

# Museu, memória e poder

Renata Andreoni

## RESUMO

Este trabalho pretende desenvolver uma apreciação referente às imbricações entre Museu, Poder e Memória dentro da esfera empresarial. Objetiva-se compreender como a prática memorialística é utilizada na construção de um discurso pela busca de uma aura histórica legitimadora. No contexto da **Hipermodernidade** (LIPOVETSKY, 2004), para problematizar a reflexão sobre os museus empresariais, destacaremos o posicionamento de Baudrillard em relação aos processos de simulação e **branqueamento** de um passado sem máculas.

**PALAVRAS-CHAVE:** Museu. Poder. Hipermodernidade. Memória.

## 1 Introdução

O presente artigo propõe dissertar, brevemente, sobre o processo de (re)significação dos museus na contemporaneidade, buscando compreender as relações dialéticas entre poder, memória e esquecimento no discurso museológico. A análise está focalizada sobre o conceito de Memória Empresarial e sua importância para a comunicação organizacional e suas produções memorialísticas, que podem se constituir em processos de enquadramento sobre o público.

Este ensaio realiza sua reflexão no contexto da Hipermodernidade (LIPOVETSKY, 2004), onde identificamos um significativo impacto econômico sobre a preservação, que resulta na proliferação de museus e na obsessão comemorativa. Nesse sentido, busca-se refletir sobre a cultura museica, principalmente, no âmbito empresarial, considerando o conceito de “branqueamento” (BAUDRILLARD, 1992) por parte das instituições que almejam a construção de uma história enaltecida junto à sociedade.

## 2 A (Re)significação do Museu

A sociedade contemporânea se constitui através da pluralidade e da contradição, composta por diferentes representações<sup>1</sup> e identidades conflitantes, e, da mesma forma, os museus também não são blocos unívocos. Eles são espaços de disputas, seletivos e contraditórios, trabalhando diretamente numa relação dialética entre memória e esquecimento. “Suponho que se engana quem pensa que há humanidade possível fora da tensão entre o esquecimento e a memória” (CHAGAS, 2005, p.24). Tal tensão faz parte do cotidiano das instituições museológicas. Nesse sentido, nos afastamos da ideia de museu, preponderante, no século XIX, quando era idealizado como “arcabouço do passado e guardião da verdade”, onde estava exposta a “história oficial”.

O museu contemporâneo seleciona os vestígios do passado, organizando discursos para promover e veicular suas representações sobre o pretérito, o presente e o que deverá permanecer para o devir: “Sua ação básica desenrola-se em torno da seleção e conservação de um dado conjunto de documentos, objetos, artefatos ou imagens, e na comunicação dos conteúdos que deseja apresentar.” (POSSAMAI, 2001, p.10). Ele é produtor e divulgador de sentidos na sociedade, se constituindo como uma instituição política, que pode se tornar veículo de cidadania. O museu não é uma estrutura estática, é um processo dinâmico, um espaço discursivo e interpretativo em permanente relação com os atores sociais. Para melhor compreendermos a construção dos discursos museológicos, podemos utilizar a analogia apresentada no filme *Narradores de Javé*<sup>2</sup>, pelo personagem Antônio

<sup>1</sup> Segundo Roger Chartier há três modalidades de articular a relação com o mundo social. “[...] de início, o trabalho de classificação e de recorte que produz configurações intelectuais múltiplas pelas quais a realidade é contraditoriamente construída pelos diferentes grupos que compõem uma sociedade, em seguida, as práticas que visam a fazer reconhecer uma identidade social, a exibir uma maneira própria de ser no mundo, a significar simbolicamente um estatuto e uma posição; enfim, as formas institucionalizadas e objetivadas em virtude das quais “representantes” (instâncias coletivas ou individuais singulares) marcam de modo visível e perpétuo a existência do grupo, da comunidade ou da classe.” (CHARTIER, 1991, p. 21).

<sup>2</sup> Dirigido por Eliane Caffé, produzido por Bananeira Filmes, 2003.

Biá (protagonizado por José Dumont) quando começa “história grande de Javé”, a partir dos relatos de seus moradores. Em uma das seqüências desta produção cinematográfica, Biá relaciona a memória ao lápis e a borracha ao esquecimento, justificando que dessa forma as memórias estão em permanente (re)construção. Assim, são constituídas as histórias que são expostas no museu para provocar, seduzir, socializar, trocar informações e comunicar.

