada acompanhada de um vídeo com uma seleção das campanhas da empresa desde os anos 1960.

O capítulo final desta publicação relata o crescimento e a expansão da empresa até o ano 2000. Uma carta apresentava o *kit* com a frase que descreve o consumidor como um “bom amigo”, como se a relação comercial baseada na compra e venda de produtos ficasse em segundo plano e a amizade ao longo do tempo fosse o que realmente importa:

Consul 50 anos. Caro amigo,
Uma amizade verdadeira não se constrói rapidamente. É preciso tempo para conhecer, confiar e acreditar. Dentro desta caixa, você vai encontrar momentos importantes dos 50 anos de história da Consul, seu nascimento, desenvolvimento e consolidação entre as principais marcas de eletrodomésticos do Brasil. Afinal, bons amigos têm sempre que se conhecer muito bem. Um grande abraço!¹²¹

¹²¹ MULTIBRÁS ELETRODOMÉSTICOS (2000).

A chamada cultura da memória ou “mercado de memórias” (ALBERTI, 1996) estabeleceu como objetos comemorativos (ou produtos) os livros institucionais, as exposições temáticas, a construção de espaços museológicos e as festividades corporativas (jantares, brindes e discursos).

Os livros institucionais feitos para datas celebrativas são amplamente produzidos, sobretudo, pelas editoras especializadas em edições comemorativas. Há ainda as agências de publicidade que são chamadas não somente para a feitura de livros como também para elaborar a campanha de comemoração, podendo oferecer outros produtos como anúncios, revistas especiais, selos comemorativos, vídeos e exposições, entre outros.

Hobsbawm e Ranger (2012) consideram que a característica das “tradições”, inclusive as inventadas, é a invariabilidade. O passado real ou forjado a que elas se referem impõem práticas fixas, tais como a repetição. São utilizados todos os meios simbólicos à disposição visando a produzir a integração do grupo, não esquecendo dos meios de comunicação, via rádio, televisão ou telefone. que alargaram o horizonte de indivíduos em busca desta integração. Pode-se supor que no século XIX visava a integração da nação e no século XXI visa tão somente a integração de um grupo [ou uma empresa] (OLIVEIRA, 2000).

Hinos, bandeiras, festas e cartilhas foram produzidos como rituais que reafirmavam a identidade nacional e reproduzidos pelas empresas privadas que adotaram esta receita celebrativa também com hinos, bandeiras, cartilhas e livros em prol da reafirmação da identidade “corporativa”.

Estes produtos, na sua maioria, recorrem à composição de imagens de acontecimentos e memórias de seus fundadores ou funcionários como se fosse possível retornar ao passado.

Nesse sentido, não apenas as comemorações, mas também as histórias particulares das próprias empresas são construídas como acontecimento, restabelecendo a lógica narrativa no qual o passado pode ser utilizado concomitantemente ao presente, moldando uma nova realidade. Uma realidade onde a história geral só existe por meio da inclusão de uma história particular: a das empresas. (RIBEIRO; BARBOSA, 2005, p. 111).

Um indicativo desta presentificação do passado em prol da construção de uma identidade “corporativa” pode ser visto no livro dos 100 anos da Gerdau nas suas primeiras páginas na seguinte afirmação:

Sua história centenária não reflete apenas a excelência tecnológica e a competente gestão do capital, marcas inconfundíveis do grupo. Demonstra, antes de tudo, que a construção de uma grande empresa precisa estar fundamentada em princípios, valores éticos, perseverança, e muita vontade de empreender. (GERDAU, 2001, p. 4).

Assim como observa Halbwachs (1990), a memória coletiva é alimentada pelas memórias individuais, formadas pela construção de recordações e lembranças, o que o autor chama de comunidade afetiva, e desta maneira é possível que se construa a identidade do grupo. “Assim, a construção social da memória demonstra a necessidade de um investimento, os riscos existentes em momentos de mudança, de reorganização da memória e evidenciam esta ligação com as identidades coletivas” (FERREIRA, 1997, p. 2).

Percebe-se, como exemplo, a vinculação que se tenta fazer entre os membros do grupo da empresa Odebrecht que em 2004 celebrou 25 anos de atuação no setor petroquímico com a participação acionária da empresa Companhia Petroquímica Camaçari (CPC). No texto de abertura da publicação “Odebrecht Informa” (2004) e ao longo de suas páginas detecta-se esta necessidade de investimento e uso da memória na seguinte frase:

OLHAR PARA O FUTURO. ESTE É O ESPÍRITO DAS AÇÕES desenvolvidas para celebrar os 60 anos da Organização Odebrecht e que têm o objetivo de compartilhar e fortalecer vínculos entre seus integrantes, clientes, fornecedores, parceiros, autoridades e comunidades (ODEBRECHT, nov./dez. 2004, p. 54).

O quarto de século de atuação no setor petroquímico se insere em uma trajetória mais ampla: Os 60 anos da Organização Odebrecht, que estão sendo comemorados em vários pontos do país. Nos escritórios, nos canteiros de obra e nas unidades industriais, os integrantes se mobilizam para marcar este momento de grande significado. Fazem isso junto com seus clientes, seus parceiros e pessoas das comunidades às quais servem. Uma celebração necessária, porque, além de possibilitar a justa manifestação da alegria pelo sentimento de dever cumprido, inspira a reflexão, essencial para servir cada vez melhor e contribuir para a construção do futuro (ODEBRECHT, nov./dez. 2004, p. 54 *et seq.*).

“A justa manifestação da alegria pelo sentimento de dever cumprido” como se lê acima, exemplifica o que Cláudia Schemes (2004) analisa sobre as festas representarem um instrumento na simbolização da ideia do novo, do revolucionário e também reforçarem a imagem da felicidade. Esta celebração é necessária, pois “a festa é um momento de abertura para o passado e para o futuro, pois traz consigo a

memória do passado e o prognóstico para o futuro” (OZOUF, 2001, *apud* SCHEMES, 2004).

Nas fontes observadas nesta pesquisa, os projetos de memória empresarial estão ligados a momentos de mudanças vividos pelas empresas, ou por meio de privatizações ou compra de ativos por outras empresas, como no caso do Grupo Ipiranga em 2007, ou ainda, por meio de expansão de seus negócios, no exemplo do Grupo Gerdau em 2001. A Gerdau qualifica a mudança e a permanência como meios importantes para consolidação da cultura do Grupo Gerdau:

Mas junto com a agilidade e a disposição para a mudança, o Grupo Gerdau desenvolveu um sentido não menos forte de permanência. Foi com ele que ao longo de cem anos fixou práticas e definiu regras que sedimentaram uma sólida cultura empresarial. Seus valores essenciais vêm sendo expressos nos ‘Credos Gerdau’, espécie de código de conduta combinado com programa de ação (GERDAU, 2001, p. 234).¹²²

A identidade sempre é valorizada em momentos de mutação ou crise, ou como afirma Hall (2005, p. 13), as identidades vêm sendo “deslocadas”, possibilitando a valorização das identidades locais, que se valem das “comemorações” para dar a força necessária para a sua existência no mercado competitivo global. Esta força está assim representada no discurso do Grupo Gerdau:

O Grupo Gerdau chega aos cem anos com ânimo e fôlego para encarar os próximos desafios. Não serão maiores ou menores que os anteriores. Com certeza serão diferentes e talvez mais imprevisíveis. Mas em um século o Grupo criou uma cultura organizacional suficientemente forte para competir numa economia cada vez mais internacionalizada. (GERDAU, 2001, p. 242).

Os conflitos e tensões são mais bem visualizados em memórias das tragédias coletivas, como dos extermínios ocorridos na II Guerra Mundial, analisados por Pollak (1989), entretanto são poucos os estudos sobre as comemorações que não estão ligados a fatos históricos dramáticos e sim, aqueles que foram “inventados” no presente.

¹²² Os credos da Gerdau foram criados em 1986 e atualizados em 1998, sendo “seriedade com todos os públicos”, “lucro como medida de desempenho”, “crescer com segurança e solidez”, “pessoas como base da eficiência no negócio”, “qualidade de produtos e serviços”, “clientes satisfeitos” e “pessoas realizadas”. (GERDAU, 2001, 234).

As comemorações de empresas não visam à lembrança, mas sim, a permanência. Comemora-se, deste modo, o presente, como descreve a Gerdau: “O passado não avaliza o futuro, o sucesso de ontem não garante o de amanhã. Mas o passado não é o arquivo morto. Ele vive na memória, a lembrar que os verdadeiros desafios são os de todos os dias. A lembrar que o futuro se faz no presente”. (GERDAU, 2001, p. 242). Nas palavras de Maria Tavares Ribeiro:

Nas cerimônias comemorativas, recorda a sua identidade, contando-a e representando-a. Isto é, a representação do sentido ao passado como uma espécie de autobiografia coletiva não é apenas contada, mas revivificada através de um culto encenado. A rememoração pela palavra e pela imagem mantém o passado vivo através da descrição narrativa, e preserva-se através da sua reencenação e do seu regresso sob uma forma representacional. (RIBEIRO, 2000, p. 64)

As comemorações, celebrações ou cerimônias comemorativas em empresas privadas torna-se para um historiador do presente uma fonte de análise composta por inúmeros elementos representacionais, como os hinos, bandeiras, cerimoniais e publicações celebrativas. Cabe aqui apenas iniciar o debate sobre as comemorações em empresas privadas em seus muitos aspectos e complexidades, podendo ser mais um indicativo da importância dada ao passado no tempo presente.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diante do que foi exposto nesta dissertação e, sem pretender esgotar todas as possibilidades que a temática sugere, algumas proposições se impõem. Em primeiro lugar, os centros de documentação e memória empresariais analisados ofereceram os indícios necessários para considerá-los formas de ativação patrimonial. Também, foram apresentados indícios para demonstrar a relação entre esse patrimônio e a constituição de identidades pelas empresas analisadas. Esta construção se deu pela eleição de bens culturais, personagens e lugares para a exaltação da memória institucional.

