

AVISO AO USUÁRIO

A digitalização e submissão deste trabalho monográfico ao *DUCERE: Repositório Institucional da Universidade Federal de Uberlândia* foi realizada no âmbito do Projeto *Historiografia e pesquisa discente: as monografias dos graduandos em História da UFU*, referente ao EDITAL N^o 001/2016 PROGRAD/DIREN/UFU (<https://monografiashistoriaufu.wordpress.com>).

O projeto visa à digitalização, catalogação e disponibilização online das monografias dos discentes do Curso de História da UFU que fazem parte do acervo do Centro de Documentação e Pesquisa em História do Instituto de História da Universidade Federal de Uberlândia (CDHIS/INHIS/UFU).

O conteúdo das obras é de responsabilidade exclusiva dos seus autores, a quem pertencem os direitos autorais. Reserva-se ao autor (ou detentor dos direitos), a prerrogativa de solicitar, a qualquer tempo, a retirada de seu trabalho monográfico do *DUCERE: Repositório Institucional da Universidade Federal de Uberlândia*. Para tanto, o autor deverá entrar em contato com o responsável pelo repositório através do e-mail recursoscontínuos@dirbi.ufu.br.

UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA
INSTITUTO DE HISTÓRIA

**HISTÓRIA E MEMÓRIA EMPRESARIAL:
POSSIBILIDADES E LIMITES**

ALANA MARIA DE SOUZA
UBERLÂNDIA
2010

ALANA MARIA DE SOUZA

**HISTÓRIA E MEMÓRIA EMPRESARIAL:
POSSIBILIDADES E LIMITES**

Monografia apresentada ao Curso de Graduação e História, do Instituto de História da Universidade Federal de Uberlândia, como exigência parcial para obtenção do título de Bacharel em História, sob orientação do Prof. Dr. Antônio de Almeida.

Uberlândia. Janeiro de 2010.

ALANA MARIA DE SOUZA

**HISTÓRIA E MEMÓRIA EMPRESARIAL:
POSSIBILIDADES E LIMITES**

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. Antônio de Almeida

Profa.Dra Cristina da Silva Roquette Lopreato

Prof. Ms. Roseli Rodrigues Almeida

SOUZA, Alana Maria de, 1983.

História e Memória Empresarial: Possibilidades e Limites. Alana Maria de Souza – Uberlândia 2010. 50 folhas

Orientador: Antônio de Almeida

Monografia (Bacharelado) Universidade Federal de Uberlândia, Curso de graduação em História. Orientador: Antônio de Almeida

1. Palavras Chaves: História, Memória, Memória Empresarial.

A Deus,
A minha família, amigos,
E a todos aqueles que amam a História.

Agradecimentos

À Deus e toda sua energia que nos mantém vivos diariamente,

A minha mãe, pai, irmã, Leandro e amigos que sabem como foi difícil a conclusão deste trabalho, diante de tantas situações. A paciência que sempre tiveram diante desta, e no auxílio, na cobrança para concluir mais esta etapa,

Aos professores, doutores ou não em título, mas doutores na arte de ensinar o amor a História, em especial ao Prof. Antônio,

À Christina e Roseli, que prontamente aceitaram a participação na mesma,

Ao João, secretário de curso, paciente com todas as minhas pendências,

Ao Celso, que me ensinou mais ainda a ver o passado com os melhores olhos, os da experiência,

Para quem esperava que ela, a monografia, não sairia, ela saiu. E este não é o fim da História.

“Com a memória na cabeça, é preciso contar a história”.

Paulo Nassar

“Nossa memória é nossa consciência, nossa razão, nossas ação, nosso sentimento. Sem ela, somos nada”.

Luiz Buñel

“O que seria do homem sem a história?”

Desconhecido

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	p.10
2Capítulo 1 - EMPRESA-INDIVÍDUO-HISTÓRIA: UMA RELAÇÃO DE INTERDEPENDÊNCIA.....	p.21
3 Capitulo 2 - O PAPEL DA MEMÓRIA NA AÇÃO EMPRESARIAL.....	p.28
4 CONSIDERAÇÕES FINAIS	p.46

RESUMO

Memória ou história de instituições é um conceito novo para muitos historiadores, que consideram que esta pode ser uma parte da história da direita, ou história da exploração da mão de obra. Entretanto, vale ressaltar que qualquer forma de convívio social interfere na vida de cada ser, que por sua vez, interfere na sociedade. Parece óbvio, mas estas relações são fundamentais para compreender que a comunidade de uma empresa ou instituição tem também suas histórias e memórias, que interferem no modo de vida particular e se repassam à sociedade em geral. Falar da memória de uma instituição é assim, falar da memória de uma sociedade. Uma sociedade, com o conceito de indivíduos que vivem em certa faixa etária, em um determinado tempo e espaço, mantendo hábitos comuns e que são unidos pelo sentimento de grupo, um meio humano onde o indivíduo se encontra integrado, como é descrito por vários teóricos.

É uma tentativa de encontrar respostas de porque a pesquisa deste assunto não caminha na História, como área de conhecimento, que pode ser resultado talvez, da falta de interesse por este tema pelos historiadores, e ainda que ele vem perdendo este espaço para demais áreas de conhecimento, principalmente relacionadas a Administração e a Comunicação. É uma forma de dizer ao historiador que em tempos de crise, há novas possibilidades de pesquisas e mais ainda, um novo local onde pode obter mais informações e estes locais, por sua vez, são grandes fontes de pesquisas para diversas áreas de conhecimento.

INTRODUÇÃO

O presente trabalho trata de Memória empresarial, um tema considerado recente nas pesquisas de graduação em História, mas que vem sendo trabalhado com mais frequência em outras áreas de conhecimento.

No que tange às contribuições sociais aos trabalhos acadêmicos, é bastante controvertido o terreno no qual poderia estar situada, vista como uma suposta história de direita, pois trata como história daqueles que detém poder e que podem influenciar os resultados de alguns escritos; por isso, esse tipo de análise é descrito, por alguns, desta maneira, mas é simplesmente resultado de reduzidas análises ou pesquisas, já que são inúmeras as possibilidades de pesquisa. Atualmente, muitas pesquisas sobre a sociedade e meios de produção e capitalismo são produzidas, porém poucas saem das universidades, ou quando saem, em quantidade mínima para a sociedade. Por isso mesmo, esta ocorrência neste trabalho, mesmo que pequena, deve ser considerada, retirando daí alguns pontos positivos, uma vez que resgatando a memória de uma empresa, também trará a tona a memória as pessoas, o que de fato pode aproximar a História e a sociedade.

A pesquisa com memória empresarial está muito associada à história oral, pois esta se tornou uma das principais formas de fontes como suporte para investigação em empresas. Nesse âmbito, os documentos impressos e demais peças museológicas são descartadas diariamente, seja por falta de conhecimento, por incorporação das idéias de qualidade total ou de reestruturação cultural, ou simplesmente pelas decisões dos responsáveis em jogar fora aquilo que não compreendem ou julgam desnecessário. Geralmente prevalece nas empresas a tese de que as mesmas devem guardar o menos possível, cedendo a maior parte dos espaços ao confinamento das pessoas para produção de conhecimento ou de produtos. Por isso, os espaços que antes eram destinados a arquivos e bibliotecas tendem a ser transformados em espaço mais produtivos. São poucas as instituições privadas que não aplicam estas teorias citadas, em quantidade menor ainda as que buscam auxílio em empresas especializadas em organização de documentos.

Em pesquisa para conclusão de curso nas ciências da comunicação, Tânia Pereira, sob a orientação de Paulo Nassar, descreve bem o que acontece na sua área de conhecimento, mas

que também coincide com os acontecimentos e com a realidade da História e do historiador.

A autora afirma:

A base deste resgate do que se convencionou chamar de memória institucional ou empresarial, recuperada principalmente por meio de depoimento orais, dentre as muitas outras ferramentas disponíveis. As empresas estão percebendo que as lembranças de seus integrantes e objetos que aparentam ser de nenhuma utilidade, como móveis, máquinas e documentos antigos, fotos amareladas, materiais audiovisuais de baixa qualidade são, na verdade, um acervo riquíssimo. E todo este material, uma vez preservado, interpretado e utilizado de maneira correta, se transforma em um valioso instrumento de comunicação e de relacionamento, além de poder ser considerado uma ferramenta de gestão do conhecimento. Além disso, reforça o chamado sentimento de pertencimento dos colaboradores, pois a história de uma empresa é formada também pela soma das histórias individuais de cada pessoa que se relacionou com a organização. Infelizmente, no Brasil, ainda são poucas as empresas que investem efetivamente no resgate profissional de sua memória. Não há no país uma cultura arraigada de valorização da história e, também por isso, a área de memória empresarial sofre com o desprestígio e desconhecimento.¹

O interesse maior em tratar tal assunto é mostrar que existem mais possibilidades para historiadores trabalharem, e ainda, resgatar um trabalho que está sendo feito por diferentes áreas de conhecimento. Mostrar para o historiador, que mesmo se envolvendo com a instituição, seu compromisso com a história permanece.

Este trabalho é fruto de uma experiência desta pesquisadora, ao lidar cinco anos com tal tema e presenciar os pontos negativos e positivos desta prática. É inevitável citar que as empresas buscam retorno financeiro em algumas destas práticas, para que sua história seja seu diferencial no mercado competitivo. Mas, também, as mesmas empresas ao avaliarem as informações e documentos obtidos em pesquisas, em entrevistas com antigos funcionários, em campanhas publicitárias, em antigas estratégias, em máquinas de produção hoje obsoletas, mas que mostram a evolução dos modos de produção, dentre tantos outros objetos e documentos, encontram, mesmo depois de algum tempo de início dos projetos, a riqueza das informações obtidas, as inúmeras possibilidades que podem ser vivenciadas com a análise de seu próprio passado.

¹ PEREIRA, Tânia Oliveira. *A Responsabilidade Histórica e a Memória Institucional no Fortalecimento da Reputação Corporativa: Caso Odebrecht*. Monografia Tânia Oliveira Pereira – São Paulo, 2007. pg 28

Podemos citar, vários exemplos de empresas e programas estabelecidos que buscam continuamente essas referências através de seus projetos de história empresarial: Memória dos Trabalhadores da Petrobrás, Vale Memória, Centro de Memória Bunge, Memória Empresarial da Belgo-Mineira, Núcleo da Cultura Odebrecht, Centro de Documentação e Memória Multibrás, Memória Votorantim, Espaço Memória do Grupo Pão de Açúcar e Centro de Documentação e Memória *Corn Products*, etc. Todas essas empresas já perceberam que resgatar a memória, muito mais do que uma celebração do passado, é uma importante ferramenta de preservação da identidade corporativa, bem como um grande diferencial de mercado, uma vez que não são todas as empresas que têm uma interessante história para contar.

O que realmente falta neste contexto é a participação do historiador, como orientador e investigador destes documentos e fatos. E confirmamos que o historiador é desconsiderado neste mercado, e seu espaço, quando se trata de memória empresarial, é substituído por profissionais da comunicação, jornalismo, administração, principalmente porque as empresas, sem interesse para desenvolver projetos históricos, buscando em grande parte, informações somente em eventos comemorativos como aniversários em décadas (30 anos, 50 anos etc), quando algum funcionário está se aposentando ou deixando a empresa, ou ainda como estratégia de marketing, com foco em responsabilidade histórica, um conceito que vem ganhando espaço nos últimos anos. Existem ainda, alguns casos que só descobrem tais informações e documentos quando solicitam a limpeza total de uma de suas salas ou quando solicitam a organização de alguns documentos e com isso, encontram documentos históricos, partindo daí este novo trabalho de organização e valorização de seu passado.