Nesse sentido, observa-se uma re-significação nos museus, na qual as premissas de conservação e preservação cedem espaço para a comunicação, onde o objeto museal, além de tombado e salvaguardado, deve ser explorado, relacionado e interpretado. Os museus como conectores culturais de espaço e tempo (CASTELLS, 2008) potencializam as diferentes alternativas de conexões temporais e espaciais, fato que elucida a criação dos variados tipos de museus: virtuais, itinerantes, comunitários, ecomuseus<sup>3</sup>, entre outros. Tal multiplicidade demonstra a potencialidade desses espaços como instrumentos para a harmonia social, através da sua capacidade de realizar diferentes conexões, trabalhando a pluralidade expressada na sociedade contemporânea. Entretanto, na medida em que percebemos o museu como produtor e produto da estrutura social, emissor de discursos e sentidos, devemos estar atentos para outros usos possíveis. Dessa forma, podemos pensar na prerrogativa de Baudrillard, a partir de seu conceito de *museificação*.

<sup>3</sup> Essa tipologia é baseada na musealização de um território no tempo social, a partir do qual a valorização é dada aos processos naturais e culturais, e não aos objetos.

O mesmo em Creusot, no âmbito dos <<museus sem fronteiras>>, onde se museificaram no local, como testemunhas <<históricas>> da sua época bairros operários inteiros, zonas metalúrgicas vivas, uma cultura completa, homens, mulheres e crianças incluídos – gestos, linguagens, costumes incluídos, fossilizados vivos como num instantâneo. O museu, em vez de estar circunscrito como lugar geométrico, está agora em toda a parte, como uma dimensão da vida (BAUDRILLARD, 1991, p. 15-16).

A partir desta análise, a cultura museica de Baudrillard parte do conceito de **simulação**, que passa a ocupar o lugar do fato, propriamente dito. Dessa forma, no lugar da realidade, o que temos é uma **hiper-realidade**, onde a simulação rompe com qualquer princípio de contradição e falsificação, se tornando ainda mais real do que o “real”. Conforme o autor: “A simulação já não é a simulação de um território, de um ser referencial, de uma substância. É a geração pelos modelos de um real sem origem nem realidade: hiper-real.” (BAUDRILLARD, 1991, p. 8). As diferentes tipologias de museus e suas possibilidades diversificadas de atuação são exemplos de como essas instituições podem corroborar com a lógica dominante, mas também como processos de resistência, buscando vias alternativas para combatê-la, (re)constituindo elos de identificação. Ao analisarmos o papel dos museus na atualidade, percebemos a intrínseca relação com

o poder, embora ela esteja presente desde os remotos tempos, quando o conceito museu surgiu na Grécia Antiga.

O vocábulo museu, como se sabe, tem origem na Grécia, no Templo das Musas (Museiôn). As musas, por seu turno, foram geradas a partir da união mítica celebrada entre Zeus (identificado com o poder) e Mnemósine (identificada com a memória). O retorno à origem do termo museu não tem nada de novo. Diversos textos trazem essa referência. Avançando um pouco pode-se reconhecer, ao lado de Pierre Nora (1984), que os museus vinculados às musas por herança materna (matrimônio) são “lugares de memória”; mas por herança paterna (patrimônio) são configurações e dispositivos de poder. Assim, os museus são a um só tempo: herdeiros de memória e de poder. Estes dois conceitos estão permanentemente articulados nas instituições museológicas (CHAGAS, s/d, p. 2).

A partir do que apresenta o museólogo Mario Chagas, podemos perceber a importância da memória e do poder como características estruturantes das instituições museológicas. Através da prática relacional entre memória/esquecimento e poder é que se origina a criação, a consagração e a circulação dos discursos e bens culturais que encontramos nos museus. Assim como afirma Pierre Bourdieu, em seu livro *A Produção da crença* (1977), que a legitimação dos bens simbólicos se encontra na energia acumulada na história de cada campo, constituída por meio de lutas e conflitos pela disputa de autoridades.