Também é possível observar que as empresas privadas que começaram a realizar ações de ativação patrimonial no Brasil recente se inspiraram no que havia sido constituído como campo do patrimônio em torno do IPHAN, bem como a busca de historiadores por estas empresas seria explicada por essa perspectiva de legitimar seu discurso através de sujeitos autorizados a falar sobre patrimônio cultural. Reconhece-se, portanto, nas práticas de preservação do patrimônio em instituições privadas, a inseparabilidade entre a memória e poder, ou entre preservação e poder, nas narrativas daqueles que decidem pela instituição. Esta inspiração encontrou-se na criação do centro de documentação Memória Gerdau, com discursos preservacionistas que firmassem a necessidade desta ativação, sujeitos a perda da memória caso não fossem preservados os acervos que contam a história da empresa.

Observou-se, também, que apesar de serem influenciadas pelas práticas vigentes no campo do patrimônio estabelecido no Brasil desde a criação do SPHAN, as práticas de ativação patrimonial adotadas pelas empresas privadas não se submetem às regras do campo. Se, para o caso do campo do patrimônio estabelecido em torno do IPHAN a autonomia do campo pode ser questionada tendo em vista as possibilidades de intervenção do governo sobre o patrimônio (o IPHAN pertence ao governo nacional e, em última instância, na atualidade, o Ministro da Cultura precisa sancionar um ato de tombamento realizado pelo Instituto), a autonomia de um suposto campo do patrimônio no âmbito das empresas privadas é ainda menor, ponderando-se, por exemplo, que historiadores são chamados não

para articular os bens guardados da empresa com a produção historiográfica, mas para legitimar cronologias previamente instituídas.

Ainda no caso do Memória Gerdau, a citação à família Gerdau Johannpeter também sugeriu uma busca pelas origens familiares, sendo uma das responsabilidades do projeto de memória preservar as referências trazidas do passado familiar para o ambiente empresarial, ficando subentendido que a função da História estaria em recuperar esta identidade. As referências à família também deram força ao argumento de que os funcionários são parte da família fundadora, uma extensão do lar e, desta maneira, os funcionários sentiram-se valorizados pela empresa.

Estes discursos também foram ativados em comemorações de marcos considerados representativos para a história da empresa, como os cem anos da Gerdau celebrados em 2001. Até mesmo pela construção simbólica de “heróis” responsáveis pelo crescimento da empresa objetificado com símbolos como o diretor empreendedor Curt Johannpeter, a primeira fábrica de pregos Gerdau e o pioneiro João Gerdau, ou ainda a compra da Siderúrgica Riograndense, transportando uma carga simbólica com a finalidade de definir a identidade da empresa, podendo ser comparada, respeitando as proporções e a complexidade de cada caso, à busca de símbolos por aqueles que construíram o patrimônio cultural brasileiro no final dos anos 1930. No caso do agente ativador Estado o intuito era a construção de uma identidade nacional, e no caso do agente ativador de uma empresa, para construir uma identidade corporativa. Ambos são instrumentos ou ações simbólicas utilizadas para um determinado propósito. Esta ação (função) legitimou implantação de um centro de documentação e memória como o Memória Gerdau.

A escolha de historiadores por empresas, sem dúvida, ampliou o campo de atuação para estes profissionais, prova disso é a criação da lei que regulamentará a profissão, em trâmite na Câmara de Deputados desde o ano de 2009, porém até o real estabelecimento de normas legais da profissão, que poderão auxiliar esta atuação, o caminho é, por vezes, tenso e disputado por profissionais de diversas formações, resultando em projetos que, mesmo se intitulando históricos, acabam por ser mero recurso de *marketing*, ou ainda em arquivos com documentações acumuladas com o passar do tempo sem que um historiador tenha acesso.

Quanto aos personagens eleitos, observou-se que para alguns sujeitos não foi dada “voz”, com relação às escolhas de antigos funcionários para a coleta de

depoimentos para o livro do centenário e também à equipe que trabalhou no Centro de Documentação e Pesquisa, pois em nenhuma fonte sobre o centro de documentação, ou fornecida por ele em forma de pesquisas históricas, se coloca a autoria do texto ou da obra. Isso foi nesta análise interpretado como uma forma de legitimar o discurso, apresentando-o, justamente, não como um discurso produzido por determinados profissionais, mas como sendo o passado em si. Percebeu-se, novamente, que a autoridade de dizer não foi dada ao historiador nem ao arquivista, mas à própria empresa.

Quanto ao elemento ativador proposto pelas “linhas do tempo” ou cronologia detectou-se que foi um dos meios empregados em prol da conversão da realidade narrada em acontecimentos históricos importantes de ser transmitidos, ativados e transformados em patrimônio histórico, merecedores de evocação por meio da memória, inserindo estes fatos em acontecimentos históricos importantes para o país (nação) ou para o mundo, como o exemplo da importante contribuição do imigrante alemão João Gerdau para a indústria rio-grandense e nacional, o que leva a concluir que a economia, principalmente a midiática do presente valeu-se, quase que instantaneamente do momento passado já pensado enquanto histórico, tratando-se de uma forma de consciência histórica que faz com que o tempo seja interpretado e narrado de acordo com a perspectiva temporal vigente.

Com isso, está claro que a memória se faz no presente e são os momentos celebrativos dos quais se pode tirar o maior proveito da história, ficando evidente que a maioria das empresas analisadas nesta pesquisa procurou investir em sua memória quando se pensou na comemoração de datas como a fundação da empresa. Estas comemorações coincidentemente ou não estavam ligadas a períodos de transformação ou dos negócios, de sucessão de seus donos, de privatizações ou de reestruturação interna da organização, notando-se que em tempos de crise houve um esforço para a construção de uma identidade empresarial.

Parece significativa também a observação de que empresas privadas investiram na criação de centros de documentação e memória focados na história destas empresas no tocante a determinadas famílias, regiões e em relação à nação brasileira justamente no momento em que se internacionalizavam, influenciadas, sobretudo, pelo movimento global. Interpretou-se essa ação como baseada na necessidade de firmar-se no mercado competitivo global como empresa

genuinamente brasileira, ou organização familiar com anos de atuação no mercado, a fim de não correr riscos de desmantelamento e prejuízos financeiros por parte de acionistas ou diretores, além de garantir o reconhecimento e o apoio do Estado com seus mecanismos de financiamento em prol da internacionalização das empresas privadas brasileiras.

Pode-se supor que o investimento de algumas empresas na construção de memória e identidade corporativa insere-se nesse processo de deslocamento das identidades. Como foi analisado, há um potencial mobilizador das identidades e é provável que os executivos destas empresas quisessem que seus trabalhadores e consumidores “lutassem” por essa identidade assim como um soldado luta por sua identidade nacional.

Além disso, no caso do Grupo Gerdau a estagnação dos investimentos em memória a partir de 2009 foi entendida, neste estudo, como a passagem do período do trabalho de enquadramento da memória – no qual foram vistos os maiores investimentos na construção de memórias – para o período do trabalho da memória em si, em que resta efetuar o trabalho de manutenção, resultado da conjuntura de períodos calmos (POLLACK, 1992). Neste caso, o maior investimento em memória foi no período que abarca os anos de 1999 a 2001, quando da constituição do centro de documentação e memória e da elaboração do livro comemorativo, sendo o período posterior ao ano de 2009 visto como de manutenção do centro de documentação e de adaptação aos processos administrativos da empresa.

De um ponto de vista mais geral, deve-se ressaltar também que o fenômeno da criação de centros de memória se fez de uma maneira quase que imediata à patrimonialização exacerbada ocorrida na Europa, sobretudo na França. Somados ao crescente movimento de economia globalizada em que passava o Brasil nas décadas de 1990 e 2000. Todos esses efeitos estiveram diretamente relacionados à conjuntura de emergência de identidades locais num contexto de Globalização, ou “homogeneização cultural” (HALL, 2005).

O Grupo Gerdau e outras empresas brasileiras utilizaram-se da memória local, mais especificamente da cidade de Porto Alegre e, sobretudo, da memória familiar, como uma referência para a transmissão ou “exportação” dos valores familiares, que deram origem à fábrica de pregos localizada na capital gaúcha, início da trajetória centenária do grupo. Ademais, o papel da memória tornou-se central e fator determinante para a constituição do sentimento de identidade, ou de

pertencimento a uma coletividade, como as empresas privadas. Soma-se a este fator o uso “mercadológico” ou especulativo em que se encontram os projetos de memória, tanto nos meios públicos como privados.

Cabe ainda sugerir possíveis questões referentes ao tema a serem desenvolvidas futuramente. Atualmente, não há uma metodologia aplicada nos casos de implantação de centros de documentação de organizações privadas e tampouco se analisou as relações destes projetos de patrimonialização de acervos empresariais com a ampliação do campo do historiador na atual sociedade, assim como não há um mapeamento completo das empresas que possuem centros de documentação no Brasil. Aqui fica a sugestão de que se aprofunde esta temática, pontuando as empresas que possuíram e que ainda possuem seus próprios centros de memória.

REFERÊNCIAS

AGOSTINHO, Santo. **Confissões**. Tradução de J. Oliveira Santos e Ambrósio de Pina. São Paulo: Nova Cultural, 1996. (Coleção Os Pensadores).

ALBERTI, Verena. **Vender História?** A posição do CPDOC no mercado das memórias. Rio de Janeiro: CPDOC, 1996.