Resta-nos, para tal momento, avaliar o porquê da ausência dos historiadores nestas crescentes pesquisas: a principal causa seria o desinteresse dos próprios historiadores, os quais, por algum motivo particular ou profissional não buscam tal ramo? Ou, falta conhecimento sobre estas pesquisas que vem sendo realizadas no país e não há espaço para entrada dos historiadores neste mercado? Quanto ao fato das empresas não buscarem os historiadores para tal trabalho também cabe indagações: faltam historiadores com este perfil, ou, por falta de informação, as empresas buscam profissionais de outras áreas de conhecimento? Quando o assunto é a falta de profissionais com o foco, notamos que é algo compreensível, já que existem poucas pesquisas ou trabalhos sobre este assunto, tanto na História (como ciência) e nas demais áreas. Quanto à falta de conhecimento da empresa, o que geralmente ocorre é a desinformação sobre a existência de outras empresas que dão

consultoria sobre memória empresarial, focadas em resgatar, organizar e apresentar para todos este trabalho histórico. Avaliam que podem atribuir estas mesmas atividades a profissionais que já estão em outras funções dentro da própria empresa, o que ainda dará lucro, já que não necessita de outra contratação, aí juntam algum profissional de comunicação com profissionais de arquivo, que cuidam da maneira de guardar os documentos, mas não vêem, com os olhos de um historiador, a riqueza de informações que podem ser obtidas através das pesquisas com tais documentos, que também, mesmo para demais áreas, podem ser grandes fontes de informação e conhecimento.

O que causa mais incerteza é a possibilidade de falta de interesse do próprio historiador ou da História, como teoria, em trabalhar com tal tema. A disciplina, mesmo sendo iniciada com focos administrativos, fiscais ou financeiros, de História Empresarial, se incluída na grade de um curso de graduação, orientaria o historiador a pesquisar sobre instituições, sobre como fazer de tais documentos uma “mina de ouro”, com novas fontes de pesquisas.

Mesmo se considerarmos que esta ainda é uma idéia relativamente nova, ou recentemente posta em prática, nota-se que na historiografia há poucas referências sobre como fazer estas pesquisas, como orientar o historiador, e principalmente como orientar a empresa.

Começaram a surgir, em no máximo 10 anos, empresas, principalmente na capital São Paulo, com este foco. Iniciaram reuniões em grupos para discutir e trabalhar mais sobre o tema, pois perceberam a importância da memória nas relações humanas como um todo. Isso pode parecer aparentemente óbvio para um historiador, que há muito estuda seus temas com suporte de variadas teorias, que são recorrentemente repensadas e re-analisadas. Entretanto, com essa crescente busca pelas empresas desta área, outras áreas do conhecimento tiveram mais proveito desse tema. Também é evidente que sempre houve pesquisas sobre relações de trabalho dentro de instituições, sobre vivências dentro de ambiente de trabalho, como uma empresa ou instituição contribui para determinado ocorrido, entretanto, a empresa raras vezes é a fonte de pesquisa, como um local que provém materiais para demais pesquisas.

Percebemos que as idéias iniciais das pesquisas nas empresas tinham como foco a guarda de arquivos, de uma necessidade contábil, fiscal ou administrativa, mas com o passar do tempo as instituições perceberam que estes materiais podem ter uso em diversas situações e com diferentes fins.

É neste contexto que a importância da memória é afirmada e torna-se uma das justificativas, como será citada.

O papel do historiador, diante de tudo isso, é o mesmo que deve proceder em qualquer outro objeto de pesquisa. Mas ressaltamos que conforme cita Bloch, as funções do historiador permanecem as mesmas: a de pesquisar e coletar informações sejam elas a favor ou contra a empresa, já que o que ele busca é uma pesquisa do passado, e um fato passado não poderá, por mais que alguém, ou a própria instituição queira, ser apagado ou negado. Está registrado na memória de quem viveu, e mesmo que ele negue em algum momento, sua consciência não negará, e mesmo assim, ainda pode estar documentado em diversas vias. E, além disso, uma das principais funções que o historiador deve desempenhar é a de valorizar a história, e como cita o descrito autor, saber falar aqueles que são mais humildes aos mais cultos, à toda a sociedade, independente de seu grau de conhecimento ou instrução.

A presente pesquisa, embora sucinta, foi realizada ao longo dos últimos anos de trabalho na área, com esta pesquisadora vivenciando esta experiência, colocada em prática em instituições, e participando em grupos de discussões sobre o assunto. Foi comprovada a reduzida quantidade de fontes, não descrevendo estudos de casos e/ou casos específicos, mas sobre como tratar este tema de forma historiográfica, sobre como conduzir a pesquisa e a escrita. O que foi encontrado, em boa quantidade, foram artigos de profissionais de comunicação, que abraçaram o tema, algumas dissertações de graduação e mestrado, e poucos livros, também na área de comunicação e administração.

Fato de extrema importância a ser citado é que tais artigos têm sempre base uns nos outros, os mais antigos são citados nos mais recentes, praticamente presentes por completo em tais obras. O que leva a crer que as referências são as mesmas, algumas pequenas inovações em pesquisas, buscando fontes em outras áreas, mas sempre com as mesmas referências, já que o tema é pouco pesquisado. Um autor que pesquisa o tema com afinco e defendeu sua tese de doutorado sobre a responsabilidade histórica das empresas, Paulo Nassar, vem de graduação em Jornalismo, e hoje orienta pesquisas nos diversos campos da Comunicação. E é nesta área, mais do que nos documentos de Graduação em Administração, que encontramos muitos textos, pois a atividade de resgate dentro de uma empresa, quando ocorre, parte de algum profissional desta área ou de uma necessidade criada pela empresa dentro de outras, por exemplo em setores de recursos humanos. Entretanto, grande parte das obras trabalhadas e pesquisadas não incorpora praticamente nenhuma idéia nova; elas repetem, por vezes de

forma ingênua, as primeiras pesquisas na área tendo por consequência redundância das informações anteriormente trabalhadas.

Embora o uso das mesmas fontes, talvez, não seja percebido porque aqueles que as utilizam, fazem apenas parcialmente, entretanto, para uma pesquisa mais aprofundada do assunto é nítida a pobreza de informações, o que se agrava ainda mais com a ausência de informações na historiografia. Contudo, não queremos ser apenas repetidores de informações, somente para engordar qualquer texto que será produzido. Este é um assunto para os responsáveis pelas discussões sobre novos temas

Mas o que causa mais questionamentos é saber que somente uma fonte cita o nome História das empresas ou instituições, onde o tema é tratado muito superficialmente.

Por isso, este trabalho tenta acima de tudo, encontrar um novo foco de trabalho para os historiadores, uma nova forma e novo tema para pesquisa em História, entretanto, sem desconsiderar a importância dos inúmeros trabalhos já pesquisados. E ainda, talvez de forma utópica, apresentar as empresas e instituições que sua história tem grande valor, não somente para estas, mas principalmente para as pessoas. Mostrar para tais pessoas que a História está presente nas simples ações do cotidiano, através da memória, através de atitudes influenciadas pelo saber adquirido com os anos e não distante como muitas vezes pode ser apresentada. Que a História é constituída por razão e sentimentos humanos, que ambos vivem uma relação única, de interdependência, de troca: o homem nada é sem a sua história e a história nada seria sem a humanidade.

Dentre tantos objetos de pesquisas na contemporaneidade, o papel do historiador permanece o mesmo. Apesar das adversidades, sua forma de pensar e pesquisar ainda continua sendo descrita de forma semelhante aos clássicos da historiografia, com pequenas adaptações a seu tempo. Como ressalta Le Goff, a história não é um romance e o historiador deve trabalhar para justificar a sua escrita que pode, simultaneamente, remeter ao concreto e abstrato.

Na obra de Le Goff, *História e Memória*, há um trecho em que ele cita outro autor, que escreveu por volta de 1300, período considerado como dos primórdios da historiografia, e este trecho, cabe aqui para justificar esta nobreza da história e também sobre como o historiador deve e pode agir. O autor é Ibn Khaldun, do qual não tivemos acesso as fontes originais.

A história é uma ciência nobre. Apresenta muitos aspectos úteis. Propõe-se a atingir um fim nobre. Faz-nos conhecer as condições específicas das nações antigas, que se traduzem em seu caráter nacional. Transmite-nos a biografia de profetas, a crônica dos reis, suas dinastias políticas. Assim, quem quiser pode obter bons resultados por meio de imitação dos modelos históricos, religiosos ou profanos. Para escrever obras históricas é preciso dispor de numerosas fontes e variados conhecimentos. É também preciso um espírito reflexivo e profundo: para permitir ao investigador atingir a verdade e defender-se do erro.²

Em referência a memória empresarial há que se considerar a prática da pesquisa e a teoria, pois ambas tem suas relações de dependência, assim como sujeito e objeto. Não negamos as inúmeras possibilidades de aprendizagem e conhecimento adquiridas através dos documentos, mas também concluímos que eles não falam por si só, são necessárias as devidas utilizações e a partir deles os questionamentos corretos. É aí que descrevemos uma das principais atividades desenvolvidas pelo historiador, no seu papel de interlocutor e investigador, capaz de dialogar com diferentes fontes diretamente, contribuindo para a melhor atribuição dos significados do passado e, ainda mais, a importância da História, como nos ressalta Marc Bloch.

Dentre tantos historiadores e suas diferentes teses sobre conceitos de História, Walter Benjamin já ressaltava a necessidade do historiador estabelecer um diálogo entre o passado e o presente, sem ser sentimentalmente abalado por diferentes fatos deste passado. Segundo Benjamin, a tarefa do historiador não deve pretender dar uma descrição do passado com ele devidamente ocorreu, mas deve fazer com que surjam as diferentes interpretações, o “não” dito que demonstra interferência na interpretação, e ainda, cabendo ao presente rogar por um futuro diferente, resgatando seu passado.

O historiador materialista não pode assim, se contentar em colecionar os fatos do passado, devendo também ser fiel a sua história presente, porque é apenas através dela que o passado poderá talvez, algum dia, alcançar sua libertação (...). O historiador materialista não pretende dar uma descrição do passado tal como ele ocorreu de fato, pretende fazer emergir as esperanças não realizadas desse passado, inscrever em nosso presente seu apelo para um futuro diferente.³

² LE GOFF, Jacques. *História e Memória*. Campinas. Editora Unicamp, 2005 pg 81. ípum Ibn Khaldun, *al-Muqaddima*, Introdução.

³BENJAMIM, Walter. *Os cacos da história*. Brasiliense, São Paulo, 1982.pg 29.

Deste modo de analisar, o ofício do historiador não consiste somente na libertação dos sujeitos do passado, mas também promover a libertação dos vencidos de hoje. Isto porque *“articular o passado historicamente não significa conhecê-lo como tal, como ele propriamente foi. Significa apoderar-se de uma lembrança de forma como ela cintila num instante de perigo.”*⁴

Outra autora que também cita a necessidade do historiador analisar a história como um processo dialético, e também o caráter ativo do mesmo enquanto sujeito histórico e agente social transformador é Déa Fenelón. Para ela, a história não é atemporal, ao contrário *“a história é um objeto de uma construção cujo lugar não é o tempo homogêneo e vazio, mas um tempo saturado de agoras, portanto, precisamos aprofundar um conceito sobre este presente agora, pois é com ele que vamos preencher o tempo histórico.”*⁵No entanto, para que seja feito deste modo será necessário que o presente também seja revisitado em pleno conceito e que seja promovido uma reformulação de seus conceitos. A historiadora afirma:

Há que se estabelecer um diálogo sadio e natural de posições, o debate no sentido de troca de experiências e não no sentido de reafirmação ou desqualificação do outro. Isto porque são importantes as diversidades, as diferenças, as mudanças e as permanências, reconhecendo que ninguém tem monopólio do caminho a percorrer para construir a transformação que queremos ver realizada, ou seja, a construção democrática do socialismo.⁶

Isto posto, confirmamos que não há teorias absolutas, prontas ou acabadas, pois em contato com a prática elas sofrem mudanças e transformações, sem contar que nesse processo, outras novas teorias adentram constantemente em cena. Retomemos, portanto ao compromisso de construir um presente e assim ser capaz de analisar o tempo, não como marcos já traçados, mas buscando novas maneiras de trabalhar novos objetos. Nossa tarefa como historiadores, como citado por Fontana, é de fazer este exercício de interlocução, a partir das fontes, entre a teoria e a prática, sujeito e objeto, passado e presente.