### 3 Relações dialéticas: poder, memória e esquecimento

A partir da percepção da memória como um instrumento de poder e de constituição de identidade, podemos compreender melhor como temáticas, antes destinadas a debates acadêmicos e elucubrações filosóficas passaram a ocupar espaços em instituições empresariais. Entretanto, assim como o poder está imbricado ao conceito de museu desde sua origem, a memória é organizada como princípio legitimador, como prática secular. A institucionalização de ritos simbólicos – atos comemorativos – marcou as transformações da Europa no século XIX, “[...] os poderes fomentaram várias liturgias de recordação, tendo em vista socializar e enraizar a(s) nova(s) memória(s) em construção (ou em processo de refundação).” (CATROGA, 2001, p. 57). Segundo Castells, o poder está na capacidade de modelar a mente<sup>4</sup> através de processos de comunicação, relacionando o conteúdo e o formato da mensagem com as redes neurais de associação que surgem da interação com a organização social. Ao ativar as redes neurais adequadas é que se estimulará o processo de comunicação, quando forem estabelecidas imagens mentais da percepção com imagens da memória: “Os sentimentos processam emoções na mente no contexto da memória (isto é, os sentimentos incluem associações com outros acontecimentos, já experimentados diretamente pela

<sup>4</sup> Conforme Castells, a mente é um processo, não um órgão. Um processo material que se produz no cérebro ao interagir com o corpo (CASTELLS, 2009).

pessoa ou transmitidos através da genética ou culturalmente)” (CASTELLS, 2009, p. 195, tradução nossa.).

Nesse sentido, podemos perceber a prática comemorativa como uma forma de enquadramento da mente humana. É através da seleção de determinados elementos que se constitui o discurso museológico, objetivando estimular sentimentos que permanecem na memória, direta ou indiretamente registrados. Tanto as memórias individuais, quanto coletivas, são construções que estão sujeitas a transformações e flutuações. Conforme Michael Pollack (1992), a memória é constituída por três elementos: os acontecimentos vividos pessoalmente; os acontecimentos “hereditários”, quando se refere a fatos presenciados pelo grupo à qual a pessoa se sente pertencer, ou seja, que não são vivenciados pessoalmente, mas apropriados por meio do imaginário; e a memória constituída por pessoas e personagens, podendo-se ainda considerar os lugares de memória, aqueles associados a alguma lembrança.

*A priori*, a memória pode ser pensada como algo distante do prosaico, fidedigna aos fatos passados, o arcabouço da verdade, algo pronto, à disposição. No entanto, essas características são ilusórias. A representação de memória pode ser elucidada a partir do que coloca Pierre Nora sobre esse conceito:

A memória é a vivida sempre por grupos vivos e, nesse sentido, ela está em permanente evolução aberta à dialética da lembrança e do esquecimento inconsciente de suas deformações sucessivas, vulnerável a todos os usos e manipulações, susceptível de longas latências e de repentinas revitalizações. [...] A memória é um fenômeno sempre atual, um elo vivido no eterno presente; [...]. Porque é afetiva e mágica, a memória não se acomoda a detalhes que a confortam; ela se alimenta de lembranças vagas, telescópicas, globais ou flutuantes, particulares ou simbólicas, sensível a todas as transferências, cenas, censura ou projeções. [...] é, por natureza, múltipla e desacelerada, coletiva, plural e individualizada (NORA, 1993, p. 9).

A memória<sup>5</sup> parece ser um fenômeno individualizado, no entanto, ela deve ser compreendida, sobretudo, como uma construção coletiva e social, marcada por desencontros, pela disparidade temporal e espacial, por disputas de gênero, étnicas, de *habitus*<sup>6</sup>, entre outros fatores que interferem na organização das memórias coletivas. A seleção é prerrogativa imprescindível, pois não existe memória sem esquecimento, a relação dialética entre o esquecer e o lembrar é o que constitui a memória. Conforme considerou Friedrich Nietzsche:

Imaginemos, para tomar um exemplo extremo, um homem que estivesse condenado a ver em tudo um *devenir* (*Werden*): um homem assim não acreditaria mais na sua própria existência, não acreditaria mais em si, veria tudo se dissolver numa multidão de pontos móveis e deixar-se-ia arrastar por esta torrente do *devenir*: como um verdadeiro discípulo de Heráclito, ele acabaria por nem sequer ousar mexer um dedo. *Toda a ação exige esquecimento*, assim como toda a vida orgânica exige não somente a luz, mas também a escuridão (NIETZSCHE, 2005, p. 72, grifo nosso).