ALBUQUERQUE, Durval Muniz. **O historiador e o patrimônio histórico**: parte 2. Vídeo, 23min34seg. Publicado em: 2011. Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=xiNxiOUs7ts>>. Acesso em: 22 nov. 2012.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE COMUNICAÇÃO EMPRESARIAL. **Como implantar um Centro de Documentação**. Rio de Janeiro: Aberje, 2003. (Coleção Como fazer; 9)

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE COMUNICAÇÃO EMPRESARIAL. **Prêmio ABERJE 2006**: gestão de comunicação e relacionamento. Disponível em: <<http://www.aberje.com.br/premio/2006/8.htm>>. Acesso em: 12 jun. 2011.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE COMUNICAÇÃO EMPRESARIAL. **Regulamento do Prêmio ABERJE**. Disponível em: <<http://www.aberje.com.br/>>. Acesso em: 11 abr. 2013.

ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE HISTÓRIA. **Ata de criação do Grupo de Trabalho Nacional de Patrimônio Cultural (ANPUH)**. Disponível em: <http://www.anpuh.org/gt/view?ID_GT=16>. Acesso em: 18 mar. 2013.

BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1977.

BARROS, José D'Assunção. Os usos da temporalidade na escrita da história. **Saeculum**, João Pessoa, n. 13, p. 144-155, jul./dez. 2005.

BLANCATO, Vicente. **As forças econômicas do estado do Rio Grande do Sul no 1º centenário da independência do Brasil, 1822-1922**. Porto Alegre: Globo, 1923.

BOURDIEU, Pierre. **Entrevista**. Entrevistadora: Maria Andréa Loyola. Rio de Janeiro: UERJ, 2002.

_____. **O poder simbólico**. Tradução de Fernando Thomaz. 2. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1998.

_____. **Razões práticas sobre a teoria da ação**. Campinas: Papyrus, 1996.

_____. Decreto n. 83.284, de 13 de março de 1979. Dá nova regulamentação ao Decreto-Lei nº 972, de 17 de outubro de 1969, que dispõe sobre o exercício da profissão de jornalista, em decorrência das alterações introduzidas pela Lei nº 6.612, de 7 de dezembro de 1978. **Diário Oficial da União**, Brasília, 13 mar. 1979, p. 3594,

ret. 14 mar. 1979, p. 3705. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/Antigos/D83284.htm>. Acesso em: 28 set. 2012.

BRASIL. Lei n. 4.680, de 18 de junho de 1965. Dispõe sobre o exercício da profissão de Publicitário e de Agenciador de Propaganda e dá outras providências. **Diário Oficial da União**, Brasília, 21 jun. 1965, p. 5748. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l4680.htm>. Acesso em: 28 set. 2012.

_____. Lei n. 6.546, de 4 de julho de 1978. Dispõe sobre a regulamentação das profissões de Arquivista e de Técnico de Arquivo, e dá outras providências. **Diário Oficial da União**, Brasília, 5 jul. 1978, p. 10296. Disponível em: <<http://www.conarq.arquivonacional.gov.br/cgi/cgilua.exe/sys/start.htm?inoid=92&sid=52>>. Acesso em: 28 set. 2012.

_____. Lei n. 7.287, de 18 de dezembro de 1984. Dispõe sobre a Regulamentação da Profissão de Museólogo. **Diário Oficial da União**, Brasília, 19 dez. 1984, p. 19033, ret. 21 dez. 1984, p. 19258. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L7287.htm>. Acesso em: 28 set. 2012.

_____. **Projeto de Lei do Senado n. 368, de 2009**. Regula o exercício da profissão de Historiador e dá outras providências. Disponível em: <<http://www6.senado.gov.br/mate-pdf/64881.pdf>>. Acesso em: 15 ago. 2012.

BURKE, Peter. **A escrita da História: novas perspectivas**. São Paulo: Unesp, 1992, p. 9-19.

CALDEIRA, Jorge. **Mauá: empresário do império**. São Paulo: Cia das Letras, 1995.

CANCLINI, Nestor García. O patrimônio cultural e a construção imaginária do nacional. **Revista do IPHAN**, Rio de Janeiro, n. 23, p. 94-115, 1994.

_____. **Culturas híbridas**. Tradução de Ana Regina Lessa e Heloísa Pezza Cintrão. São Paulo: EDUSP, 2003.

CATROGA, Fernando. Ainda será a História mestra da vida? **Estudos Ibero-Americanos**, Porto Alegre, n. 2, p. 7-34, 2006.

_____. **Caminhos do fim da História**. Coimbra: Quarteto, 2003.

_____. **Memória, História e historiografia**. Coimbra: Quarteto, 2001.

CENTRO DE MEMÓRIA BUNGE. **Acervo**. Disponível em: <<http://acervo.fundacao-bunge.org.br:8080/Index.asp>>. Acesso em: 18 jul. 2013.

CERTEAU, Michel. **A escrita da história**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2010.

CERVO, Amado Luiz. **Inserção internacional: formação dos conceitos brasileiros**. São Paulo: Saraiva, 2008.

CHARTIER, Roger. *À beira da falésia: a história entre incertezas e inquietude*. Porto Alegre: UFRGS, 2002.

_____. **A história ou a leitura do tempo**. Belo Horizonte: Autêntica, 2009.

_____. Introdução. Por uma sociologia histórica das práticas culturais. In: _____. **A História cultural entre práticas e representações**. Tradução de Maria Manuela Galhardo. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1990, p. 13-28. (Coleção Memória e sociedade).

CHUVA. Márcia Regina Romeiro. **Os arquitetos da memória: sociogênese das práticas de preservação do patrimônio cultural no Brasil (anos 1930-1940)**. Rio de Janeiro: UFRJ, 2009.

COLLINGWOOD, Robin George. **A ideia de História**. 9. ed. Lisboa: Editorial Presença, 2001.

CZEKUS, Ulla Von. **Centro de Documentação e Referência** [mensagem pessoal]. Mensagem recebida por <fernanda_ott@yahoo.com.es> em 3 maio 2012

DOSS, Carlos. *Memória Gerdau: apresentação da linha do tempo*. Porto Alegre, 2012.

FERREIRA, Lúcia de Fátima Guerra. A organização de arquivos e a construção da memória. **Saeculum**, João Pessoa, v. 1, n. 1, p. 50-58, jul./dez. 1995.

FERREIRA, Marieta de Moraes. História oral, comemorações e ética. **Projeto História: Ética e História Oral**, São Paulo, n. 15, p.157-164, abril de 1997.

FIGUEIREDO, Miriam Collares. **Da memória dos trabalhadores à memória da Petrobrás: a história de um projeto**. 2009. 109 f. Dissertação (Mestrado em Bens Culturais e Projetos Sociais) – Fundação Getúlio Vargas, Centro de Pesquisa e Documentação de História Contemporânea do Brasil – CPDOC, Rio de Janeiro, 2009.

FONSECA. Maria Cecília Londres. **O patrimônio em processo: trajetória da política federal de preservação no Brasil**. 3. ed. rev. e ampl. Rio de Janeiro: UFRJ, 2009.

FOUCAULT. Michel. **A ordem do discurso**. São Paulo: Loyola, 2009.

FUNDAÇÃO BUNGE. **4º Encontro da Rede de Centros de Memória Empresarial**. Publicado em: 29 mar. 2011. Disponível em: <http://www.fundacaobunge.org.br/novidades/novidade.php?id=7300&/4º_encontro_da_rede_de centros_de_memoria_em_presarial>. Acesso em: 22 nov. 2011.

GAGETE, Elida; 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, p. 113-126.

GERDAU. 110 anos: a nossa história contada por colaboradores de diversas unidades. **Gerdau Connection**, Porto Alegre, ed. esp., jul. 2011.

_____. **Centro de Documentação e Memória**. Porto Alegre: Gerdau, 1999.

_____. **Chama empreendedora**: a história e a cultura do Grupo Gerdau. São Paulo: Prêmio, 2001.

_____. Cinco anos do Centro de Documentação e Memória Gerdau. *Linha Direta*, Porto Alegre, 2004a.

_____. **Diagnóstico e Plano de Ação para a Gestão Atual do Centro de Documentação e Informação Memória Gerdau**. Porto Alegre: Grupo Gerdau, 2002.

_____. **Manual do Centro de Documentação e Informação Memória Gerdau**. Porto Alegre: Grupo Gerdau, 2003.

_____. **Memória Gerdau**: Centro de Documentação. Disponível em: <<http://www.gerdau.com.br/sobre-gerdau/memoria-gerdau-centro-documentacao.aspx>>. Acesso em: 22 set. 2011.

_____. **Memória Gerdau**: empreendedores. Disponível em: <<http://www.gerdau.com.br/sobre-gerdau/memoria-gerdau-empreendedores.aspx>>. Acesso em: 25 nov. 2012.

_____. **Memória Gerdau**: evolução da marca. Disponível em: <<http://www.gerdau.com.br/sobre-gerdau/memoria-gerdau-evolucao-da-marca.aspx>>. Acesso em: 30 nov. 2012.

_____. **Memória Gerdau**: linha do tempo. Disponível em: <<http://www.gerdau.com.br/sobre-gerdau/memoria-gerdau-linha-do-tempo.aspx>>. Acesso em: 15 ago. 2012.

_____. **Memória Gerdau**: linha do tempo interna. Disponível em: <<http://www.gerdau.com.br/sobre-gerdau/memoria-gerdau-linha-do-tempo-interna.aspx>>. Acesso em: 15 ago. 2012.

_____. **Perfil da empresa**. Disponível em: <<http://www.gerdau.com.br/sobre-gerdau/perfil-da-empresa.aspx>>. Acesso em: 2 abr. 2013.

_____. **Pré-projeto de Implantação do Centro de Documentação Memória Gerdau**. Porto Alegre: Grupo Gerdau, 1998.

_____. **Projeto n. 2. de Implantação do Centro de Documentação Memória Gerdau**. Porto Alegre: Grupo Gerdau, 1999.

_____. 1946. Um ano para ficar na história. **Radar Memória Gerdau**, Porto Alegre, 2004b.

GERDAU. **Relatório Anual**. Porto Alegre: Grupo Gerdau, 2007.