Outro autor que também faz referências a estas questões de relação passado presente, associadas ao historiador é Michel Foucault, que escreve um título sobre a história tida como

⁴ ibid, pg 30.

⁵ FENELON, Déa. *O historiador e a cultura popular*. História & Perspectiva. Jul/Dez 2000 n° 6. Uberlândia. Edufu, 2000.pg 45.

⁶ Idem. Pg 46.

dos vencidos, em que as relações de poder travadas entre os indivíduos são evidenciadas; em outro título, *A arqueologia do Saber*, dedica-se a questão metodológica científica de análise da História. Ele assim analisa a relação do historiador com diferentes documentos:

A história mudou sua posição acerca do documento: ela considera como sua tarefa primordial, não interpretá-lo, não determinar se diz a verdade nem qual é seu valor expressivo, mas sim trabalhá-lo, no interior e elaborá-lo: ele organiza, recorta, distribui, ordena e reparte em níveis, estabelece séries, distingue o que é pertinente e o que não é. Identifica elementos, define unidades, descreve relações. O documento, pois, não é mais, para a história, essa matéria inerte através da qual ele tenta reconstruir o que os homens fizeram ou disseram, o que é passado e o que deixa apenas rastros, ela procura definir, no próprio tecido documental, unidades, conjuntos, séries, relações.⁷

O historiador, diante da atualidade, se vê inserido em um ambiente totalmente mutável, com inúmeras novas possibilidades e objetos de pesquisa. Em grande parte voltado para o dito “mercado”, inicia pesquisa voltadas para empresas, relações de trabalho e consumo, o que é justificado pela forma de fazer história com os olhos no presente e na interdisciplinaridade, como afirma Eni Samara:

Reconhece-se, agora, que o ‘como fazer historia’ é também produto de uma época determinada, de uma situação histórica peculiar (...). Tratava-se de lidar com o relativo: o resgate do homem e da sociedade no tempo pela reconstituição narrativa dos acontecimentos. Se outras áreas do conhecimento tinham o mesmo objeto de estudo, porque, então não ampliar as fronteiras de estudo? Daí a valorização a interdisciplinaridade e ao recurso aos métodos e técnicas de outras áreas que melhor permitam a apreensão do passado.⁸

Não que necessariamente as demais áreas captam com melhor maneira, mas sim que facilitem na apreensão do conhecimento. Essas mudanças ocorridas às vistas do historiador em contato com diversas fontes históricas podem ser mais bem interpretadas quando em busca a um acervo ou documento, ele tem detalhes sobre como o arquivo foi encontrado e ou produzido, seus detalhes e minúcias.

Embora faça aqui referências as atividades comuns ou como um determinado historiador deva agir e trabalhar com diferentes temas, percebemos que há muitas orientações

⁷ FOUCAULT, Michel. *Arqueologia do saber*. Tradução de Luiz Felipe Baeta Neves. 7 ed. Rio de Janeiro. Forense Universitária, 2004. pg 102.

⁸ SAMARA, Eni de Mesquita. *Historia e documento: metodologia de pesquisa*. Belo Horizonte. Ed Autêntica. 2007. pg 17

sobre como trabalhar com diferentes objetos ou ainda com diferentes formas de pesquisas. Já há autores renomados que descrevem como escrever a história da sociedade, como descrever a história de um grupo específico marginalizado, com questões de gênero, etnia etc. Mas e com as empresas? Como proceder sem a intenção de levantar nenhuma bandeira, mas sim de tentar entender esse tipo de realidade?

Um fator instigante é discutir os fatos e os personagens que são esquecidos no âmbito da memória empresarial. Para alguns pesquisadores, em toda a sociedade a abrangência desse passado social formalizado depende naturalmente das circunstâncias em que ocorre. No contexto das empresas, essas circunstâncias estão claramente ligadas a modelos de produção, tirania ou democracia interna, visão de relacionamentos públicos, entre outros fatores. A metodologia da história oral defendida por Thompson aponta para um caminho em que a construção da memória empresarial pode ser mais democrática, na medida em que possibilita, pela voz de inúmeros narradores, muitas versões da história de uma organização e de seus integrantes, não permitindo o desaparecimento destes personagens históricos.

Este trabalho foi desenvolvido com bases em fontes já conhecidas em grande parte por muitos historiadores, embora muitos destes não se aventuraram a aprofundar discussões sobre essas instituições. Porque um historiador não adentraria a tal tema, mediante tanta modernidade e a tantas novas concepções surgindo?

Não seria, também, essa falta de conhecimento ou de interesse algo que impossibilita um melhor conhecimento dessa faceta da realidade? Nesta pesquisa não se tem a pretensão de oferecer uma resposta para questão de tamanha envergadura, embora seja um esforço no sentido de deixar alguma forma de contribuição. Para isso, várias dificuldades foram enfrentadas, dentre elas a falta de materiais que possibilitassem um maior aprofundamento da pesquisa historiográfica. A quantidade de registros é muito reduzida e foi bastante desestimulante dar prosseguimento à pesquisa nos primeiros momentos de busca, dificuldade essa que foi superada pela insistência na idéia de tentar colaborar com a propagação dessa outra forma de se perceber e praticar a pesquisa em história.

Nos dois capítulos que este trabalho apresenta, está descrita a sobre a relação do indivíduo com a empresa, como esta faz parte da sua vida e de sua cultura, e de como ele é fundamental para a permanência desta empresa neste mercado, através de sua memória. Cita também como a memória, a história e a empresa podem ser muito bem relacionadas, e como

este estudo pode fazer da História uma ciência de conhecimento mais próxima da comunidade.

No capítulo dois, apresenta histórico sobre a o conceito da memória empresarial e suas finalidades, o conceito e o contexto do mesmo no Brasil, como foi seu crescimento ao longo dos anos, quais as principais finalidades dos trabalhos de memória empresarial para as empresas e seus produtos, como forma de valorização ou divulgação da própria empresa.

Capítulo I

EMPRESA-INDIVÍDUO-HISTÓRIA: UMA RELAÇÃO DE INTERDEPENDÊNCIA

As relações estabelecidas entre as pessoas e a própria sociedade e suas interações tem sido um tema bastante instigante. Quando um indivíduo participa ou convive com algo, aquilo lhe traz uma sensação de pertencimento. No caso dos trabalhadores de uma empresa, esta, mesmo que de forma negativa (o que não cabe aqui aprofundar tal discussão), faz parte da vida daquele sujeito. Esta relação de pertencimento acontece normalmente em nossa mente e ainda fica mais fortalecida com o passar dos anos. É o que acontece com o passado de ambos. A memória da empresa passa a ser também a memória das pessoas que ali viveram, trabalharam e contribuíram. Há uma relação sentimental, boa ou má. Como afirma Karen Worcman,

Uma empresa é uma reunião de pessoas que também fazem parte de outros grupos sociais. A partir dessa compreensão, definimos que a história de uma empresa é resultado da história e da contribuição de cada uma dessas pessoas – clientes, fornecedores e outros grupos de relacionamento. O desafio é transformar essa visão em prática efetiva. Usar depoimentos como uma forma de envolver ou valorizar as pessoas não se resume a simplesmente em gravar histórias. É necessário que o processo envolva e valorize o depoente.⁹

E essa valorização, como cita a autora acima mencionada, acontece justamente quando a empresa reconhece que sua história é também a daqueles que ali doam seu tempo e dedicação.

A história de uma empresa também interfere em questões sociais nacionais. É impossível tratar questões sociais sem citar documentos de instituições, como por exemplo, a Petrobrás, ou as empresas de telefonia, que durante o período da ditadura militar passaram por processos de estatização e posteriormente pela privatização destas últimas. Há uma relação com a história do Brasil, das comunicações, da empresa, de conceitos sociais, como a

⁹ WORCMAN, Karen. Memória do Futuro: um desafio. In: NASSAR, Paulo (org.) *Memória de Empresa: história e comunicação de mãos dadas, a construir o futuro das organizações*. São Paulo. ABERJE, 2004. Pag. 27

popularização da comunicação, a redução das tarifas, a acessibilidade ao celular e a internet, etc. Os arquivos destas empresas são fontes ricas para pesquisadores de diversos assuntos. A questão central que aqui cabe é o saber do historiador para filtrar estes conceitos, aproveitando de forma coerente os materiais que estas histórias de empresas podem trazer. Lembremos que ainda não citamos as relações de trabalho e principalmente o saber das pessoas “comuns” que intervieram nessas histórias.

Mesmo com todo esse floreio, que embeleza a visão da História, como ciência humana e da valorização dos resgates das memórias das empresas, cito como fato destoante, a distância que esta história e essa memória tem da sociedade. Um dos fatores que podemos considerar, além de alguma possibilidade de ressentimento por parte da população para com a empresa, é o academicismo da história. Este nos leva a conceitos científicos de história, mas como teoria ela se torna distante da prática e do cotidiano da população. A sociedade desprovida deste conhecimento científico tende a se distanciar, pois os conceitos fogem de sua realidade simples e comum. Uma pessoa que trabalha ou convive em uma instituição, passa muitas vezes mais tempo ali que em um estabelecimento de ensino. Ou seja, voltando para o conceito de pertencimento, isso faz mais parte de sua vivência do que muitos membros da própria família. Esta história pode facilitar sua compreensão total da sociedade e da própria história como ciência, pois é próximo a ela, é a sua prática e seu conhecimento que estarão apresentados, em forma de qualquer relato histórico desta instituição. Neste conceito, o indivíduo passa a ser (e acreditar ser) um dos protagonistas da história, como membro de uma sociedade, que sem os indivíduos, assim como ele, nada seria, vê que a história não precisa ser irrelevante em seu cotidiano. Essa distância pode ser encurtada pela prática, por essa vivência, e esse modo de produzir um novo conhecimento pode ser justificado, assim como nos mostra Maria Pilar:

Pensar a produção do conhecimento histórico não como aquele que tem implicações apenas com o saber erudito, com a escolha do método, com o desenvolvimento de técnicas, mas como aquele que é capaz de apreender e incorporar essa experiência vivida, é fazer retornar homens e mulheres não como sujeitos passivos e individualizados, mas como pessoas que vivem situações e relações sociais determinadas, com necessidades, interesses e com antagonismos. Traduzem essa experiência na sua consciência como cultura – valores, tradições, idéias, instituições, arte, religião, etc.¹⁰

¹⁰ VIEIRA, Maria do Pilar de Araújo. *A pesquisa em historia*. São Paulo. Ed Ática. 1991.pg 18

Em texto de Hubert Alquieres, na apresentação do livro “Memória Falada” lemos que uma das principais funções deste trabalho de resgate de memória em instituições públicas ou privadas é *“ampliar as visões alternativas de nosso percurso passado, fomentando a revisão de nossos valores presentes e incorporando marginalizados atores de transformação na modelagem de nosso futuro.”*¹¹

Relevante também no que se trata de cultura é a explicação de Worcman: *“Hoje as culturas tocam, os indivíduos convivem, mas não conseguimos construir histórias e visões que considerem essa diversidade”*.¹² As diversidades das culturas e das vivências, dificilmente são relatadas ou descritas de forma coesa, uma vez que escrever a história de um grupo de um modo distante, para o caso de um historiador que acompanha somente através de documentos ou de outros vestígios deste passado, acaba desconsiderando particularidades; isto já é reduzido quando se trata de um passado de uma instituição, considerando que tal instituição é composta pela diversidade, que se reúne para um objetivo, aqui o trabalho, e ele torna-se o motivo do convívio social.

Estas são algumas das possibilidades que devemos analisar para entender como a relação empresa-indivíduo-história pode ser feita e dela recolhermos diversas percepções e informações.