<sup>5</sup> Em seus estudos Maurice Halbwachs (1990), busca compreender os quadros sociais que compõem a memória. Para ele a memória aparentemente mais particular remete a um grupo. O indivíduo carrega em si a lembrança, mas está sempre interagindo com a sociedade, seus grupos e instituições.

<sup>6</sup> Neste caso, se compreende o conceito de “*habitus*” a partir da definição de Pierre Bourdieu, em que [os *habitus*] “são sistemas de disposições duráveis e transponíveis, estruturas estruturadas predispostas a funcionar como estruturas estruturantes, isto é, a funcionar como princípios geradores e organizadores de práticas e de representações que podem ser objetivamente adaptadas a seu objetivo sem supor que se tenham em mira conscientemente estes fins e o controle das operações necessárias para obtê-los [...]”. (BOURDIEU *apud* CUCHE, 2002, p. 117)

A partir da reflexão do filósofo do século XIX, se pode estabelecer uma relação com a obra do argentino Jorge Luis Borges. Em seu conto *Funes, O Memorioso*, o escritor nos apresenta um homem incapaz de esquecer. Funes, um simples peão de uma estância no Uruguai, adquire a incrível capacidade de decorar e recitar obras clássicas inteiras em latim, lendo-as apenas uma vez. Recordar-se-ia, detalhadamente, segundo a segundo vivido em um dia, o balançar de cada uma das folhas de uma árvore ao vento, os mais insignificantes movimentos de um cão passando em frente a sua janela. Carregaria essas lembranças para o resto de sua vida. Elas jamais deixariam, em nenhum instante, sua memória. No entanto, o acúmulo de informações se torna algo insuportável. Embora adquirisse a capacidade do “não esquecer”, isso não significava uma qualificação em sua inteligência. Repetia suas complexas e longas leituras como se fosse um gravador, era incapaz de interpretar, “digerir” e compreender a gigantesca quantidade de informações registradas. Por fim, não existia mais o que conhecemos como memória, que por definição é maleável, seletiva, contraditória e afetiva. *O Memorioso* estava condenado a viver um eterno presente, incapaz de mudar as imagens, indelevelmente, marcadas em sua mente.

A atual **mania de museus** (HUYSSSEN, 1996, p. 238–255), na perspectiva de **museificação** (BAUDRILLARD, 1991), pode acabar nos conduzindo para um mundo sem esquecimento e, conseqüentemente, sem memória. Para Jean Baudrillard: “Deve ser isso o paraíso ou o inferno: a rememorização massiva, a cada instante, de todas as figuras da nossa vida. A imortalidade penitenciária, a imortalidade carcerária de uma memória implacável.” (BAUDRILLARD, 1991, p. 110).

Dizem de brincadeira que abre um museu por dia na Europa, e já se perdeu a conta das comemorações de aniversário dos grandes e nem tão grandes acontecimentos históricos. Em nossa época, o que não se presta mais a ser objeto de museu, de restauração, de celebração? Do décimo ao quinquagésimo aniversário, do primeiro ao sesquicentenário, toda data é pretexto para festividades. Logo não existirá mais nenhuma atividade, nenhum objeto, nenhuma localidade, que não tenha a honra de uma instituição museal. Do museu da *crêpe* ao da sardinha, do museu de Elvis ao dos *Beatles*, a sociedade moderna é contemporânea do tudo-patrimônio-histórico e do todo-comemorativo (LIPOVETSKY, 2004, p. 81).

A partir do exposto pelo autor, se percebe mais do que a massificação uma vulgarização dos atos comemorativos e dos espaços de memória. A própria tentativa de preservação do passado levaria ao seu completo esvaziamento de importância. Um dos fatores que colaboram para a inversão do valor do pretérito é a forma equivocada como este é percebido e trabalhado. O passado, as memórias, as datas comemorativas não podem ser vistas simplesmente como “objetos colecionáveis”, deve existir percepção e conceitualização apropriadas, que definam seus limites e relações.