_____. _____. Porto Alegre: Grupo Gerdau, 2008.

_____. _____. Porto Alegre: Grupo Gerdau, 2009.

_____. _____. Porto Alegre: Grupo Gerdau, 2010.

GOMES, Ângela de Castro. A guardiã da memória. **Acervo** - Revista do Arquivo Nacional, Rio de Janeiro, v. 9, n. 1/2, p. 17-30, jan./dez. 1996.

GOMES, Rosa Maria; ANDRADE, Maria Dias. Arquivo e museu: história e memória de empresas. In: **Anais do IV Congresso História Ferroviária**, Málaga, 20-21 set. 2006,

GONÇALVES, José Reginaldo Santos. **A retórica da perda**: os discursos do patrimônio cultural no Brasil. Rio de Janeiro: UFRJ; IPHAN, 2002.

GUEDES, Rita de Cássia. **Responsabilidade social e cidadania empresariais**: conceitos estratégicos para as empresas face à globalização. 2000. 170 f. Dissertação (Mestrado em Administração) – Pós-Graduação em Administração de Empresas, Pontifícia Universidade Católica, São Paulo, 2000.

HALBWACHS, Maurice. *A Memória Coletiva*. São Paulo: Vértice, 1990.

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

HARTOG, François. O tempo desorientado. *Tempo e História*. "Como escrever a história da França? **Anos 90**, Porto Alegre, n. 7, p. 7-28, jul. 1997.

_____. *Tempo e Patrimônio*. **Varia História**, Belo Horizonte, v. 22, n. 36, p. 261-273, jul./dez. 2006.

_____. A arte da narrativa da narrativa histórica. In: BOUTIER, Jean; JULIA, Dominique (orgs.). **Passados recompostos**: campos e canteiros da história. Rio de Janeiro: UFRJ; FGV, 1998, p. 193-202.

HOBBSAWM, Eric; RANGER, Terence (orgs.). **A invenção das tradições**. 2. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2012.

HUYSSSEN, Andreas. **Seduzidos pela memória**: arquitetura, monumentos, mídia. Rio de Janeiro: Aeroplano, 2000.

IERVESE, Carine Aprile. Comunicação Organizacional é ferramenta indispensável para o sucesso da empresa. **Jornal A Tarde**, São Paulo, 4 abr. 2010, p. 5.

INTERNATIONAL ORGANIZATION FOR STANDARDIZATION. **ISO 26000:2010**. Disponível em: <<http://www.iso.org/iso/home.html>>. Acesso em: 10 jan. 2012.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GOVERNANÇA CORPORATIVA. **Código das melhores práticas de Governança Corporativa**. 4. ed. São Paulo: IBGC, 2009.

_____. **Glossário de governança corporativa**. Disponível em: <<http://www.ibgc.org.br/Secao.aspx?CodSecao=23>>. Acesso em: 22 nov. 2012.

INSTITUTO NACIONAL DE METROLOGIA, QUALIDADE E TECNOLOGIA. **Responsabilidade social: ISO 26000**. Disponível em: <http://www.inmetro.gov.br/qualidade/responsabilidade_social/iso26000.asp>. Acesso em: 15 abr. 2013.

IPIRANGA. **Memória Ipiranga**. Disponível em: <<http://www.ipiranga.com.br>>. Acesso em: 29 nov. 2012.

MARTINS, Fernanda Tondolo. **Política externa do governo do Presidente Fernando Henrique Cardoso**: a articulação regional e a integração sul-americana (1995-2002). 2006. 212 f. Dissertação (Mestrado em História) – Programa Pós-Graduação em História, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2006.

MARTINS, Rui Cunha. Historicidade e simultaneidade. In: PAREDES, Marçal de Menezes; ARMANI, Carlos Henrique; AREND, Hugo. **História das ideias**: proposições, debates e perspectivas. Santa Cruz do Sul: Edunisc, 2011, p. 00-00.

MEMÓRIA E IDENTIDADE. **Principais clientes**: Implantação e gestão de Centros de Documentação e Memória. Disponível em: <http://www.memoriaeidentidade.com.br/clientes_gestao.asp>. Acesso em: 6 nov. 2012.

_____. **Serviços**. Disponível em: <<http://www.memoriaeidentidade.com.br/servicos.asp#>>. Acesso em: 17 jan. 2013.

METALOPÉDIA. **Verbetes ferro gusa**. Disponível em: <<https://sites.google.com/a/cetim.pt/metalopedia/metalurgia/ligas-metalicas/aco/ferro-gusa>>. Acesso em: 29 abr. 2013.

MOTTA, Marly Silva da. **Histórias de vida e história institucional**: a produção de uma fonte histórica. Rio de Janeiro: CPDOC, 1995.

MOVIMENTO BRASIL COMPETITIVO. **PGQP Qualidade RS**. Disponível em: <<http://www.mbc.org.br/mbc/pgqp/index.php>>. Acesso em: 19 mar. 2013.

MULTIBRÁS ELETRODOMÉSTICOS. **Consul, 50 anos de amizade**. São Paulo: Multibrás, 2000.

NASSAR, Paulo. **Relações públicas na construção da responsabilidade histórica e no resgate da memória institucional das organizações**. 2. ed. São Paulo: Difusão, 2008.

NORA, Pierre. Entre memória e História: a problemática dos lugares. **Projeto História**, São Paulo, n. 10, p. 7-28, dez. 1993.

ODEBRECHT. **Linha do Tempo**: uma história a serviço do futuro. Disponível em: <<http://www.odebrechtonline.com.br/edicoes/60anos/linhadotempo/pt/index.html>>. Acesso em: 23 nov. 2012.

_____. **Linha do Tempo**: uma história a serviço do futuro. Disponível em: <<http://www.odebrechtonline.com.br/edicoes/60anos/linhadotempo/pt/index.html>>. Acesso em: 23 nov. 2012.

_____. **Odebrecht Informa**, Salvador, ano XXII, n.70, jul./ago. 1995.

_____. _____, Salvador, ano XXXII, n. 115, nov./dez. 2004.

_____. Passado protegido e compartilhado. **Odebrecht Informa**. Salvador, ano XXIX, n. 102, p. 48-49, out./dez. 2001.

O GLOBO ECONOMIA. **Compra do grupo Ipiranga, de US\$ 4 bilhões, é maior aquisição já realizada no país**. Publicado em: 19 mar. 2007. Disponível em: <<http://oglobo.globo.com/economia/compra-do-grupo-ipiranga-de-us-4-bilhoes-maior-aquisicao-ja-realizada-no-pais-4208420#ixzz2Gw5N52rm>>. Acesso em: 15 ago. 2011.

OLIVEIRA, Lucia Lippi. Imaginário histórico e poder cultural: as comemorações do descobrimento. **Estudos Históricos**, Rio de Janeiro, v. 14, n. 26, p. 183-202, 2000.

ORGANIZAÇÃO ODEBRECHT. **História**. Disponível em: <<http://www.odebrecht.com>>. Acesso em: 10 jun. 2011.

_____. **Núcleo de Cultura Odebrecht**. Disponível em: <<http://www.odebrecht.com.br/organizacao-odebrecht/nucleo-cultura-odebrecht>>. Acesso em: 10 jun. 2011.

ORTIZ, Renato; POSSAMAI, Zita (orgs.). **Cidade e memória na globalização**. Porto Alegre: Unidade Editorial da Secretaria Municipal da Cultura, 2002.

OTT, Fernanda. **Um clube para todos**: AABB 65 anos de história. Porto Alegre: Nova Prova, 2008.

PAZIN, Marcia Cristina de Carvalho. **Produção documental do legislativo no Império**: gênese e tipologia. 2005. 174 F. Dissertação (Mestrado em História Social) – Universidade de São Paulo, Programa de Pós-graduação em História Social. São Paulo, 2006.

PELIANO, Anna Maria T. Medeiros. **A iniciativa privada e o espírito público**: a ação social das empresas do Sudeste brasileiro. Brasília: IPEA, out. 2000.

_____. **Bondade ou interesse?** Como e porque as empresas atuam na área social, 2. ed. Brasília: IPEA, 2003.

_____. Mais empresas investem na área social. **Revista Bovespa**, edição online, jul./set. 2008. Disponível em: <http://www.bmfbovespa.com.br/Inst_Sites/RevistaBovespa/99/Entrevista.shtml>. Acesso em: 15 set. 2012.

PESAVENTO, Sandra Jatahy. A política financeira da República Velha gaúcha: um enquadramento histórico. **Revista IFCH/UFRGS**, Porto Alegre, ano IV, vol.6, p. 273-295, 1978.

_____. Um novo olhar sobre a cidade: a nova história cultural e as representações do urbano. In: MAUCH, Cláudia et al. **Porto Alegre na virada do século 19: cultura e sociedade**. Porto Alegre: UFRGS; Canoas: ULBRA; São Leopoldo: UNISINOS, 1994, p. 126-143.

_____. **História da Indústria Sul-Riograndense**. Riocell: Porto Alegre, 1985.

_____. **História da indústria sul-rio-grandense**. Guaíba. RIOCELL. 1985.

POLLACK, Michel. Memória, esquecimento, silêncio. **Estudos Históricos**, Rio de Janeiro, v. 2, n. 3, p. 3-15, 1989.

_____. Memória e identidade social. **Estudos Históricos**, Rio de Janeiro, v. 5, n. 10, p. 200-215, 1992.

POSSAMAI, Zita. O ofício da História e novos espaços de atuação profissional. **Anos 90**, Porto Alegre, v. 15, n. 28, p. 201-218, dez. 2008.