MEMÓRIA E HISTÓRIA APLICADAS À INSTITUIÇÃO

Os conceitos memória e história emparelham e distanciam-se, ao longo de anos e há diversas literaturas historiográficas que o descrevem. Para Marilena Chauí, a memória é:

Uma evocação do passado. É a capacidade humana para reter e guardar o tempo que se foi, salvando-o da perda total. Ela conserva aquilo que se foi e que não retornará jamais. (...) A memória não é um simples lembrar ou recordar, mas revela uma das formas fundamentais de nossa existência, que é a relação com o tempo, e, no tempo, com aquilo que está invisível, ausente e distante, isto é, o passado. A memória é o que confere sentido ao passado

¹¹VASQUES, Jesus, *Apresentação*. In WORCMAN, Karen; *Memória Falada*. São Paulo. Imprensa Oficial. 2005.

¹² WORCMAN, Karen. *Memória Falada*. São Paulo. Imprensa Oficial. 2005.

como diferente do presente (mas fazendo ou podendo fazer parte dele) e do futuro (mas podendo permitir esperá-lo e compreendê-lo).¹³

Memória é o ponto fundamental de qualquer sociedade, qualquer indivíduo tem sua vida regada à memória de familiares, que lhes repassam conhecimento, sendo assim, amplamente relacionada à cultura, deixada de geração em geração, formal ou informalmente, é uma raiz que brota, formando árvore que mesmo com influências externas, precisa da base para crescer, sofre mudanças, mas sempre será uma árvore. É a base fixa da formação da identidade de cada ser.

Em tempos de globalização, multiculturalidades, inter-relações sociais, e freqüentes e perversas mudanças que ocasionam em ausência da noção de um futuro pelo menos semelhante, o passado torna-se um abrigo, refúgio e também um fundamento da nossa identidade. Questões que sempre presentes trariam boas memórias podem ser vistas de forma pejorativa como atrasadas, porque é ultrapassada por idéias que vão e vem em velocidades incalculáveis. O que não é uma verdade. Uma cultura arraigada, um passado sempre presente na memória deste indivíduo, passará por turbulências, mas se manterá. Até porque, como ser que convive em sociedade, ele também precisa dela, são essas relações que o moldarão. E a memória fazendo parte deste processo identitário, promoverá interação, mas também liberdade individual, pois cabe a seleção particular deste passado em cada formação. E para as instituições esse processo de mudanças acontece enfaticamente e a sua identidade será um dos seus pilares. E para as empresas, isto não é diferente. Paulo Nassar, estudioso de memória empresarial e comunicação ressalta a importância desses projetos e idéias em empresas que para se manterem atualizadas, precisam se reestruturar sem perder a sua essência:

Recuperar, organizar, dar a conhecer a memória da empresa não é juntar em álbuns fotografias amareladas, papéis envelhecidos. É usá-la a favor de um futuro da organização e seus objetivos presentes. É tratar de um dos seus maiores patrimônios. Depois, com a memória na cabeça, é preciso conta a história.¹⁴

Diferenciando dois conceitos usados, memória e história, destacamos memória como aquilo que registramos em nosso corpo, no cérebro, e a história é a narrativa que montamos

¹³ Chauí, Marilena. *Convite à filosofia*. São Paulo. Ática, 1995.pg 39.

¹⁴NASSAR, Paulo. *Memória de empresa: História e comunicação de mãos dadas a construir o futuro das organizações*. Aberje Editorial. São Paulo, 2004 pg 20.

partir da nossa memória. De acordo com Halbwachs “a história começa onde a memória acaba”¹⁵, a memória é a experiência de vida, enquanto a história seria um registro da memória. O historiador Pierre Nora, afirmou que “a memória se enraíza no concreto, no espaço, no gesto, na imagem, no objeto. A história só se liga a continuidades temporais, às evoluções, e às relações das coisas. A memória é o absoluto e a história, o relativo”¹⁶, e praticamente opõe os conceitos de memória e história:

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 sucessivas, vulneráveis a todos os usos e manipulações, suscetível de longas latências e repentinas revitalizações. A história é a reconstrução sempre problemática e incompleta do que não existe mais. A memória é um fenômeno sempre atual, um elo vivido no eterno presente; a história, uma representação do passado.¹⁷

Frase simples, dita popularmente, explica muito sobre esta seleção “nossa capacidade de lembrar é a mesma de esquecer”, selecionamos racional ou irracionalmente aquilo que nos causa boas sensações, mas um contato contínuo fará que esta memória inconstante se torne presente. É justamente essa capacidade de reter ou esquecer os acontecimentos, que faz com que os indivíduos se situem no tempo, no espaço e em seus grupos sociais, criando assim sua própria identidade. Impossível é que registremos todos os fatos ocorridos em nossa vida: sendo por excelência, seletiva, guardaremos aquilo que por algum motivo ou fato tenham algum significado ou dêem algum significado à nossa existência. E nas empresas, isso também ocorre, talvez com mais intensidade, pois a quantidade de pessoas que “ficam para a história”, que alcançam o status da memória, é bem menor, e ainda associada ao distanciamento de protagonistas e testemunhas, pela destruição de prédios e estruturas, máquinas obsoletas de produção ou utilidades administrativas, etc., devido desativação de locais: indústrias, fábricas, escritórios, descarte de arquivos e documentos, desligamento de funcionários dentre outros inúmeros exemplos que causam o enfraquecimento da memória.

O historiador Halbwachs cita a memória como um trabalho de reconstrução do passado de um narrador. Por isso a memória é o presente na medida em que ela é revivida com materiais do que está na consciência presente do narrador: imagens, palavras, sentimento

¹⁵ HALBWACHS, Maurice. A memória coletiva. São Paulo. Vértice. 1990, pg 43.

¹⁶ NORA, Pierre. *Entre Memória e História: a problemática dos lugares*. Projeto História. São Paulo, n. 10, dezembro/1993, pg 9.

¹⁷ Idem pg 10

e experiências atualizadas. O autor foca os seus estudos na memória individual, mas daquele que chama de quadro sociais da memória. Ou seja a memória é um produto dos outros. Para ele, nós nos lembramos porque o mundo presente faz com que lembremos.

Outro fator, relacionado a memória são os demais sentimentos a que ela comove, em relação ao pertencimento, quando se vê um objeto, documento ou peça histórica, como o conhecido exemplo das “madeleines” de Proust: ao comer o biscoito, e sentir o aroma, a textura e o sabor, o autor se recorda de objetos do seu passado, as lembranças do sujeito vem a tona, o que também pode ocorrer com algumas pessoas diante de uma entrevista, diante de uma visita a um centro de memória ou museu, trazendo um reencontro com um passo feliz ou importante.

A memória também é a base do conhecimento, uma vez que traduz a nossa experiência com o passado. Passa a ser um documento, quando a experiência de vida de algumas pessoas poderá ser registrada. Fazendo o uso do conceito de história oral, que será utilizado e comparado com demais informações, este registro se compara a um negativo fotográfico de uma época ou fato. Teorizada, ela se transformará em consciência histórica, possíveis argumentos, explicações e narrativas de tempo, espaço ou cultura. Memória empresarial, assim como as histórias particulares, é seletivamente guardada, elegendo ocorridos importantes para serem transmitidos, embora, seja impossível negar os fatos que algumas vezes queira esquecer. Um fato negado não deixa de ter existido.

Como registro, a memória necessitará de contexto, de tempo e de ser problematizada, segundo as teorias crescentes sobre este tema, pois uma vez questionada, precisa de fundamentos, onde entrarão os demais documentos, até outras memórias individuais que a justifiquem e que dê veracidade. Sendo assim, deve ser trabalhada e estimulada, pois é através dela que daremos significado ao cotidiano, experimentaremos constantes vivências, norteando o entendimento do presente, como uma parceira da história, que também visa uma melhor interpretação do presente através da análise do passado.

A História precisa da memória e a memória precisa da história, para ser fundamentada, assim ocorrendo, este ir e vir da história, sua relação de constante interação do passado com o presente, e para que seja palpável e mantenha presença para todos aqueles agentes coadjuvantes. A memória contribui para que o conceito de história seja ampliado tornando-a uma ciência da vida e do passado.

As empresas são lembradas e contadas para as pessoas de inúmeras formas pela sociedade, pelos diferentes públicos. Uma das formas mais importantes é definida pela própria história e pelas diferentes formas da memória dessas histórias, que os protagonistas sociais destas organizações fazem parte de um todo e também em suas experiências individuais. As organizações, como os indivíduos, não existem fora da sociedade e assim são participantes (mesmo não sendo estes seus objetivos) dos acontecimentos sociais, incluindo líderes e suas posturas, que também trazem sentimentos e formas de interpretações deste passado.

Um dos possíveis resultados do resgate da memória empresarial é o de gerar um material que dará o tratamento adequado a um de seus maiores patrimônios – a história – e que poderá ser usado em favor do futuro da organização, mesmo que não seja o ideal para os historiadores, quando utilizam somente para fins de se tornarem atrativas para determinados consumidores (dependendo do ramo de atividade da empresa) ou ainda, quando assume seu papel de fonte geradora de recursos e de documentos que possibilitem uma melhor forma de compreensão para a sociedade em geral. Worcman¹⁸, que convive diariamente com esta relação, ressalta que a história de uma empresa é um marco referencial a partir do qual as pessoas redescobrem valores e experiências, reforçam vínculos, demonstram sentimentos de relações positivas ou negativas diante de diferentes posturas tomadas pela empresa, criam empatia com sua trajetória e podem refletir sobre as expectativas dos planos futuros, dos quais muitos farão parte.¹⁹

¹⁸ Karen Worcman é historiadora e diretora do Museu da Pessoa, empresa que tem como objetivo o trabalho de resgate das memórias de diferentes agentes do passado, através da história oral e dentre seu período de existência, já participou de inúmeros projetos, através de consultoria à empresas que iniciam os projetos de memória e resgate.

¹⁹ WORCMAN, Karen. *Memória do Futuro: um desafio*. In: NASSAR, Paulo (org.) *Memória de Empresa: história e comunicação de mãos dadas, a construir o futuro das organizações*. São Paulo: ABERJE, 2004.pg 23

Capítulo II

O PAPEL DA MEMÓRIA NA AÇÃO EMPRESARIAL

A memória de uma empresa é constituída por um banco de dados com registros de experiências e informações da instituição e das pessoas que ali trabalharam ou trabalham. Portanto, parte desta memória está guardada em local físico, tangível, outra não.

O conceito de Memória empresarial, embora seja recente para muitos, pois iniciou sua popularização somente nos anos 2000, tem seus primeiros registros no início da década de 1900. Mesmo assim, para alguns, figura apenas como história de negócios, isolada das dimensões sócio-econômicas. Com o desenvolvimento das instituições e a modernização de alguns processos de produção e administração, as empresas sentiram a necessidade de registrarem dados e informações e, mais ainda, de armazenar estes registros como forma de conhecimento adquirido. Datam de aproximadamente 1905 e 1907 os primeiros arquivos históricos de empresas, como Siemens e Krupp, na Alemanha, que mantinham arquivos empresariais para guarda de informações que consideravam relevantes para o futuro destas organizações.

Nos Estados Unidos, por volta de 1920, surgem publicações com registros das empresas, com finalidade histórica. Nesta mesma década, inicia-se a disciplina História Empresarial na graduação de uma das mais famosas universidades do mundo, Harvard, com o foco de estudar as práticas dos empresários através dos arquivos das empresas, como forma de experiência vivida e exemplo prático de modelos em disciplinas voltadas à administração. Entretanto, é na Europa que as companhias criam serviços de arquivos empresariais.

Nas décadas seguintes, início dos anos 40, em algumas empresas na Inglaterra, França e Itália, surgem estudos históricos com interesses voltados para processos internos de mudanças organizacionais, utilizando análises multidisciplinares e transversais.