Na medida em que a memória é o reconhecimento do passado, através da recordação, a história é representação desse mesmo passado, constituído através de vestígios e indícios (documentos e monumentos) que são compilados e investigados com objetivo de alcançar a verossimilhança. Segundo Paul Ricoeur (2007), para compreender o passado se busca uma dada representação do pretérito a fim de apresentar um passado possível. Nesse sentido, a representação se constitui como objeto e ferramenta da(s) história(s), a partir de diferentes interpretações. Considerar as múltiplas possibilidades de percepções não legitima a abertura irrestrita ao ato imaginativo, pois, como refletiu Umberto Eco, em sua obra *Os Limites da interpretação* (1990), dizer que um texto não tem fim não significa que todo ato de interpretação é válido. Entretanto, as construções e interpretações podem ser conduzidas a um enquadramento que possibilite a constituição de estruturas de poder e de resistência. Assim como em exemplos de desconstruções fornecidos por Derrida, no qual a “[...] desconstrução não significa passar de um conceito para outro e sim derrubar e aplanar uma ordem conceitual ou a não-ordem conceitual com que o texto está articulado.” (DERRIDA, 1972 *apud* ECO, 1990, p. 19).

#### 4 Memória empresarial e poder: um processo de enquadramento na Hipermodernidade

Podemos observar que, nos últimos anos, há um pungente crescimento de projetos de memória em pequenas, médias e grandes empresas. Uma tendência que vem crescendo no Brasil desde a década de 1990. Essas propostas são organizadas de diferentes maneiras, como formação de Centros de Documentação e Memória, publicações de livros, organização de exposições, trabalhos de história oral<sup>7</sup>, entre outros. A Responsabilidade Histórica passa a fazer parte da Social, na medida em que há a compreensão dos gestores de seu papel histórico dentro de seu segmento e de sua comunidade, nesse sentido, esta prerrogativa se torna cada vez mais presente nas missões das instituições. Tais iniciativas alteram, de diversas formas, a relação da empresa com seus públicos – externos e internos – proporcionando um novo diálogo com a sociedade. Dessa forma, podemos identificar uma nova preocupação entre os gestores, pois comunicar as histórias e memórias de uma empresa passa a ser também uma questão estratégica. Nesse sentido, Beatriz Sarlo (*apud* FIGUEIREDO, 2009, p. 16) salienta que “[...] as operações com a história entraram no mercado simbólico do capitalismo tardio com tanta eficiência como quando foram objeto privilegiado das instituições escolares desde o fim do século XIX.”.

<sup>7</sup> Segundo Paul Thompson, em entrevista concedida no Brasil, quando realizou uma palestra no II Encontro Internacional de Museus Empresariais, organizado pela Associação Brasileira de Comunicação Empresarial em 2002, a história oral pode trazer, em termos de resultados às empresas, o envolvimento dos consumidores com a marca. “No momento em que ela está no imaginário das pessoas – como, por exemplo, uma marca de sabão em pó muito tradicional – você pode ver como as pessoas lavavam roupas antes e como estão lavando agora, como ele fez parte da vida daquela sociedade”.



A partir dessas iniciativas, observamos um novo fenômeno no campo museal: a presença de empresas nesse cenário. Considerando que essa atividade foi historicamente desenvolvida somente pelo Estado ou por setores culturais, as empresas começam a ocupar um papel significativo na constituição de museus, na medida em que percebem esses espaços como uma nova forma de comunicação e núcleos de poder.

O cenário que visualizamos esta mudança é a **Hipermodernidade**. Apresentada por Gilles Lipovetsky, na obra *Tempos Hiper-Modernos* (2008), o autor constitui sua análise a partir da constatação de que o rótulo *pós-moderno* já esgotou sua expressão sobre o mundo que se anuncia. A **Hipermodernidade** não encerra com a modernidade, mas a eleva à potência superlativa, caracterizada pelo individualismo, ansiedade, vulnerabilidade, busca de identidade e obsessão pelo tempo numa sociedade globalizada e tecnológica.

Lembro, logo existo. No ritmo alucinante da contemporaneidade, com mudanças aceleradas e dissolução de certezas e referenciais, recorrer à memória é mais do que uma compensação. É uma tentativa desesperada de encontrar alguma estabilidade diante da reordenação social e temporal do mundo. [...] É tentar reviver momentos de coerência e estabilidade (PENA, 2007, p. 1).