PRATS, Llorenç. **Antropología y Patrimonio**. Barcelona: Ariel, 1997.

RIBEIRO, Ana Paula Goulart; BARBOSA, Marialva. Memórias, relatos autobiográficos e identidade institucional. **Comunicação & Sociedade**, São Paulo, v. 28, n. 47, p. 99-114, jun. 2007.

RIBEIRO, Maria Manuela Tavares. Crise de identidade nacional e a festa de comemoração nos anos 90 em Portugal. *Revista Anos 90*, Porto Alegre, n.13, julho de 2000.

RICOEUR, Paul, **A memória, a história e o esquecimento**. São Paulo: UNICAMP, 2007.

RIOS, Fahima Pinto; ARAÚJO, Paula Carina de. **Arquivos empresariais**. Publicado em: 2005. Disponível em: <<http://www.slideshare.net/paulacarina/arquivos-empresariais>>. Acesso em: 30 mar. 2013.

SÁ, Antônio Fernando de Araújo, *Filigranas da memória: história e memória nas comemorações dos centenários de Canudos (1993-1997)*, 2006. 489 f. Tese (Doutorado em História) – Programa de Pós-graduação em História, Departamento de História, Universidade de Brasília, Brasília, 2006.

SARAIVA, Jacílio. Arquivista: é preciso ser comunicativo e ter experiência. **Valor Econômico**, São Paulo, 23 jul. 2010.

SCHEMES, Cláudia. **Festas cívicas e esportivas**: um estudo comparativo dos governos Vargas (1937-1945) e Peron (1946-1955). Novo Hamburgo: FEEVALE, 2005.

SCHMIDT, Benito Bisso. Cicatriz aberta ou página virada? Lembrar e esquecer o golpe de 1964 quarenta anos depois. **Anos 90**, Porto Alegre, v. 14, n. 26, p. 127-156, dez. 2007.

SILVA, André Luiz Reis da Sila. **Do otimismo liberal a Globalização assimétrica**: a política externa do Governo de Fernando Henrique Cardoso (1995-2002). 2008. 358 f. Tese (Doutorado em Ciência Política) – Programa de Pós-graduação em Ciências Políticas, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2008.

SOUZA, Gisele. **Prêmio Aberje** [mensagem pessoal]. Mensagem recebida por <fernanda_ott@yahoo.com.es> em 3 maio 2012.

SOUZA FILHO, Carlos Frederico Marés de. **Bens culturais e proteção jurídica**. Porto Alegre: Imprensa, 1997. 1999?

TAVEIRA, Luciene Peixoto. **A fábrica Codorna**: conflitos, práticas e experiências na (re)construção de memória (1997-2008). 2009. XXX f. Dissertação (Mestrado em) – Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2009.

THIESSE, Anne-Marie. Ficções criadoras: as identidades nacionais. **Anos 90**, Porto Alegre, n. 15, p. 7-23, 2001/2002.

THOMPSON, Edward P. **A formação da classe operária inglesa**: a árvore da liberdade. Tradução de Denise Bottman. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1987. 3 v.

ULTRA. **Perfil e história**. Disponível em: <http://www.ultra.com.br/Ultra/Show.aspx?id_canal=Apyy9MEmW7SC9DzBebnXuQ=#2>. Acesso em: 15 nov. 2012.

VONPAR. **João Jacob Vontobel cria fábrica para produzir o refrigerante laranjinha**. Disponível em: <<http://www.vonpar.com.br/corporativo/a-vonpar/historia>>. Acesso em: 30 nov. 2012.

WEBER, Regina. **Os operários e a colméia**: trabalho e etnicidade no sul do Brasil. Ijuí: Unijuí, 2002.

WERLANG, William. **A família de Johannes Heinrich Kaspar Gerdau**: um estudo de caso sobre a industrialização no Rio Grande do sul, Brasil. Agudo, RS: Werlang, 2002.

WHITE, Hayden. **Meta-História**: a imaginação histórica do século XIX. 2 ed. São Paulo: EDUSP, 2008.

WORCMAN, Karen. **A história na empresa**: identidades e oportunidades. Publicado em: nov. 1999. Disponível em: <http://www.museudapessoa.net/oquee/biblioteca/karen_worcman_a_historia_na_empresa.pdf>. Acesso em: 30 mar. 2012.

OBRAS CONSULTADAS

BRASIL. **Brasília, patrimônio cultural da humanidade**. Disponível em: <<http://www4.planalto.gov.br/restauracao/brasilia-patrimonio-cultural-da-humanidade>>. Acesso em: 20 mar. 2013.

CAPOVILLA, Eloísa Helena da Luz Ramos. Os museus da imigração e seus acervos: um campo para o estudo da história. **IX Encontro estadual de História da ANPUH**. Porto Alegre, UFRGS, julho de 2008.

EIGUER, Alberto. **Um divã para a família**. Porto Alegre: Artmed, 1985.

FAGUNDES, Flávio Lontra Bruno. É possível fazer tábula rasa do passado... e do presente dos historiadores? **Anais do XXVI Simpósio Nacional de História – ANPUH**, São Paulo, julho 2011.

FALCON, Francisco J. Calazans. História e Representação. In: CARDOSO, Ciro Flamarion; MALERBA, Jurandir (orgs.). **Representações**: contribuição a um debate transdisciplinar. Campinas: Papirus, 2000, p. 41-80.

FAUSTO, Boris. **História do Brasil**. 14. ed. São Paulo: EDUSP, 2008.

JELIN, Elisabeth. **Los trabajos de la memoria**. Madri: Siglo XXI, 2002.

LE GOFF, Jacques. **História e memória**. Campinas: Unicamp, 2005.

LEWGOY, Bernardo. Do velho ao antigo: etnografia do surgimento de um patrimônio. **Revista Cadernos de Campo**, São Paulo, n. 5-6, 1995/1996.

LOWENTHAL, David. Como conhecemos o passado. **Projeto História**, São Paulo, n. 17, p. 63-201, nov. 1998.

SILVA, Armando. **Álbum de Família**: a Imagem de nós mesmos. São Paulo: SENAC, 2008.

SILVA, Ives Gandra Martins da; MENEZES, Paulo Lucena; BERNHOEFT, Renato (coords.). **Empresas familiares brasileiras**: perfis e perspectivas. São Paulo: Negócio, 1999.

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. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1992.

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

APÊNDICE A – Levantamento das Fontes Primárias e Secundárias

| | |
|-------------------------------|---|
| Empresa: | Núcleo de Memória Odebrecht, 1984 |
| Estado: | Bahia |
| Localização: | Rio de Janeiro (RJ) e Salvador (Bahia) |
| Ano de criação: | 1984 |
| Acervo: | Sim |
| Tipos de acervo: | Prêmios, medalhas, placas, condecorações, esculturas, peças, diplomas, documentação e imagens |
| Responsável: | Ulla Von Czekus, Administradora |
| Fontes: | http://www.odebrecht.com/culturaodebrecht/ |
| Pesquisa realizada em: | Junho de 2011 |

| | |
|-------------------------------|---|
| Empresa: | Centro de Memória da Eletropaulo, 1989 |
| Estado: | São Paulo |
| Localização: | Capital e cidades do interior |
| Ano de criação: | 1989 |
| Acervo: | Sim |
| Tipos de acervo: | Arquivístico, bibliográfico, museológico e arquitetônico. Nele se destacam mais de 1.500 metros lineares de documentos técnicos e gerenciais, 250 mil documentos fotográficos, cerca de 4 mil objetos museológicos, 20 mil obras bibliográficas, além de documentos cartográficos, audiovisuais e sonoros, reunidos a partir de meados do século XIX. |
| Responsável: | Não informado |
| Fontes: | http://acervo.energiaesaneamento.org.br/EnerWeb/Consulta/Index.asp |
| Pesquisa realizada em: | Novembro de 2011 |

| | |
|-------------------------------|---|
| Empresa: | Centro de Documentação e Memória Klabin |
| Estado: | São Paulo |
| Localização: | Jundiaí |
| Ano de criação: | 1989 |
| Acervo: | Sim |
| Tipos de acervo: | Imagens, peças audiovisuais, livros, objetos museológicos, milhares de documentos textuais e depoimentos. |
| Responsável: | Agência Tempo & Memória |
| Fontes: | http://www.klabin.com.br/pt-br/paginas/memoria-klabin |
| Pesquisa realizada em: | Novembro de 2011 |

| | |
|-------------------------------|--|
| Empresa: | Centro de Documentação e Memória Grupo Ultra (SP, 1992) |
| Estado: | São Paulo |
| Localização: | São Paulo |
| Ano de criação: | 1992 |
| Acervo: | Sim |
| Tipos de acervo: | Não identificado |
| Responsável: | Memória & Identidade: Elida Gagete e Beth Tottini |
| Fontes: | Catálogo viver Ultragaz, 2000 e visita realizada no espaço em 2003 |
| Pesquisa realizada em: | Junho de 2011 |

| | |
|-------------------------------|---|
| Empresa: | Centro de Memória Bunge (SP, 1994) |
| Estado: | São Paulo |
| Localização: | São Paulo |
| Ano de criação: | 1994 |
| Acervo: | Sim |
| Tipos de acervo: | Foi criado em 1994 com o objetivo de reunir, tratar e disponibilizar o patrimônio histórico da Bunge Brasil. É um dos mais ricos acervos de memória empresarial do País, reunindo documentos de várias naturezas - cartográficos, iconográficos, tridimensionais, textuais e outros - com uma história de mais de 100 anos de Brasil e quase 200 de mundo - e com uma inserção nos âmbitos da indústria, da navegação e do agronegócio. Paralelamente, o Centro de Memória Bunge organiza atividades que aproximam seu acervo da sociedade e que estimulam outras instituições a fazer o mesmo. |
| Responsável: | Luciana Amaral, projeto desenvolvido pela agência Tempo & Memória |
| Fontes: | Relatório Anual da Empresa Bunge do ano de 2001 |
| Pesquisa realizada em: | Junho de 2011 |