Mas, é nas décadas de 60 e 70 que o conceito se fortalecesse. Período em que alguns historiadores consideram como o definitivo nos processos de estruturação em empresas em todo mundo. Alfred Chandler, professor universitário, escreve e publica o livro *Strategy and Structure*, com o estudo sobre as estratégias de inovação de quatro grandes empresas, que

descrevia a história como ferramenta de gestão, com a função de ajudar na análise das organizações através de seu passado, mantendo-se atualizado e com possibilidades reais de desenvolvimento econômico. A obra é baseada em biografias de líderes empresariais, suas experiências, relatórios anuais das instituições, livros e revistas de negócios, o que levou Chandler a ser considerado por muitos como o pai da história empresarial. Seus estudos foram iniciados devido ao processo de mudança das estruturas organizacionais, o desenvolvimento de novas tecnologias, início de teorias com aplicações globais e novos processos administrativos. Outro escritor de destaque no período é Maurice Hamon, que implantou o Centro de Arquivos *Saint Gobain* que, além de preservar, permitia a exploração do acervo com potencial analítico. No Brasil, historiadores ligados a universidades produzem os primeiros estudos sobre a história de empresas nacionais, destaque para José de Souza Martins, com a obra *Conde de Maratazzo: O empresário e a empresa de 1967*.

Todos estes fatores de mudanças são resultados de crescente desenvolvimento econômico, e ainda das primeiras idéias mais estruturadas de globalização. Empresas multinacionais investem seus recursos econômicos para buscar novos horizontes, novas culturas e para explorar comércio e consumo. Estas empresas precisam atingir grandes públicos, suas bases, seus históricos, sua essência, procurando demonstrar seus valores e credibilidade para quaisquer clientes. Muitas dessas informações são, então, encontradas em arquivos, em documentos fiscais, campanhas publicitárias, antigos relatos, nos detalhes de sua tradição que precisam estar armazenadas, pois é a identidade da empresa sendo apresentada. Há ainda aqueles que recebem estas novas influências que necessitam das suas raízes identitárias para não serem engolidos pelas idéias que chegam acompanhadas das novidades.

A sociedade também passa por mudanças em suas estruturas culturais, sendo um exemplo o momento do auge da contracultura e de revoluções sociais e de pensamentos, que rompem com conceitos e idéias tradicionais, a liberdade é um dos valores primordiais, as idéias de socialismo com nova representação, produções artísticas voltadas para a busca de conceitos de irracionalidade, transcendência e misticismo, os povos pedem paz diante da guerra eminente em vários países e se organizam politicamente em grupos das minorias. Estas mudanças culturais interferem no modo de consumo e em como as empresas tentam chegar aos consumidores finais. Alguns países boicotam produtos importados e cheios de ideologias de países líderes econômicos, o que não resiste por muito tempo, já que com a ajuda da popularização dos aparelhos de televisão se propagam comerciais e filmes, universalizando produtos e comportamentos.

Propaga-se neste período o conceito de Nova História, voltada ao estudo das mentalidades, práticas diárias, sexualidade, relações humanas e pela visão do estado como um dos agentes de destaque no processo de industrialização. Estes conceitos trouxeram uma visão de história empresarial de caráter simbólico (empresas como produtoras de significados sócio-culturais). Ainda em alguns países da Europa, o estudo é visto numa perspectiva social, mas a figura do líder é vista como dependente de fatores conjunturais, com maior influência das teorias marxistas, teoria presente, também, entre escritores brasileiros.

No Brasil, os primeiros relatos sobre memória empresarial também se apoiaram em ideais marxistas, buscando através da história, analisar as peculiaridades dos modos de produção escravista e capitalista e da mudança de um para o outro. Isto ocorre nos primeiros anos da década de 30. Vale ressaltar que no final do século XIX, um momento de difusão da história narrativa e factual, ocorre simultaneamente no país um esforço em busca de identificação e recuperação de documentos.

Na década de 70, o conceito se enraíza e segundo Eulália Lobo:

A história empresarial só se amplia na década de 70 e identifica as seguintes linhas: a inserção do contexto socioeconômico, a de estudos de casos, procurando desvendar as estratégias dos empresários, questionando e relativizando visões já consagradas pela historiografia sobre a origem da indústria, papel dos empresários e ações do estado, e a do empresário através dos órgãos de classe.²⁰

Mas estas idéias foram largadas à mercê dos tempos, uma vez que a industrialização foi considerada tardia no Brasil, e o acesso aos documentos foram ficando cada vez mais difíceis. Iniciam-se trabalhos sobre as personalidades fundadoras das empresas de grande sucesso, biografias que relatam as vidas dentro e fora das instituições, como modelos a serem seguidos de pessoas para pessoas. Além dos demais documentos de origem fiscal, administrativas como atas de reuniões, livros de contabilidade, relatórios anuais, fichas de operários, estatutos, além dos documentos pessoais e familiares dos proprietários tornaram-se fontes. Entretanto, esses materiais ainda eram utilizados em grande parte a nível acadêmico, voltados para pesquisas, pouco usados pelas empresas e sem conhecimento das comunidades.

²⁰ LOBO, Eulália. *Memória Empresarial*, in *Memória e (REs) Sentimento*. Florianópolis. Edusc.2002.pg 92

Também nesta década, as transformações político-sociais ocorridas no Brasil, somadas à propagação dos cursos de pós-graduação em história, contribuintes e coincidentes com o esgotamento de algumas linhas de interpretação histórica, contribuíram para profundas mudanças em seus nortes de trabalho, buscando um trabalho contemporâneo e dando lugar as minorias, incorporando nos estudos algumas personagens que antes “viviam” sem História.

Esta identificação causou reflexões nos historiadores que repensaram os conceitos dos próprios domínios da história, e nesta reflexão, a importância de associar-se a áreas afins. Esta visão multidisciplinar resultou em alguns problemas teóricos, que puderem ser amenizados com embasamento e análise de documentos históricos que deram sustentação ao tema, muitas vezes inexplorados, dando novos rumos e partindo para novos olhares.

A influência da Nova História, também presentes nas idéias brasileiras somam-se a influência da escola norte-americana e passam a estudar, sob esta mesma ótica multidisciplinar, a trajetória de empresas e instituições brasileiras, destacando a professora Maria Bárbara Levy, com estudos sobre a Bolsa de Valores do Rio de Janeiro, em 1977, e posteriormente, mas recente na década de 90 foi responsável pelo 1º Encontro de Historiadores e Pesquisadores da Memória Empresarial.

Fator relevante para o sucesso destes trabalhos foi a falta de profissionais com conhecimentos teóricos e práticos para pesquisa e manutenção destes projetos em fases iniciais., como citam as historiadoras Gagete e Totini:

Em meados dos anos 70, começaram a ser criados na estrutura organizacional das empresas, cargos estratégicos de ‘historiadores arquivistas’ que se responsabilizam não apenas pela preservação, mas também pela exploração dos acervos, valorizado o potencial analítico da história da empresa para a empresa.²¹

Nos anos 80, ocorrências no meio sócio econômico, como crises financeiras e redemocratização no Brasil, levaram muitos pesquisadores e pensadores a refletir sobre tais mudanças e como elas afetariam dali para frente as instituições. Iniciaram muitos processos de reestruturações administrativas, voltados para melhorias em processos de qualidade e de

²¹ GAGETE, Élida e TOTINI, Beth. Memória Empresarial: uma análise da sua evolução. In: NASSAR, Paulo (org.) *Memória de Empresa: história e comunicação de mãos dadas, a construir o futuro das organizações*. São Paulo: ABERJE, 2004 pg 108.

transparência nas ações de comunicação. Afetava assim a relação empresa-comunidade, uma vez que a imagem da empresa seria propagada com novos conceitos.

Dentre tantas mudanças, a história começou a ser vista como um dos fatores primordiais para o sucesso das instituições, mesmo em pequena escala, mas um fato marcante disto é a inauguração do Núcleo da Cultura Odebrecht, em Salvador, considerado o primeiro centro de memória empresarial do país.

Historiadores, documentalistas e outros profissionais de informação ganham mais espaços no universo empresarial e surgem as primeiras agências de historiadores e arquivistas corporativos, tanto nos Estados Unidos, na Europa e no Brasil. No Brasil, trabalhos de memória empresarial são favorecidos pelo contexto de crise econômica, e dentro dos processos de qualidade inicia a implantação do 5S e ISO, mudando a relação com o mercado interno e externo. A teoria 5S foi, entretanto, negativa para arquivos e para a própria história, pois é uma teoria baseada em cinco princípios japoneses, incluindo organização, otimização de espaço e disciplina, sendo interpretada de maneira que consideravam o descarte de diversos documentos, que julgavam desnecessários, como um dos seus princípios, indo para o lixo documentos com grande finalidade histórica. Entretanto, assim como a ISO, que é um título dado a empresas que têm níveis de qualidade comprovados, sendo eles: ambiental, organizacional, de atendimento etc., a teoria 5S continua sendo aplicada, bem interpretada, supostamente garantindo qualidade principalmente aos clientes. Comenta-se, a partir daí o “resgate” das histórias das empresas, que muitas vezes se limitam ao simples registro, em forma de publicações, ainda ressaltando estes itens e certificados de qualidade. A empresa Sadia lança livro sobre seus fatos passados mais relevantes, o que tornou-se marcante também para este período.

Início dos anos 90, com a revolução tecnológica na informática, princípio do processo de uso em massa dos micros computadores, mudanças nos sistemas de telecomunicações, na comunicação e com isso nas ações de marketing, as informações são envidadas e captadas com maior velocidade. As instituições continuam suas mudanças, para readaptação, e vêem a importância de mudar sem perder a identidade. Iniciaram, em algumas empresas, a consciência que identidade estava relacionada com a memória. No trecho abaixo vemos como o autor Nassar, na condição de comunicador, retrata a importância dessa identidade, salvaguardada pela memória, para as instituições:

A história traduz a identidade da organização, para dentro e para fora dos muros que a cercam. É ela que constrói, a cada dia, a percepção que o consumidor e seus funcionários têm das marcas, dos produtos, dos serviços. O consumidor e o funcionário têm na cabeça uma imagem, que é histórica. Uma imagem viva, dinâmica, mutável, ajustável, que sofre interferências de toda natureza.²²

Para isso, o autor Ciro Flamarion cita que seria necessário repensar o conceito de empresa e das formas de utilização desta idéia dentro da história, importando com as diferentes maneiras das relações internas entre o sistema econômico e sociedade para evitar a rotulação da idéias, ideais e razões capitalistas.²³

Este talvez seja o conceito mais criticado dentro da história empresarial: a questão capitalista, no conceito mais simples da palavra. A sociedade tende a acreditar que história é sempre uma área do conhecimento voltado á estudar o passado, mas um passado que valoriza teoria das minorias. O conceito usado de memória empresarial é ainda o de história da direita, dos provedores de capital, que apresentarão a história formulada a sua maneira, o que realmente pode ocorrer, mas não é este o foco do trabalho. Resgatar a memória, resgatar documentos, estudar as instituições, interferem na maneira de pensar no porvir, o que para empresas, que mesmo seguidoras dos conceitos neoliberais, é fundamental para avaliar e planejar o futuro. Projetos iniciados com este intuito acabam por perceber que os valores resgatados, são fundamentais e primordiais até para as relações econômicas, financeiras e sociais que a empresa realiza.

Por fim, na passagem para o século atual, o conceito de memória empresarial torna-se uma área de atuação específica, que desenvolve projetos que dão suporte a gestão estratégica das organizações, mas como um conceito maior, não somente institucional ou comemorativo. Os traços culturais que diferenciam em cada empresa é enaltecido, percebem que as diferenças de cada época de seu passado é fonte de informações para mudanças administrativas e também da cultura da mesma.