A posição estratégica da memória nos centros empresariais pode encontrar respaldo nas características do mundo contemporâneo apresentadas por Felipe Pena. Os projetos de memória empresarial surgem, nas últimas décadas, sob formatos distintos. De um lado, efemérides mais pontuais, voltadas a eventos e publicações festivas, normalmente nas famosas datas cheias (30, 45, 60), de outro, programações mais reflexivas baseadas em procedimentos teóricos e metodológicos que pretendem estabelecer processos de comunicação mais dinâmicos e interativos. Entretanto, essas produções memorialísticas podem se constituir num processo de enquadramento da sua imagem entre seus diferentes públicos: funcionários, clientes, parceiros institucionais, etc.

Em vez da fuga para a frente, preferimos o apocalipse retrospectivo e o revisionismo em todas as coisas – todas as sociedades se tornam revisionistas, repensam tudo pacificamente, branqueiam os crimes políticos, os escândalos e também as feridas, alimentam o seu fim. A própria celebração e a comemoração não são mais do que a forma homeopática do assassinio cauteloso. É a tarefa dos herdeiros, cujo ressentimento para com o morto não tem fim. Os museus, os jubileus, os festivais, as obras completas, os mínimos fragmentos inéditos, tudo testemunha que entramos numa era ativa de ressentimento e de arrependimento. (BAUDRILLARD, 1992, p. 39).

Podemos trazer esta reflexão para o âmbito dos museus empresariais, a partir de um revisionismo ou “branqueamento” da imagem institucional, na medida em que tem suas histórias organizadas num espaço de memória. Desta forma, podemos identificar a possibilidade de se construir um passado sem mácu-



las. Há nesta proposição, uma manipulação do museu de empresa como organização símbolo deste ato. Para exemplificar o exposto, podemos recorrer ao trabalho realizado pelas grandes empresas que buscam destacar sua trajetória, tradição e consciência social, embora muitas vezes trabalhem com produtos nocivos ao meio ambiente e saúde dos indivíduos (tabagismo, álcool, componentes tóxicos...).

Em breve retrospectiva sobre o conceito de **memória empresarial**, segundo Beth Totini e Elida Gagete (2004), verificamos que ele adquiriu novos sentidos em meados da década de 1920, após a criação, nos Estados Unidos, da *Business Historical Society* e da criação, em Harvard, da disciplina *História Empresarial*. Esse objeto de estudo acadêmico buscava apreender as técnicas administrativas de grandes empresários sobre seus negócios. Sobre a influência dos Estados Unidos, esse novo conceito começou a ser desenvolvido em países da Europa, como, por exemplo, França e Inglaterra. Ao longo do século XX, esse estudo focalizado na análise econômica passou a abranger outros aspectos, ou seja, temas transversais à trajetória da empresa passaram a compor uma nova perspectiva. O surgimento da Nova História<sup>8</sup> teve forte influência nesse processo, pois trouxe a dimensão do simbólico para a memória empresarial. Dessa forma, a história de uma organização passou a adquirir importância a partir de um discurso construído no contexto social, destacando essas instituições como agentes históricos, ou seja, também como construtores das estruturas que as envolvem.

No Brasil, podemos apontar para profundas mudanças a partir do final dos anos de 1980, com o processo de redemocratização do país. O retorno à democracia apontava novos direcionamentos estruturais, exigindo novas prerrogativas às empresas. Tanto as relações internas, quanto externas, cambiavam para outra concepção dialógica, com a premência de atender as novas exigências do mercado. Assim, a década de 1990 foi marcada por uma reestruturação organizacional, ordenada para a busca de certificações de qualidade, maior transparência nas atividades institucionais e articulações na busca de um maior engajamento social.

Diante do enfraquecimento das formas tradicionais de relações públicas e de comunicação com o objetivo de envolver os empregados e outros públicos, a história organizacional começou a se firmar como uma nova perspectiva para o reforço, principalmente, do sentimento de pertença dos empregados, como protagonistas fundamentais das realizações, dos bens, dos serviços e da própria sustentação dos empreendimentos. [...] deixando os trabalhadores de ser receptores passivos para se tornarem atores envolvidos e participantes (NASSAR, 2006, p. 22).