| | |
|-------------------------------|--|
| Empresa: | Centro de Documentação e Memória Garoto (ES, 1994) |
| Estado: | Espírito Santo |
| Localização: | Vitória |
| Ano de criação: | 1994 |
| Acervo: | Sim |
| Tipos de acervo: | Em 2009, o Centro de Documentação e Memória (CDM) completa 10 anos. Ele foi criado pela Chocolates Garoto atendendo a um antigo anseio da comunidade: ter acesso aos registros de uma significativa parte da história do Espírito Santo e do chocolate no Brasil. Montado na Matriz da fábrica Garoto, em Vila Velha, Espírito Santo, o CDM está aberto à visitação pública, com uma exposição permanente que percorre décadas da história brasileira e a evolução da Garoto, desde a sua fundação. O acervo reúne documentos textuais, documentos publicitários, como displays e cartazes, fotografias, embalagens dos produtos clássicos da Garoto, além de fitas de vídeo, mock-ups de produtos e brindes de várias épocas. |
| Responsável: | Não informado |
| Fontes: | http://www.garoto.com.br/portal/nossaempresa/sobre.aspx |
| Pesquisa realizada em: | Novembro de 2011 |

| | |
|-------------------------------|--|
| Empresa: | Centro de Memória Multibrás (SP, 1995) |
| Estado: | São Paulo |
| Localização: | São Paulo |
| Ano de criação: | 1995 |
| Acervo: | Sim |
| Tipos de acervo: | Não identificado |
| Responsável: | Não informado |
| Fontes: | Catálogo da empresa Memória & Identidade |
| Pesquisa realizada em: | Agosto de 2011 |

| | |
|-------------------------------|---|
| Empresa: | Memória RBS (RS, 1997) |
| Estado: | Rio Grande do Sul |
| Localização: | Porto Alegre (RS) |
| Ano de criação: | 1997 |
| Acervo: | Sim |
| Tipos de acervo: | A implantação do CDM faz parte de um moderno conceito de memória empresarial, que alia a divulgação institucional e a prestação de serviços e produtos ao público interno e externo. O sucesso desta implementação é comprovado por um público de mais de 173.000 pessoas, numa média mensal de 2.800 visitantes entre turistas, pesquisadores, estudantes e demais segmentos. Em 2012, o CDM oferece apenas pesquisas via telefone e e-mail. |
| Responsável: | Não informado |
| Fontes: | http://www.gruporbs.com.br/quem_somos/index.php?pagina=linhaTem po |
| Pesquisa realizada em: | Agosto de 2012 |

| | |
|-------------------------------|-----------------------------|
| Empresa: | Memória Ipiranga (RS, 1997) |
| Estado: | Rio Grande do Sul |
| Localização: | Porto Alegre |
| Ano de criação: | 1997 |
| Acervo: | Sim |
| Tipos de acervo: | Encerrado em 2007 |
| Responsável: | Encerrado em 2007 |
| Fontes: | Encerrado em 2007 |
| Pesquisa realizada em: | Novembro de 2011 |

| | |
|-------------------------------|---|
| Empresa: | Memória da Varig (RS, 1997) |
| Estado: | Rio Grande do Sul |
| Localização: | Porto Alegre |
| Ano de criação: | Não encontrado |
| Acervo: | Não identificado |
| Tipos de acervo: | Encerrado em 2007 |
| Responsável: | Não informado |
| Fontes: | http://www.ipiranga.com.br/wps/portal/Portal_Ipiranga/A_Ipiranga/Sobre_a_Ipiranga/Historia |
| Pesquisa realizada em: | Agosto de 2011 |

| | |
|-------------------------------|---|
| Empresa: | Pró-Memória Vonpar-Coca Cola (RS, 1998) |
| Estado: | Rio Grande do Sul |
| Localização: | Porto Alegre |
| Ano de criação: | 1998 |
| Acervo: | Sim |
| Tipos de acervo: | Acervo fotográfico, audiovisual e textual |
| Responsável: | ARC – Consultoria |
| Fontes: | http://www.vonpar.com.br/corporativo/a-vonpar/historia |
| Pesquisa realizada em: | Novembro de 2011 |

| | |
|-------------------------------|---|
| Empresa: | Memória Globo (RJ, 1999) |
| Estado: | Rio de Janeiro |
| Localização: | Rio de Janeiro |
| Ano de criação: | 1999 |
| Acervo: | Sim |
| Tipos de acervo: | O Memória Globo dispõe de um amplo acervo de informações composto por mais de 6 mil verbetes sobre acontecimentos históricos, descrição de programas, matérias e colunas do jornal, cerca de 5 mil fotos digitalizadas e quatrocentas entrevistas num total de mais de oitocentas horas de gravação em fitas betacam analógica e digital. Em 2003, sua equipe produziu e redigiu o Dicionário da TV Globo (com verbetes sobre todos os programas de dramaturgia e entretenimento da emissora) e, em 2004, um livro sobre a história do Jornal Nacional. |
| Responsável: | Ana Paula Goulart e Barbosa Marialva segundo texto das autoras. |
| Fontes: | RIBEIRO, Ana Paula Goulart e BARBOSA Marialva. Memória, relatos autobiográficos e identidade institucional. <i>Comunicação e Sociedade</i> n. 47. Rio de Janeiro, 2005. |
| Pesquisa realizada em: | Novembro de 2011 |

| | |
|-------------------------------|--|
| Empresa: | Centro de Documentação e Informação Memória Gerdau (RS, 1999-RS) |
| Estado: | Rio Grande do Sul |
| Localização: | Porto Alegre |
| Ano de criação: | 1999 |
| Acervo: | Sim |
| Tipos de acervo: | Com o objetivo de reunir documentos e informações sobre a trajetória da Gerdau, foi criado, em 1999, o Centro de Documentação e Informação Memória Gerdau. Localizado na sede da companhia (em Porto Alegre, Brasil), possui hoje um acervo de aproximadamente 50 mil itens, entre objetos históricos, documentos textuais, iconográficos, audiovisuais e eletrônicos. Atua nas áreas de gestão documental, pesquisa histórica e difusão da informação, instrumentalizando diversas atividades da Empresa. Ao mesmo tempo que contribui para a compreensão do mercado siderúrgico e da trajetória da organização, busca constantemente registrar a história no momento em que está sendo construída. |
| Responsável: | Carlos Doss |
| Fontes: | Entrevista com Carlos Doss em 22 de fevereiro de 2012 |
| Pesquisa realizada em: | Fevereiro de 2012 |

| | |
|-------------------------------|--|
| Empresa: | Pró-Memória AABB Porto Alegre (RS, 2000) |
| Estado: | Rio Grande do Sul |
| Localização: | Porto Alegre |
| Ano de criação: | 2000 |
| Acervo: | Sim |
| Tipos de acervo: | Criado em novembro de 2000, este centro possui peças históricas, imagens, troféus e documentos referentes a história do clube. |
| Responsável: | Setor Cultural - Eli Figueira |
| Fontes: | OTT, Fernanda. Um clube para todos – AABB 65 anos de história. Porto Alegre: Nova Prova, 2008 |
| Pesquisa realizada em: | Junho de 2011 |

| | |
|-------------------------------|---|
| Empresa: | Memória Belgo (atual Programa Memória Arcelor-Mittal) |
| Estado: | Minas Gerais |
| Localização: | Sabará |
| Ano de criação: | 2000 |
| Acervo: | Sim |
| Tipos de acervo: | Não identificado |
| Responsável: | Não identificado |
| Fontes: | Boletim Eletrônico Memória Empresarial, a. IV, n. 87 |
| Pesquisa realizada em: | Janeiro de 2013 |

| | |
|-------------------------------|--|
| Empresa: | Vale Memória (ES, 2001) |
| Estado: | Espírito Santo |
| Localização: | Vitória |
| Ano de criação: | 2001 |
| Acervo: | Sim |
| Tipos de acervo: | O acervo, organizado por meio de um banco de dados e, atualmente, com mais de 18 mil itens, contém diapositivos, plantas, mapas, documentos, livros, periódicos, fotografias e outras preciosidades, que ilustram ricamente a história da EFVM e da CVRD desde sua fundação, até o tempo presente. Além destes, o acervo conta com uma biblioteca com seções que englobam a Arte Moderna, Arte Contemporânea, História da Arte, História da Arte do Brasil, História do Espírito Santo e Literatura. |
| Responsável: | Não identificado |
| Fontes: | http://www.museuvale.com/mvrd2.php |
| Pesquisa realizada em: | Novembro de 2012 |

| | |
|-------------------------------|---|
| Empresa: | Centro de Memória e Referência Aberje |
| Estado: | São Paulo |
| Localização: | São Paulo |
| Ano de criação: | 2001 |
| Acervo: | Sim |
| Tipos de acervo: | O acervo histórico é composto por documentos que refletem a produção intelectual da ABERJE nos seus mais de 40 anos de atuação, entre eles: depoimentos de personalidades da área, clippings, relatórios anuais, material de suporte aos cursos oferecidos pela ABERJE, informativos, entre outros. |
| Responsável: | Gisele Souza, Bibliotecária |
| Fontes: | http://www.aberje.com.br/acervo_cmr_sobre.asp |
| Pesquisa realizada em: | Agosto de 2011 |