Em um conceito mais atual, memória empresarial é uma ferramenta de gestão que agrega valor ao negócio e a marca da empresa, servindo de suporte a desenvolvimento de

²² NASSAR, Paulo. *Memória de empresa: História e comunicação de mãos dadas a construir o futuro das organizações*. Aberje Editorial. São Paulo, 2004.pg 18.

²³ FLAMARION, Ciro. *Sobre a memória coletiva*. in *Memória e (Res) Sentimento*. Florianópolis. Edusc.2002.pg 85

produtos de informação, aos acionistas, a retidão da marca e a gestão do patrimônio informativo da uma empresa ou organização. Para tanto, não deve ser um trabalho desvinculado do presente e do futuro sendo, para obter tais fins, um trabalho constante. Tânia Oliveira, que pesquisou a memória institucional como fortalecimento da reputação de uma corporação, como o das empresas Odebrecht, cita:

Nesse panorama, em que a objetividade dentro das empresas vem perdendo espaço para a subjetividade, em que a política de tempos e movimentos da Escola Clássica de Administração vem sendo substituída por programas de qualidade de vida no trabalho e pela valorização dos diferentes tipos de inteligência; a memória institucional e a responsabilidade histórica emergiram como atributos capazes de diferenciar uma organização em meio a uma concorrência cada vez maior e mais acirrada. As empresas passaram a compreender que é possível inovar e se adaptar às novas exigências do mercado sem precisar, necessariamente, destruir seu passado e sua tradição.²⁴

Cabe ressaltar que este conceito também traz a tona o que algumas empresas pretendem camuflar, outras nem tanto. Algumas de suas atitudes e posturas ocorrem diante de determinadas situações que desfavorecem a sociedade. Um exemplo clássico são as empresas alemãs que contribuíram com os nazistas na Segunda Guerra, conforme ressalta a autora em pesquisas a textos historiográfico de Peter Burke:

Burke costumava afirmar que tudo tem uma história, um passado. E com as empresas também é assim. Mesmo que o passado seja vergonhoso ou desabonador, é impossível mudá-lo. Grandes empresas alemãs que forneceram gases tóxicos ao regime nazista durante a Segunda Guerra Mundial, por exemplo, tentam apagar isso de sua história e hoje investem pesadamente em ações de cunho social e ambiental. Tal comportamento, ainda que louvável, é incapaz de alterar a conduta passada, que ficará marcada para sempre na história da organização.²⁵

E se um fato pode marcar negativamente, o mesmo também pode ocorrer positivamente. Empresas que contribuíram para a melhor estruturação de países recém saídos de crise, ou de catástrofes naturais, como as empresas de construção civil do Japão, que após terremotos que ocasionaram em milhares de mortes e ainda de quantidades maiores de desabrigados, registraram em sua história a construção de casas modelo para tais necessitados,

²⁴ PEREIRA, Tânia Oliveira. A Responsabilidade Histórica e a Memória Institucional no Fortalecimento da Reputação Corporativa: Caso Odebrecht. Monografia Tânia Oliveira Pereira – São Paulo. 2007. pg 14

²⁵ idem. pg 44.

e utiliza desta imagem deste passado para apresentar aos seus clientes suas capacidades de trabalho em tempo e qualidade.

APLICAÇÕES ALÉM DA HISTÓRIA

Na história, a aplicabilidade da memória empresarial é, além de local de pesquisa, local de fonte para outros temas. Como local de convívio social, pode gerar documentos das mais diversas classificações, como fiscais, jurídicos, dentre outros, e estes para demais áreas do conhecimento. Um pesquisador do direito que procura arquivos sobre relações trabalhistas do passado para justificar ou melhor compreender o presente e o futuro de uma organização, ou de alguma simples pesquisa, pode recorrer a tais documentos. A História do país e da industrialização do Brasil é pesquisada em Museus de História Nacional, mas também nos arquivos destas grandes empresas, que participaram de mudanças e tais influenciavam diretamente nos níveis de crescimento nacional. Importante citar a Petrobrás, empresa brasileira, que criada em governos passados, contribui até hoje na política social do país, gerando empregos e fonte de renda para toda a nação, e com trabalho de memória dos seus trabalhadores, conseguiu documentos e informações que compõem um enorme quebra-cabeça de informações sobre investimentos feitos no passado.

Para tanto, a justificava deste é mostrar que a história pode e deve adentrar as empresas com mais garra, para também fazer dela uma parceira em informações que podem ficar guardadas em arquivos, muito mal nomeados pelas empresas como “morto”, como se ali, o que passou realmente, esteja enterrado. Este suposto cemitério de informações, dependendo da visão, pode se transformar numa “mina de ouro”.

Entretanto, quem mais apresenta proveito destas informações, mesmo “matando” algumas delas são as próprias empresas, ou organizações e instituições, como citados aqui. Dentre tantas possibilidades, a história tem sido aplicada a:

- Resgate, preservação e disseminação do patrimônio histórico documental, do know-how técnico administrativo dos valores da cultura organização, desde a criação da empresa até o momento atual;

- Reforço da imagem institucional, da identidade corporativa e do diferencial competitivo de marcas e produtos;
- Garantia de perenização da marca e de seu diferencial;
- Suporte para as estratégias administrativas, mercadológicas e gerenciais e as ações de marketing interno e externo, comunicação corporativa, relações institucionais, recursos humanos e responsabilidade social;
- Gerenciamento de produção e fluxo de documentos, matérias-prima e informações;
- Concepção de sistemas e utilização de tecnologias de informação para preservar o capital intelectual e disseminar o saber acumulado;
- Suporte na gestão da informação;
- Ferramenta de valor permanente, guardados por tempo indeterminado, incluindo documentos recentes;
- Ferramenta de contato emotivo com públicos interno e externo; etc.

A memória empresarial agrega valor aos negócios destas instituições, pois trata de uma ferramenta que valoriza aquilo que tem de mais positivo com seu público e de sua identidade. Entretanto, uma empresa que inicia um projeto, visando somente lucros, além de encontrar valor posterior na pesquisa, obterá informações que muitas vezes queira esconder, ou que realmente esteja enterrada em um arquivo. Mas isto se deve principalmente a empresas que tenham grandes problemas, principalmente aqueles relacionados à transparência de ações, condutas e posturas adotadas. Não caberá a um pesquisador, ou historiador, neste momento, selecionar aquilo que mais convém a empresa e sim à sua pesquisa, como citamos no que tange as funções e atividades do historiador neste e em qualquer outro trabalho que o mesmo for realizar.

A relação fundamental da empresa com sua memória, e isto é o ponto forte a que ela se beneficia, é a relação passado-presente-futuro. É com este foco que a instituição deve se preocupar, e com esta base a memória será necessária e conveniente desde o primeiro dia de sua fundação, até os aniversários de décadas e séculos, e mesmo em uma concordata, este será

o seu diferencial. Há casos de empresas em crise, que durante o auge de seus problemas, lançam ao mercado propagandas que ressaltam a sua importância ao longo dos anos, em suas relações com clientes e nas suas vitórias, objetivando, com base neste passado glorioso, superar qualquer barreira e apontar soluções para o futuro.

Ressaltemos que hoje no mundo corporativo, e no dito mercado competitivo, se a memória pode fazer valer a imagem e reforçar a importância de uma empresa, tais empresas também passam a ter consciência que além dos recursos financeiros que possui, também há outro tipo de patrimônio de grande valor, associado a esta história, que é a memória e o conhecimento dos seus funcionários. Dito como patrimônio intangível, está relacionado a valores que são lembrados pela comunidade, é o saber acumulado, que passa de pessoa a pessoa, transmitindo a uma comunidade. Seus funcionários têm orgulho e conhecimento do passado desta instituição, conviveram com o passado da mesma, sabem do valor de seus conhecimentos adquiridos ou trocados naquele ambiente, o que resulta ainda na valorização desta própria pessoa, que passa a ser paga pelos seus conhecimentos adquiridos e vivenciados, valendo mais que muitos títulos e diplomas. Contudo, sabemos também que por mais verídicos que sejam os fatos citados acima, eles não são maioria, isto terá relação, justamente como já citado, com a postura e conduta de cada empresa perante sua história, seus trabalhadores e sua comunidade.

Vale ressaltar que qualquer projeto de resgate histórico em uma instituição também precisa de princípios básicos para qualquer sucesso: a veracidade das informações apresentadas é fundamental para que haja qualquer interface com sua identidade. Não cabe a empresa inventar um passado glorioso, escondendo documentos que comprovem o contrário, e mais ainda, recordações das vivências pessoais que serão desmentidos numa primeira oportunidade. Sua transparência, até na criação do espaço onde serão realizadas as pesquisas demonstram seus reais interesses.

Seria ainda mais interessante, para toda a comunidade e mais ainda para os historiadores, que outro princípio fosse cumprido: que este tipo de trabalho não se limitasse às celebrações. Como podemos confirmar em sites da rede mundial de computadores das diversas empresas ou em livros celebrativos, grandes projetos tiveram início em alguma data comemorativa, embora muitos permaneceram mesmo após tal celebração. Quando este resgate se fecha no momento de comemoração de décadas, como exemplo 30, 40, 50 anos, o trabalho deve ser iniciado, dependendo do porte da empresa, com no mínimo dois anos de

antecedência, onde será necessário um trabalho de garimpo de fontes e informações. Garimpo, porque em muitas instituições, as informações precisam ser buscadas em locais não planejados, totalmente desprovidos de condição de guarda de qualquer informação. Passos importantes são os levantamentos de antigos funcionários e a realização de entrevistas com os mesmos, a descoberta de documentos guardados em arquivos pessoais ou de membros das famílias, e o resgate de inúmeras possibilidades de fontes, as quais muitas vezes nem são de foco histórico. Vale lembrar aqui a necessidade do bom senso do historiador na conclusão da utilização de cada fonte. Depois de uma avalanche de informações, documentos, peças museológicas, arquivos de diferentes datas, a empresa conclui que ali tem uma riqueza de informações, mas que como qualquer “tesouro” precisa ser bem guardado. E mesmo que não haja tanto interesse na guarda do mesmo, se recordam que em breve podem precisar destes mesmos documentos, em uma apresentação da empresa para visitantes, em despedidas de antigos funcionários, nos próximos aniversários comemorativos de 35, 40 ou 50 anos. De todas as formas, uma vez que tal acervo foi constituído dificilmente será desfeito, até porque, para obter tais informações, o resgate envolve pessoas que são proprietárias daquele bem, que querem um retorno sobre o mesmo, muitas vezes por relações sentimentais.

Destacamos ainda, que mesmo nestes períodos de celebração, datas comemorativas são fundamentais até para a relação com o público, para fazer valer o arquivo guardado. É uma forma da instituição se valorizar e de ressaltar seu passado. O caráter comemorativo é fundamental, mas não deve ser a única proposta dos projetos.

A instituição deve tentar também manter uma harmonia em suas celebrações, lembrando que as pessoas consideradas importantes ou fundamentais, como líderes, não desempenham atividades solitariamente. Este é outro ponto importante, qual seja, o de não fazer esta celebração sobre um herói único. Por mais relevantes que sejam as atividades desempenhadas por eles, sempre haverá demais líderes, com funções que podem parecer desvalorizadas quando ressaltadas somente a um indivíduo. Embora tenha sido fundamental para valorizar a história das instituições, no histórico deste tema, concluir biografias pode ser um produto do programa de memória, mas não deve ser o foco dos projetos. Biografias sempre soam como autorizadas ou não autorizadas, se este for um líder falecido, não caberá mostrar somente suas qualidades, e poderá ser “não” autorizada pela família. Mais uma vez, cabe a postura da empresa e do seu líder, se esta é uma forma de resgate histórico viável para tal momento. É claro que não vamos desconsiderar a riqueza de informações que podem ser obtidas em algumas biografias, como exemplo, a importância de um livro sobre a vida de

líderes relacionados a empresas como as do Sr Roberto Marinho, líder da Rede Globo de Televisão, onde aparecem diversos casos de sua postura diante da ditadura, ou do Editor e proprietário da Editora Abril, Vitor Civita; ambos falecidos. Esse tipo de biografias, que retratam as comunicações impressas e televisivas no Brasil, são importantes fontes para pesquisadores de tal tema, embora receberam críticas de várias áreas de conhecimento.