Em evidência, o trabalhador passa a ser sujeito dessas trajetórias, se identificando com a empresa a partir de uma história compartilhada. É esse sentimento de pertença que fortifica as

■  
<sup>8</sup> A *Nova História* expandiu o campo de ação do conhecimento histórico, permitindo a utilização de novos temas e fontes de pesquisa, transformando os paradigmas da produção de conhecimento nesta área. Com a aceitação cada vez maior da subjetividade, sensibilidades e representações, a música, a pintura, o cinema, a arquitetura, a memória e a oralidade passaram a fazer parte do arsenal do historiador. Veja BURKE (2005) e PESAVENTO (2005).

relações internas das instituições e corrobora com a constituição da sua identidade, fator que valoriza sua marca e proporciona um lugar de destaque no mercado competitivo. Portanto, quando a empresa passa a trabalhar com essa perspectiva histórica, considerando seu papel na sociedade e seu envolvimento com a comunidade, a memória empresarial passa a compor um elemento fundamental na comunicação dessas instituições, que promove identidade e credibilidade entre os atores sociais internos e externos. Segundo Hall (2000), o processo de identificação nunca é definitivamente determinado, a constituição da identidade é um processo de articulação e adaptação constante.

Nesse contínuo constituir da identificação torna-se indispensável o “outro”, a identidade opera pela alteridade que necessita gerar um discurso de delimitação de fronteiras simbólicas, que separam o “eu” do “outro”. O fato de a identidade estar em constante construção, atendendo as diferentes contingências e necessidades da sociedade através do tempo, não impede que se formem “pontos de apego temporário”, as identidades seriam as posições que os sujeitos são conduzidos a assumir dentro do discurso construído pela sociedade na qual se insere. Em tais pontos de apego, podemos perceber aqueles que estão dentro da fronteira, o que poderíamos considerar como semelhantes, que compartilham características culturais, religiosas, partidárias, étnicas, econômicas, entre outras. Entretanto, o ponto de referência e manutenção da identidade está no além da fronteira, ou seja, se constitui e/ou reconstitui a partir do alheio, do diferente.

Cada vez mais, as empresas fazem referência a seu passado, explorando seu patrimônio histórico, divulgando-o, lançando produtos de cunho saudosista que “revivem” os tempos de antanho. Letreiros comerciais apresentam artigos oriundos do patrimônio histórico, e muitas marcas oferecem “receitas à moda antiga” e produtos inspirados em tradições ancestrais. Na sociedade hipermoderna, a antiguidade e a nostalgia se tornaram argumentos comerciais, ferramentas mercadológicas. Esse retorno revigorado do passado constitui uma das facetas do cosmo do hiperconsumo experiencial: trata-se não mais de apenas ter acesso ao conforto material, mas sim de vender e comprar reminiscências, emoções, que evoquem o passado, lembranças de tempos considerados mais esplendorosos. Ao valor de uso e ao valor de troca se junta agora o valor emotivo-mnêmico ligado aos sentimentos nostálgicos. Um fenômeno indissociavelmente pós- e hipermoderno. Pós porque se volta para o antigo. Hiper porque doravante há consumo comercial da relação com o tempo, pois a expansão da lógica mercantil invade o território da memória (LIPOVETSKY, 2004, p. 83-84).

Pode-se estabelecer uma clara ligação entre o pensamento de Hall e de Lipovetsky, no momento em que os sentimentos nostálgicos se constituem em pontos de apego, gerando sentimentos de pertença da empresa com seus públicos. A identificação, a aproximação e aceitação seriam realizadas não pela venda de uma imagem moderna, contemporânea, mas pelo fato da empresa e sociedade compartilharem reminiscências do mesmo passado.

A característica hiperbolizada e simulada da realidade define a sociedade contemporânea como um espetáculo, só que Jean Baudrillard “[...] destaca esse conceito de sua base material e faz dele um sistema ‘auto-referencial’, em que os signos não são mais um disfarce da realidade, mas são, de fato, a realidade.” (JAPPE, 1999 *apud* PINHEIRO, 2007, p. 220). Nesse sentido, o discurso que está exposto no museu empresarial acaba se tornando mais concreto que a sua trajetória.