| | |
|-------------------------------|---|
| Empresa: | Projeto Memória Votorantim (MG, 2003) |
| Estado: | Minas Gerais |
| Localização: | Belo Horizonte |
| Ano de criação: | 2003 |
| Acervo: | Sim |
| Tipos de acervo: | Hoje, se divide em duas frentes de trabalho. Uma é o Acervo, que conta com uma equipe responsável por localizar, resgatar e preservar a memória do Grupo e de suas unidades de negócio por meio de diversas ações que visam à disseminação de conhecimento. Mais do que organizar e catalogar documentos, é tarefa da área fazer análises e estabelecer relações entre o passado e o presente, sugerindo formas de explorar a história para um entendimento mais profundo dos processos da companhia e do cenário em que está inserida. |
| Responsável: | Não identificado |
| Fontes: | http://www.memoriavotorantim.com.br/memoria_votorantim/Paginas/memoriavotorantim.aspx |
| Pesquisa realizada em: | Novembro de 2012 |

| | |
|-------------------------------|--|
| Empresa: | Centro de Memória Bosch (SP, 2003) |
| Estado: | São Paulo |
| Localização: | São Paulo |
| Ano de criação: | 2003 |
| Acervo: | Sim |
| Tipos de acervo: | Sendo responsável pelo resgate contínuo e guarda de documentos históricos, tem como foco gerenciar, organizar, preservar e disponibilizar informações que expressam a evolução histórica da empresa, de suas marcas e do setor em que atua, desde sua origem até os dias atuais. |
| Responsável: | Agência Tempo & Memória |
| Fontes: | http://www.tempoememoria.com.br/portal/index.php/atuacao/memoria-empresarial/centro-de-memoria.html |
| Pesquisa realizada em: | Novembro de 2012 |

| | |
|-------------------------------|---|
| Empresa: | Espaço Memória do Pão de Açúcar (RJ, 2003) |
| Estado: | Rio de Janeiro |
| Localização: | Rio de Janeiro |
| Ano de criação: | 2003 |
| Acervo: | Sim |
| Tipos de acervo: | Não identificado |
| Responsável: | Não identificado |
| Fontes: | http://www.grupopaodeacucar.com.br/o-grupo/historia/historico.htm |
| Pesquisa realizada em: | Novembro de 2012 |

| | |
|-------------------------------|---|
| Empresa: | Memória Neugebauer (RS, 2004) |
| Estado: | Rio Grande do Sul |
| Localização: | Porto Alegre |
| Ano de criação: | 2004 |
| Acervo: | Sim |
| Tipos de acervo: | Projeto encerrado com a venda da empresa para a empresa Florestal em 2006 |
| Responsável: | Não identificado |
| Fontes: | Encerrado em 2007 |
| Pesquisa realizada em: | Novembro de 2011 |

| | |
|-------------------------------|---|
| Empresa: | Centro de Documentação e Memória Embraer (SP, 2006) |
| Estado: | São Paulo |
| Localização: | São José dos Campos |
| Ano de criação: | 2006 |
| Acervo: | Sim |
| Tipos de acervo: | Localizado em São José dos Campos, o Centro preserva e disponibiliza um acervo histórico com documentos e informações sobre a trajetória institucional da Embraer e a evolução de seus produtos, das origens da Empresa à atualidade. |
| Responsável: | Não identificado |
| Fontes: | http://www.centrohistoricoembraer.com.br/sites/timeline/pt-BR/Paginas/default.aspx |
| Pesquisa realizada em: | Novembro de 2011 |

| | |
|-------------------------------|--|
| Empresa: | Centro de Memória Águia Branca (ES, 2006) |
| Estado: | Espírito Santo |
| Localização: | Campo Grande |
| Ano de criação: | 2006 |
| Acervo: | Sim |
| Tipos de acervo: | O seu acervo é composto pelos seguintes materiais: Ala externa: exposição do ônibus "Meia Dúzia", de 1954. Acervo Audiovisual: CDs, DVDs, fitas cassetes, VHS e outras mídias audiovisuais que contenham propagandas, reportagens, gravações, filmes institucionais, etc. Acervo Iconográfico: fotografias, cromos e negativos. Acervo Museológico: premiações, homenagens, uniformes antigos e outras peças raras. Acervo Textual: documentos impressos, como: relatórios, correspondências, projetos, reportagens, boletins informativos, dentre outros. Banco de Depoimentos: registros de entrevistas realizadas com funcionários, ex-colaboradores, acionistas e outros públicos, sobre fatos relevantes da história. |
| Responsável: | Não identificado |
| Fontes: | http://www.memoriaaguiaabranca.com.br/index.php?id=/apresentacao |
| Pesquisa realizada em: | Novembro de 2011 |

| | |
|-------------------------------|--|
| Empresa: | Centro de Memória Libbs Farmacêutica |
| Estado: | São Paulo |
| Localização: | Barra Funda |
| Ano de criação: | 1998 |
| Acervo: | Sim |
| Tipos de acervo: | Acervo Audiovisual: Acervo Audiovisual: fitas de vídeo ou de áudio com filmes institucionais, propagandas, palestras e eventos. Acervo Fotográfico: fotografias, cromos e negativos. Acervo Museológico: máquinas, objetos promocionais, embalagens e outros objetos. Acervo Textual Permanente: documentos em papel, como relatórios, projetos, correspondências, <i>clippings</i> e outros, que retratam a evolução técnica e administrativa da empresa. Acervo Textual Permanente: documentos em papel, como relatórios, projetos, correspondências, <i>clippings</i> e outros, que retratam a evolução técnica e administrativa da empresa. Banco de Depoimentos: Registro de entrevistas com colaboradores, ex-colaboradores, representantes de organizações empresariais às quais a Libbs está associada e acionistas. |
| Responsável: | Não identificado |
| Fontes: | http://www.libbs.com.br/memoria/ |
| Pesquisa realizada em: | Novembro de 2011 |

| | |
|-------------------------------|---|
| Empresa: | Centro de Memória Mangels |
| Estado: | São Paulo |
| Localização: | São Paulo |
| Ano de criação: | Não identificado |
| Acervo: | Sim |
| Tipos de acervo: | Não informado |
| Responsável: | Memória & Identidade |
| Fontes: | http://www.mangels.com.br/index.cfm?conteudo_id=11&lang=pt |
| Pesquisa realizada em: | Novembro de 2011 |

| | |
|-------------------------|--|
| Empresa: | Centro de Memória Unilever Brasil |
| Estado: | São Paulo |
| Localização: | São Paulo |
| Ano de criação: | 2001 |
| Acervo: | Sim |
| Tipos de acervo: | Acervo de quase 45 mil documentos, que abrange desde o final do século XIX até hoje. Alguns números do acervo: 3.500 comerciais de TV; 6.000 anúncios impressos; 3.000 embalagens e rótulos; 12.000 fotografias, 200 horas de gravação de radionovelas, jingles, spots e programas de rádio; 80 horas de depoimentos gravados com profissionais de publicidade, marketing e design, bem como com ex-presidentes e ex-diretores da Empresa além de vídeos institucionais, noticiário de imprensa, releases, peças promocionais e de ponto-de-venda, jornais e revistas internas etc. Grande parte desse universo de documentos está digitalizada. |
| Responsável: | Memória & Identidade |

| | |
|-------------------------------|---|
| Fontes: | http://www.unilever.com.br/aboutus/centro_de_historia_unilever/ |
| Pesquisa realizada em: | Novembro de 2011 |

| | |
|-------------------------------|--|
| Empresa: | Centro de Documentação e Memória Gol Linhas Aéreas |
| Estado: | São Paulo |
| Localização: | São Paulo |
| Ano de criação: | 2003 |
| Acervo: | Sim |
| Tipos de acervo: | O Centro de Documentação e Memória da GOL (CEDOC) foi fundado em 2003. Responsável pela gestão integrada de documentos, o setor cuida da vida útil de todas as informações da empresa, desde a sua chegada, expedição, até a guarda temporária ou histórica dos materiais. |
| Responsável: | Não identificado |
| Fontes: | http://blog.voegol.com.br/index.php/turbinadas/novidades-gol/o-centro-de-documentacao-e-memoria-da-gol/ |
| Pesquisa realizada em: | Novembro de 2011 |

| | |
|-------------------------------|--|
| Empresa: | Centro de Memória Itaú-Unibanco |
| Estado: | São Paulo |
| Localização: | São Paulo |
| Ano de criação: | 2003 |
| Acervo: | Sim |
| Tipos de acervo: | A ideia de preservar a nossa memória nasceu em 2003, com a guarda, o tratamento e a divulgação de informações para subsidiar as áreas internas, no apoio aos negócios, e divulgar nossa cultura e nossos valores. O espaço é constituído por uma área expositiva, reserva técnica para a guarda do acervo de documentos, salas de pesquisa e tratamento técnico e um miniauditório para projeções, além de um serviço de café. |
| Responsável: | Não identificado |
| Fontes: | http://www.itauunibanco.com.br/relatoriodesustentabilidade/2009/ra/08.htm |
| Pesquisa realizada em: | Novembro de 2011 |

| | |
|-------------------------------|--|
| Empresa: | Centro de Documentação e Memória Camargo Corrêa |
| Estado: | São Paulo |
| Localização: | São Paulo |
| Ano de criação: | 2004 |
| Acervo: | Sim |
| Tipos de acervo: | Não identificado |
| Responsável: | Historiador Renato de Oliveira Diniz |
| Fontes: | http://leiturasdahistoria.uol.com.br/ESLH/Edicoes/42/artigo224797-1.asp e http://www.camargocorrea.com.br/pdf/cc_ra2005port.pdf e www.camargocorrea.com.br/jk/ |
| Pesquisa realizada em: | Novembro de 2011 |