Necessário reconhecer, também, que, qualquer projeto, vinculado a qualquer história, pode ser um mundo novo a ser descoberto para aqueles que têm interesse, mais ainda, que podem mudar determinados pensamentos dentro e fora da instituição. Para isso, a história vivida precisa ser demonstrada, precisa ser apresentada à sociedade em geral. Embora muitos fatos transcendam as paredes de um local, onde suas notícias podem ser investigadas por qualquer jornalista e difundidas por diferentes mídias, tem que partir da própria instituição o interesse em lançar tais informações para o mundo. Este talvez seja um dos principais problemas da História enquanto área de conhecimento: é apaixonante para quem está dentro, mas para muitos é somente o passado e enxergam a quilômetros de distância da vida simples da sociedade. A história que envolve uma sociedade é socializada na medida em que esse passado é apresentado aos demais membros deste coletivo. Para tal fim, as empresas dispõem de inúmeras maneiras de divulgação deste resgate. Até quando o objetivo é obter algum lucro relacionado aos projetos de memória, isso pode ser visto com extrema positividade, justamente por colaborar com a propagação deste passado, causando sentimentos de pertencimento, valorização da cultura local, valorização dos funcionários e clientes para que eles se sintam parte desta instituição e que a mesma pode ser confiável na medida em que demonstra seus interesses e tradições.

PRODUTOS DA MEMÓRIA EMPRESARIAL

A memória das instituições, uma vez resgatada e iniciado algum projeto para valorização ou, pelo menos, guarda dos materiais e documentos, renderá alguns produtos que os historiadores, pesquisadores e a própria comunidade com a qual toda a empresa se relaciona podem fazer muito bom proveito.

Dependendo de qual for o objetivo do projeto, o mesmo apresentará variados formatos, entretanto, os mais comuns são: livros comemorativos, biografias, artigos em diversas publicações periódicas, incluindo jornalísticas, arquivos físicos e digitais com acervo diversificado, campanhas publicitárias, exposições (itinerantes, fixas, permanentes ou temporárias) dentre tantos exemplos. Contudo, aquele a que todo pesquisador procura, por ser mais completo e abranger todos os demais, são os locais nomeados como Centros de Memória e Documentação.

Pesquisadora sobre o assunto Daniela Juaçaba, administradora e no momento da produção de seu artigo em publicação eletrônica, responsável pelo Centro de Memória da Bunge, nos descreve como o Centro de Memória é fundamental tanto para a empresa quanto para a sociedade.

Os arquivos têm como objetivo comprovar; as bibliotecas instruir e informar. Já os centros de memória, que se parecem com museus, além de informar e instruir, em alguns casos tem como objetivo provar. Um Centro de Memória Corporativo pode trabalhar em duas áreas, a estratégica e a social. Na estratégica, a empresa se beneficia de sua história como um instrumento de gestão, para o aumento da eficiência nas tomadas de decisão e planejamento, pois, muitas vezes, conhecer o passado evita a perda de tempo com retrabalhos e redundâncias. Já na área social, os centros seguem o conceito de que a história de uma empresa é também a história das pessoas que participam de sua trajetória, das comunidades com as quais interage, além de ser parte da história do País e, por isso, deve ser usada na construção do conhecimento da sociedade.²⁶

Os Centros de memória são locais geridos de forma mais adequada atendendo as necessidades daquela instituição, sendo também um lugar de pertencimento, onde podem se concentrar emoções, uma vez que este conceito de centro de documentação, sendo mais completo, possui espaço reservado para os museus, e muitas peças de importância histórica, depoimentos gravados, dentre tantos.

Outros produtos também são organizados para atender as demais necessidades das empresas, dentre os mais comuns são:

²⁶ JUAÇABA, Daniele. *Centros de Memória Corporativos e a democratização da informação*. Revista Eletrônica Mestrado em Administração. Patrimônio: Lazer e Turismo. Novembro 2005. Acesso em Janeiro 2010 <www.unisantos.br/pos/revistapatrimonio/index.php>

- **Livro Histórico-Institucional:** Segundo Gagate e Totini, autoras já citada nas referências, o livro histórico-institucional deve ser uma publicação de boa qualidade gráfica, com design de letras e formatos expressivo, ricamente ilustrada com fotos de documentos ou de acontecimentos, para que também cause uma boa imagem e seja acima de tudo, atrativo para aqueles que tenham interesse em adquiri-los; contemplando os mais importantes marcos ocorridos na história da organização, e suas inter-relações com o contexto histórico avaliado de maneira mais ampla, com a verdade expressa e boas idéias. A redação do texto normalmente segue um padrão de caráter jornalístico, sendo imprescindível uma linguagem simples e com poucos termos técnicos, porém sem prejudicar o conteúdo, que deve ser envolvente. O material de apoio para a elaboração deste produto pode ser o resgate de documentos e publicações, além de depoimentos de dirigentes e de outros funcionários que ajudaram a pensar e a desenvolver a trajetória e a história da organização, e que possam contribuir com o resgate de informações, fatos e fotos. Com os livros, um fator relevante é que eles podem ser distribuídos não somente para os trabalhadores da atual situação da empresa e daqueles que participaram da história, mas também em rede de lojas, prédios administrativos, órgãos do governo, entidades de classe, exibidos em eventos; mas também podem ser encaminhados para bibliotecas e videotecas, públicas e privadas, aumentando muito sua abrangência e atingindo diversos interessados em pesquisas das quais este livro pode ser uma grande fonte.²⁷
- **Conteúdo para Internet e/ou Intranet:** A internet hoje usada para praticamente pesquisar sobre tudo, inclusive muitas informações desnecessárias, pode ser usada juntamente com uma intranet, para reunir todas as informações em uma versão *online* dos produtos de memória da organização, disponibilizando livros digitais, imagens, depoimentos, dentre tantos outros produtos, o que proporcionará maior interatividade com o usuário e ampliará o alcance da divulgação, além de tornar a informação disponível por tempo indeterminado. Até recentemente, as ações que envolviam a memória empresarial se resumiam a edições impressas, atualmente, os conteúdos se tornaram mais interativos e dinâmicos, pois, neste meio, todas as informações relevantes que descrevem a trajetória da empresa, além de organizadas e acessíveis.

²⁷ GAGETE, Élida e TOTINI, Beth. Memória Empresarial: uma análise da sua evolução. In: NASSAR, Paulo (org.) *Memória de Empresa: história e comunicação de mãos dadas, a construir o futuro das organizações*. São Paulo: ABERJE, 2004.pg.122

Os espaços na intranet podem ser também ferramentas de coleta de dados permanentes, principalmente se houver um espaço para a interação com as pessoas e que eles possam obter ou enviar mais informações e sem uma maneira inovadora de reunir informações daqueles que vivenciaram ou ainda vivem a história da empresa. Impossível se desconsiderar. Outro fator, para utilização destes sites é de extrema importância que as informações estejam sempre atualizadas, se possível diariamente, com o fatos ocorridos de alguma importância e as imagens do mesmo.

- **Relatórios institucionais:** Dentre as informações resgatadas em uma pesquisa para que sejam apresentados fechamentos financeiros, sociais e econômicos da mesma ou do grupo empresarial, grande parte destas tem finalidade histórica, a fim de reunir dados para a elaboração de livro de fechamento, com o objetivo de orientar os gestores e funcionários sobre aspectos particulares da evolução e da situação da empresa. Entretanto, estes modelos podem conter, inclusive, informações confidenciais e que atuariam junto a um público menor, principalmente interno.
- **DVDs, CDs interativos e vídeos:** Podem ser uma versão portátil do acervo digital da empresa, de modo que possam ser entregues para seu público, contendo estudos sobre aspectos específicos do desenvolvimento da empresa, como estratégias mercadológicas, campanhas publicitárias, projetos tecnológicos inovadores, etc. Outras opções podem se reunir os depoimentos coletados através do uso da história oral ou elaborar biografias de pessoas ligadas à história da empresa
- **Exposições:** As possibilidades são inúmeras, como exposições temporárias em um prédio da empresa, revistas internas, produção e/ou apoio para o desenvolvimento de apresentações, palestras, discursos, etc. Tais produtos divulgam e reforçam a imagem institucional e das marcas, além de apresentar de forma lúdica e palpável alguns equipamentos. Se for itinerante, mesmo que temporariamente, contribuirá e muito para a divulgação dos produtos e imagem da empresa.
- **Campanhas Publicitárias** – a instituição faz campanhas utilizando os conteúdos históricos para reforçar sua imagem e associar à experiência com os anos vividos tornando isso um fator diferencial em relação a seus concorrentes.

Poderíamos relacionar alguns outros exemplos de produtos, mas fiquemos somente com estes acima citados, por serem justamente os mais comuns. Se observarmos um pouco mais detalhadamente, percebemos que tais produtos contribuem e muito para a imagem da empresa como diferencial de mercado, mas que o intuito primordial da história ou da pesquisa, é mais evidente no Centro de Memória, e esta questão, sobre as reais finalidades de muitos produtos, poderá ser amenizada se houver um funcionário, que deve ser um historiador, que tenha conhecimento sobre manutenção de arquivos (ou conte com a ajuda deste funcionário) que poderá associar as duas finalidades, fazendo a ponte e agradando ambas as partes. Cabe ao historiador apontar as falhas quando se trata de uma pesquisa somente com finalidade jornalística, e aproveitar destas situações para justificar e comprovar sua importância como profissional.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Hoje, bem como há alguns anos, o campo de trabalho do historiador é bastante reduzido, sobretudo, para as cidades de porte médio, como é o caso de Uberlândia. Sabemos da importância de diversos campos de trabalho, onde um profissional com tal formação e prática pode contribuir. Entretanto, vivemos em uma sociedade com crescente descrédito com relação à área de história; onde grande parte da sociedade, sem grandes intenções em desfavorecer qualquer profissional, alega que o passado não é fundamental para sua existência, pois pensam mais em acumular conhecimento ou bens com vistas ao futuro, acreditando que estes são os fatos principais para sucesso. O historiador, que não tem condições de permanecer no nível superior, ao ingressar no mercado encontra trabalhos voltados para educação, não que esta seja a pior das possibilidades, porém, raras vezes em instituições públicas municipais ou nacionais e museus e arquivos, onde mais do que conhecimento necessitará de arrego de padrinhos, e caso não o possua, participará de um processo de concorrência desleal.

Existem infinitos materiais e temas para pesquisas acadêmicas, mas não há espaço e investimento para todas elas. Ainda no ramo da educação, um historiador exercitará sua licenciatura, muitas vezes em cargos duplos ou triplos, para garantir um melhor salário, já que o professor também não tem o reconhecimento nem o pagamento que merece em grande parte das escolas privadas e ainda é desfavorecido das mesmas em instituições públicas. A grande maioria de historiadores, após graduados, perdem a energia misteriosa e cativante do conhecimento histórico contínuo, se deixando levar pela dificuldade que é ensinar, dentre eles a ensinar a estudantes que não têm motivação sequer pra aprender e outros que acreditam que já detém este conhecimento ou que o mesmo é desnecessário. Pode parecer meio melancólico ou negativo, mas é muito simples, basta contar quantos historiadores se formam ao ano e quantos destes realmente exercem a profissão, que nem é reconhecida oficialmente.

É poético dizer e escrever sobre pesquisas realizadas dentro das universidades e ter como apresentar as mesmas para toda uma comissão, destrinchar livros e escrever belíssimos trabalhos, entretanto, a verdadeira história está em todo lugar, envolvida com a sociedade, que nem sempre está inclusa em tais pesquisas, a sociedade é o objeto, mas não tem contato com estas pesquisas e os resultados delas. E talvez seja esta uma alternativa: procurar alguns

lugares onde haja mais pessoas que desempenhem funções variadas e queiram algum reconhecimento com isso. Mesmo que seja um pequeno e breve depoimento. Outro fator relevante é que todas estas falas supracitadas contribuem para a o distanciamento da História como ciência com a sociedade.