ANEXO A – Ganhadores do Prêmio ABERJE

| Ano | Vencedor região (estipulada pela Aberje) | Vencedor Brasil | Categoria | Trabalho | Agência | Empresa |
|------|--|-----------------|---------------------|--|--|--|
| 2000 | São Paulo | SIM | Memória Empresarial | GM Faz História - Exposição do Acervo Histórico | Tempo e Memória | General Motors do Brasil |
| 2000 | COL | | Memória Empresarial | Centro de Documentação e Memória e Exposição Museológica | Memória e Identidade | Chocolates Garoto |
| 2000 | MG | | Memória Empresarial | Exposição Belo Horizonte - A capital do século | | BH Trans |
| 2000 | NE | | Memória Empresarial | | | Petrobras RLAM |
| 2000 | SUL | | Memória Empresarial | Itaipu à Luz | | Itaipu Binacional |
| 2001 | RJ | | Memória Empresarial | Vale Memória | Museu da Pessoa | Vale do Rio Doce - Companhia Vale do Rio Doce |
| 2001 | MG | SIM | Memória Empresarial | Mirante do Frazão nas minas de Timbopeba | Máximo Conselheiro | Vale do Rio Doce - Companhia Vale do Rio Doce |
| 2001 | COL | SIM | Memória Empresarial | Casa da Memória | Memória e Identidade | MRN - Mineiraçõ Rio do Norte |
| 2001 | SP | | Memória Empresarial | Havaina as legítimas | | São Paulo Alpargatas |
| 2001 | SUL | | Memória Empresarial | 50 anos - 50 anos Consul | | Multibrás |
| 2002 | MG | | Memória Empresarial | Projeto Memória Local | Museu da Pessoa/ Instituto Avisa Lá | CTBC Telecom - Companhia de Telecomunicações do Brasil Central |
| 2002 | COL | SIM | Memória Empresarial | Exposição itinerante - Terra e Alimento | | Embrapa - Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária |

| Ano | Vencedor região (estipulada pela Aberje) | Vencedor Brasil | Categoria | Trabalho | Agência | Empresa |
|------------|---|------------------------|--|--|--|---|
| 2002 | MG | | Memória Empresarial | 15 anos - 15 Anos de Açominas | DNA Propaganda | Açominas - Aços Minas Gerais S.A. |
| 2002 | RJ | | Memória Empresarial | Energia elétrica no Brasil: breve histórico | | Centro de Memória da Eletricidade no Brasil |
| 2002 | SP | | Memória Empresarial | Valores Humanísticos - a história do Hospital Samaritano | Prêmio Editorial | Hospital Samaritano |
| 2002 | SUL | | Memória Empresarial | Centro de Documentação e Informação Gerdau | 02 Memória e Comunicação | Gerdau |
| 2002 | SUL | | Memória Empresarial | Livros dos Causos de Itaipu | | Itaipu Binacional |
| 2003 | RJ | | Responsabilidade Histórica e Memória Empresarial | BNDES - 50 Anos de desenvolvimento | DBA Editora / DPZ / Museu da Pessoa / LC Barreto Produções / Tabanet | BNDES |
| 2003 | COL | SIM | Responsabilidade Histórica e Memória Empresarial | Histórias e percursos - O departamento nacional do Senai | Paulo Miceli / Informart Arte 7 Design / Gráfica Ipiranga | Senai - Departamento Nacional |
| 2003 | MG | | Responsabilidade Histórica e Memória Empresarial | Alexandrino Garcia - Perfil de um pioneiro | Museu da Pessoa | CTBC |
| 2003 | NE | | Responsabilidade Histórica e Memória Empresarial | Livro dos 25 anos | Oficina da Notícia | Unimed Natal |
| 2003 | SP | | Responsabilidade Histórica e Memória Empresarial | CPFL 90 Anos de Tradição | Alter Marketing / De Brito Produçone | CPFL Energia |
| 2003 | SUL | | Responsabilidade Histórica e Memória Empresarial | Essência dos sonhos | A Design | O Boticário |

| Ano | Vencedor região (estipulada pela Aberje) | Vencedor Brasil | Categoria | Trabalho | Agência | Empresa |
|------------|---|------------------------|--|--|--|---|
| 2004 | RJ 64 | | Responsabilidade Histórica e Memória Empresarial | 100 anos - Souza Cruz 100 anos | | Souza Cruz |
| 2004 | MG 65 | SIM | Responsabilidade Histórica e Memória Empresarial | Livro O Vale do Rio Doce | | Vale do Rio Doce - Companhia Vale do Rio Doce |
| 2004 | SP 148 | | Responsabilidade Histórica e Memória Empresarial | 80 anos - Votorantin 80 Anos | Museu da Pessoa / FMF Comunicação | Votorantin |
| 2005 | MG 27 | | Responsabilidade Histórica e Memória Empresarial | Programa Monumentos | Mínimo 2 Comunicação | Novelis do Brasil |
| 2005 | COL 28 | SIM | Responsabilidade Histórica e Memória Empresarial | Tells its Story From the Beginning | Studio Ronaldo Barbosa Consultoria e Design / Memória e Identidade | Mineração Rio do Norte |
| 2005 | NE 56 | | Responsabilidade Histórica e Memória Empresarial | Águas do passado para o futuro | Estudios Mega | Companhia Hidro Elétrica do São Francisco - CHESF |
| 2005 | RJ 89 | | Responsabilidade Histórica e Memória Empresarial | Memória Petrobras 50 Anos | Invision Comunicação Interativa | Petrobras |
| 2005 | SP 07 | | Responsabilidade Histórica e Memória Empresarial | Cultura Preservacionista | | Bunge |
| 2006 | SP 252 | SIM | Responsabilidade Histórica e Memória Empresarial | Projeto Memória Votorantim "Rumo aos 100 anos" | Instituto Museu da Pessoa / Olhar Cidadão | Grupo Votorantim |

| Ano | Vencedor região (estipulada pela Aberje) | Vencedor Brasil | Categoria | Trabalho | Agência | Empresa |
|------------|---|------------------------|--|---|---|----------------------------|
| 2006 | MG 10 | | Responsabilidade Histórica e Memória Empresarial | Memória Belgo | BH Press Comunicação / Panorama Soluções Visuais | Belgo Siderurgia |
| 2006 | RJ 66 | | Responsabilidade Histórica e Memória Empresarial | O Centenário da Light | | Light |
| 2007 | SUL 39 | | Responsabilidade Histórica e Memória Empresarial | Memória Ipiranga | Memória e Identidade | Ipiranga |
| 2007 | M CO 42 | SIM | Responsabilidade Histórica e Memória Empresarial | Trem da Vale | Santa Rosa Bureau Cultural / Panda / MPM Propaganda | Companhia Vale do Rio Doce |
| 2008 | SS 77 | SIM | Responsabilidade Histórica e Memória Empresarial | Centro de Memória BOSCH - um case de responsabilidade Histórica | Tempo & Memória Pesquisa Histórica | Bosch |
| 2008 | ES-RJ 99 | SIM | Responsabilidade Histórica e Memória Empresarial | Centro de Memória Águia Branca | Studio RBS | Grupo Águia Branca |
| 2008 | NN 04 | | Responsabilidade Histórica e Memória Empresarial | Vicunha 40 anos | Não informado | Vicunha |
| 2009 | SP 73 | | Responsabilidade Histórica e Memória Empresarial | Toyota 50 anos de Brasil - Ampliando Horizontes | Memória e Identidade | Toyota do Brasil |
| 2009 | M CO 17 | SIM | Responsabilidade Histórica e Memória Empresarial | Vale Registrar | Bureau Santa Rosa | Vale |

| Ano | Vencedor região (estipulada pela Aberje) | Vencedor Brasil | Categoria | Trabalho | Agência | Empresa |
|------------|---|------------------------|--|---|--|---------------------|
| 2009 | NN 05 | | Responsabilidade Histórica e Memória Empresarial | Caminhos do Transporte no Ceará - Nas Rodas do Tempo | AD2M Engenharia de Comunicação | Cepimar |
| 2010 | SP 38 | | Responsabilidade Histórica e Memória Empresarial | Espaço Votorantim - Projeto Memória Votorantim | | Votorantim |
| 2010 | M CO 10 | SIM | Responsabilidade Histórica e Memória Empresarial | Exposição Tão longe, tão perto | Artevento / Burson-Marsteller / Expomus / Objeto Sim / Sofia Carolhosa / Young & Rubican | Fundação Telefônica |
| 2010 | SP 113 | | Responsabilidade Histórica e Memória Empresarial | O papel da memória empresarial na fusão Itaú Unibanco | La Casa Comunicação / Temas Comunicação | Itaú Unibanco |
| 2010 | SP 57 | SIM | Responsabilidade Histórica e Memória Empresarial | Refinaria Henrique Lage: Uma travessia de 30 anos | | Petrobras |
| 2010 | SUL 19 | | Responsabilidade Histórica e Memória Empresarial | 65 anos da FIEP | | FIEP |

ANEXO B – Radar Memória 60 anos Curt Johannpeter (2006)

MEMÓRIA GERDAU

GERDAU
COMUNICAÇÃO EM MOVIMENTO

1946

1946. Um ano para ficar na história da Gerdau.

Há 60 anos, quando Curt Johannpeter assumiu a direção da empresa, a história do Grupo Gerdau começou a tomar novos rumos. Dois anos após a sua entrada, com a aquisição da Siderúrgica Riograndense, o Grupo iniciou sua bem-sucedida trajetória na siderurgia. O Seu Curt (como era chamado) implantou valores cultivados em família, tornando o respeito a base da relação da Gerdau com colaboradores, clientes, acionistas e comunidade. Com isso, mostrou que a consideração às pessoas é um dos fatores essenciais para o sucesso de uma organização. O seu modelo de gestão foi o fator decisivo de modernização e um impulso profissional para a Gerdau. É por isso que 1946 foi marco de um novo e audacioso caminho para a empresa.

Para saber mais sobre a história do Grupo, acesse "A Gerdau" na Gerdau Net. Você também pode ajudar a escrever esta trajetória enviando depoimentos, objetos e documentos históricos para o Memória Gerdau. Contato: memoria@gerdau.com.br - Ramal: 2223.