Em tantas discussões e congressos sobre como se fazer história, sobre o ofício do historiador, sobre como ser professor da disciplina, raríssimas vezes comentam-se sobre memória nas instituições. Talvez sejam os historiadores que não estejam se adaptando as mudanças da atualidade, em busca de novos caminhos.

Escrever teses com ênfase em qualquer tema gera trabalho e pesquisa, e não é necessário criticar uma pesquisa, ou a finalidade dela, colocá-la em nível inferior. A tentativa focada aqui é entender e compreender porque outros profissionais estão chegando a diferentes conclusões em trabalhos que envolvam pesquisa histórica, sem o fazê-lo. É como colocar um açougueiro no papel de um médico.

Talvez todos nós sintamos a ausência da comunidade nesta ciência, mas o que estamos dispostos a fazer para que esta relação melhore? Um programa de memória em uma grande empresa pode obter resultados mais numerosos, mas tem a mesma qualidade? Ou devemos considerar que aos poucos a sociedade esteja aceitando esta responsabilidade histórica?

Uma das tentativas desta curta monografia a é de possibilitar o diálogo com os profissionais da área da comunicação social tentando argumentar que esta área de produção do conhecimento no campo da memória empresarial é, também, de nossa alçada. É vislumbrar novas possibilidades para atuação do historiador.

E mais ainda garantir que a os sentimentos dos historiadores sejam sempre, os melhores possíveis para a História.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BENJAMIM, Walter. *Os cacos da história*. São Paulo, Brasiliense, 1982.
- BLOCH, Marc L. B. *Apologia da história, ou, O ofício de historiador*. Tradução: André Telles. Rio de Janeiro : J. Zahar, 2001.
- BOSI, Ecléa. *Memória e Sociedade: lembranças de velhos*. São Paulo, T.A. Queiroz, 1987.
- CARR, Edward H. *O que é História*, Rio de Janeiro : Paz e Terra, 1978.
- CHAUÍ, Marilena. *Convite à filosofia*. São Paulo: Ática, 1995.
- COHEN, David. Saia da Pré-História. Entrevista com Paul Thompson. *Revista Exame*, São Paulo: Editora Abril, ano 34, n. 34, p. 14-16, 31 ago. 2000.
- COSTA, Carolina da Cruz. *O resgate da Memória empresarial e seus impactos na imagem da empresa: case Centro de Memória Bunge*. São Paulo, 2006. Monografia (Especialização em Gestão Estratégica em Comunicação Organizacional e Relações Públicas) – ECA-USP.
- DAMANTE, Nara. História como fator de transcendência das organizações. *Revista Comunicação Empresarial*, São Paulo: ABERJE, ano 11, n. 41, p. 18-23, outubro/dezembro 2001.
- _____. Recordar é Viver. Entrevista com Paul Thompson. *Revista Comunicação Empresarial*, São Paulo: ABERJE, ano 10, n. 36, p. 8-11, julho/setembro 2000.
- DOSSE, François. *A história em migalhas: dos Annales à nova história*. Tradução Dulce A. Silva Ramos. Bauru: EDUSC, 2003.
- FENELON, Dea. *O historiador e a cultura popular*. História & Perspectiva. Jul/Dez 2000 nº 6. Uberlândia: Edufu, 2000.
- FLAMARION, Ciro. *Sobre a memora coletiva*. in Memória e (REs) Sentimento. Florianópolis. Edusc.2002.
- FONTANA , Josep, *A história dos homens*. Tradução: Heloisa Jochims Reichel, Marcelo Fernando Da Costa. São Paulo, EDUSC ; 2004.
- FOUCALT, Michel. *Arqueologia do saber*. Tradução de Luiz Felipe Baeta Neves. 7ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2004.
- GAGETE, Élida e TOTINI, Beth. Memória Empresarial: uma análise da sua evolução. In: NASSAR, Paulo (org.) *Memória de Empresa: história e comunicação de mãos dadas, a construir o futuro das organizações*. São Paulo: ABERJE, 2004.
- HALBWACHS, Maurice. *A memória coletiva*. São Paulo. Vértice. 1990.

LE GOFF, Jacques. *História e Memória*. Campinas: Editora Unicamp, 2005.

_____.e NORA, Pierre. *História: novos problemas*; Tradução de Theo Santiago. 3. ed. Rio de Janeiro : F. Alves, 1988.

LEDESMA, Cristiane Lima. *A memória empresarial e sua utilização como ferramenta de comunicação: case Espaço Memória do Grupo Pão de Açúcar*. São Paulo, 2006. Monografia (Especialização em Gestão Estratégica em Comunicação Organizacional e Relações Públicas) – ECA-USP.

LOBO, Eulália M. L. *Memória Empresarial*, in *Memória e (REs) Sentimento*. Florianópolis. Edusc.2002.

NASSAR, Paulo. História e Comunicação Empresarial. *Revista Comunicação Empresarial*, São Paulo, ano 8, n. 31, p. 34-35, abril/junho 1999.

_____.*Memória de empresa: História e comunicação de mãos dadas a construir o futuro das organizações*. Aberje Editorial. São Paulo, 2004

_____. *Memória e esquecimento*. Revista Imprensa, São Paulo, ano 21, n. 222, p. 40, abril/2007.

_____. O Comunicador Odebrecht. *Revista Imprensa*, São Paulo, ano 20, n. 219, p. 86, dezembro/2006.

_____. Relações Públicas e História Empresarial no Brasil. *Revista Brasileira de Comunicação Organizacional e Relações Públicas*, São Paulo, n. 5, p. 154-173, 2º semestre de 2006.

_____. *Relações Públicas e História Empresarial no Brasil: estudo de uma nova abrangência para o campo das Relações Públicas*. São Paulo, 2006. Tese de Doutorado – ECA-USP.

_____. *Relações Públicas na construção da responsabilidade histórica e no resgate da memória institucional das organizações*. São Caetano do Sul: Difusão Editora, 2007.

_____.Responsabilidade Social ou Responsabilidade Histórica? *Trabalhos apresentados no XXVI Ciclo de Estudos Interdisciplinares da Comunicação e XXVI INTERCOM*, Belo Horizonte, p. 89-94, 2003.

_____. Viver é rever. *Revista Reserva Cultural*, São Paulo, ano 1, n. 1, p. 68, setembro/2007.

_____, JANINE RIBEIRO, Renato e GUTTILLA, Rodolfo Witzig. (org.) *A Comunicação Organizacional frente ao seu tempo: missão, visão e valores ABERJE*. São Paulo: ABERJE Editorial, 2007.

NORA, Pierre. *Entre Memória e História: a problemática dos lugares*. São Paulo, Projeto História. n. 10, dezembro/1993.

ODEBRECHT INFORMA. *Odebrecht 60 Anos: uma história a serviço do futuro*. São Paulo, Edição Histórica. Novembro de 2004.

PEREIRA, Tânia Oliveira. A Responsabilidade Histórica e a Memória Institucional no Fortalecimento da Reputação Corporativa: Caso Odebrecht. Monografia Tânia Oliveira Pereira – São Paulo, 2007

SAMARA, Eni de Mesquita. *Historia e documento: metodologia de pesquisa*. Belo Horizonte. Autentica. 2007

THOMPSON, Paul Richard, *A voz do passado : história oral*. Tradução: Lólio Lourenço de Oliveira. 2. ed. - São Paulo : Paz e Terra, 1998.

TOLEDO, Celeste Janete de. *A memória empresarial como ferramenta de comunicação: case Corn Products Brasil*. São Paulo, 2004. Monografia (Especialização em Gestão Estratégica em Comunicação Organizacional e Relações Públicas) – ECA-USP.

VASQUES, Jesus. *Apresentação*. In WORCMAN, Karen; org. *Memória Falada*. São Paulo. Imprensa Oficial. 2005.

VIEIRA. Maria do Pilar de Araújo. *A pesquisa em historia*. São Paulo. Ed Ática. 1991.

WORCMAN, Karen. Memória do Futuro: um desafio. In: NASSAR, Paulo (org.) *Memória de Empresa: história e comunicação de mãos dadas, a construir o futuro das organizações*. São Paulo: ABERJE, 2004.

_____, org. *Memória Falada*. São Paulo. Imprensa Oficial. 2005.

ARTIGOS ON LINE

ALVES FILHO, Francisco. *Empresas investem na história*. Acesso: Outubro de 2009. Disponível em <<http://www.istoe.com.br>>

AMARAL, Cláudio. *História da Comunicação Empresarial no Brasil*. Acesso: Setembro de 2008. <<http://www.portal-rp.com.br/bibliotecavirtual/memoria/0095.htm>>

ÁREVALO, Márcia Conceição da Massena. *Lugares de memória ou a prática de preservar o invisível através do concreto*. Acesso em Julho 2009 <<http://www.anpuh.uepg.br/historiahoje/vol3n7/marcia.htm>>.

BUTTI, Irene Maria Escobar. *Memória Empresarial: diferencial para o novo milênio*. Acesso em Julho 2009 <<http://www.biblionconsultoria.com.br/artigo1.html>>

JUAÇABA, Daniele. *Centros de Memória Corporativos e a democratização da informação*. Revista Eletrônica Mestrado em Administração. Patrimônio: Lazer e Turismo. Novembro 2005. Acesso em Janeiro 2010 <www.unisantos.br/pos/revistapatrimonio/index.php>

NASSAR, Paulo. *A mãe de todas as responsabilidades*. Acesso: Outubro de 2009. Disponível em: <<http://terramagazine.terra.com.br/interna/0,,OI1837029-EI6786,00.html>>

_____. *Reputação é memória*. Acesso: Outubro de 2009. Disponível em: <<http://terramagazine.terra.com.br/interna/0,,OI1243291-EI6786,00.html>>

_____. *Uma bolsa na história*. Acesso: Outubro de 2009. Disponível em: <<http://terramagazine.terra.com.br/interna/0,,OI1985279-EI6786,00.html>>

POLLAK, Michael. *Memória, esquecimento, silêncio*. Acesso: Fevereiro de 2009. Disponível em: <<http://reposcom.portcom.intercom.org.br/dspace/bitstream/1904/4357/1/NP2ENNE.pdf>>

REVISTA COMUNICAÇÃO E ESTRATÉGIA. *A responsabilidade histórica e a memória institucional das organizações. (Entrevista com Paulo Nassar)*. Fevereiro de 2009 Disponível em:

<<http://www.comunicacaoempresarial.com.br/comunicacaoempresarial/leituras/leituras.php>>

RODRIGUES, Andréia. *Entrevista com Paulo Nassar. Ser Natura Colaborador*. Fevereiro de 2009. Disponível em: <http://www.aberje.com.br/novo/acoes_artigos_mais.asp?id=365>

SITES DE EMPRESAS

www.inph.gov.br

www.centrodememoria.unicamp.br/

www.aberje.com.br

www.alexandrinogarcia.com.br

www.escriitoriodehistorias.com.br/

www.memoriaeidentidade.com.br/

www.museudapessoa.net/

www.fundacaobunge.org.br

www.fundacaotelefonica.org.br/museu/

www.eletronbras.gov.br/40anos/default.asp

www2.petrobras.com.br/cultura/portugues/patrimonioedificado/proj/edif_centromemoria.asp

www.receita.fazenda.gov.br/Historico/SRF/historia/alfamemo.htm

www.centrocultural.sp.gov.br/index.asp

www.musicasobretrilhos.blogspot.com/2009/01/historia-das-ferrovias-no-brasil.html

www.memoria.petrobras.com.br/internauta/index.jsp

www.memoriavotorantim.com.br/memoria/

www.grupopaodeacucar.com.br/memoria/default_memo_projeto.asp