Segundo Karen Worcman (2004), o trabalho com a Memória Empresarial não é simplesmente evocar o passado da empresa, mas, sobretudo, o uso que ela faz de sua história. Nesse sentido, podemos pensá-la como marco referencial para enquadrar/“branquear” (BAUDRILLARD, 1992), entre seus diferentes públicos, a imagem da instituição que se pretende constituir e comunicar através de efemérides e processos memorialistas. Esta ação pretende despertar sentimentos e emoções que conduzam a efeitos cognitivos que reforcem suas relações e estruturas de poder.

O posicionamento de Baudrillard se mostra penetrante, instigante e perturbador em relação à cultura museica contemporânea. Entretanto, refletir a (re)significação dos museus sob a luz de suas “provocações”, se faz relevante para ponderarmos o papel das instituições que legitimam e reproduzem um poder hegemônico. No caso deste breve ensaio, que pontuamos os programas de Memória Empresarial, suas considerações se fazem ainda mais pertinentes, pois “a memória em tempos de hiperconsumo” (LIPOVETSKY, 2004) vem sendo cada vez mais utilizada nas empresas como estratégia de marketing e relacionamento com a sociedade.

## Museum, memory and power

### ABSTRACT

This work aims to develop an appreciation regarding overlaps between Museum, Power and Memory in the business sphere. The objective is to understand how the memoir practice is used in the construction of a speech by the pursuit of a legitimate historical aura. In the context of *Hypermodernity* (Lipovetsky, 2004), to discuss the reflection on the business museum, we will highlight the positioning of Baudrillard in relation to simulation processes and *whitening* of a past untainted.

**KEYWORDS:** Museum. Power. Hypermodernity. Memory.

## Museo, memoria y poder

### RESUMEN

El presente trabajo pretende desarrollar una apreciación sobre las imbricaciones entre Museo, Poder y Memoria en el ámbito empresarial. Objetivase comprender como la práctica de la memoria es utilizada en la construcción de un discurso en la búsqueda de una imagen histórica legitimadora. Bajo el contexto de la *Hipermodernidad* (Lipovetsky, 2004), buscarse problematizar

la reflexión acerca de los museos de empresas, destacando el posicionamiento de Baudrillard en relación a los procesos de simulación y *blanqueamiento* de un pasado sin maculas.

**PALABRAS CLAVE:** Museo. Poder. Hipermodernidad. Memoria

## Referências

- BAUDRILLARD, Jean. **A Ilusão do fim ou a greve dos acontecimentos**. Lisboa: Terramar, 1992.
- \_\_\_\_\_. **Simulacros e simulações**. Lisboa: Relógio d'Água, 1991.
- BOURDIEU, Pierre. **A Produção da crença**. 3.ed. Porto Alegre: Zouk, 2008.
- BURKE, Peter. **O Que é história cultural?** 2. ed. Rio de Janeiro: Zahar, 2005.
- BORGES, Jorge Luís. Funes, O Memorioso. In: \_\_\_\_\_. **Ficções**, São Paulo: Globo, 1999.
- CASTELLS, Manuel. **A Sociedade em rede**. 11.ed. São Paulo: Paz e Terra, 2008. (A Era da informação – economia, sociedade e cultura, v.1).
- \_\_\_\_\_. **Comunicación y Poder**. Madrid: Alianza, 2009.
- CATROGA, Fernando. **Memória, história e historiografia**. Coimbra: Quarteto Editora, 2001.
- CHAGAS, Mario. Museus: antropofagia da memória e do patrimônio. **Revista do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional**, Brasília, n. 31, 2005.
- \_\_\_\_\_. **Memória e poder**: contribuição para a teoria e a prática nos ecomuseus. Disponível em <<http://www.quarteirao.com.br/pdf/mchagas.pdf>> Acessado em: 20 jun. 2011.
- CHARTIER, Roger. O Mundo como representação. **Estudos Avançados**, São Paulo, v.5, n.11, jan.1991. Disponível em: <[http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0103-40141991000100010&script=sci\\_arttext&tlng=em](http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0103-40141991000100010&script=sci_arttext&tlng=em)>. Acesso em: 13 mar. 2009.
- CUCHE, Denys. **A Noção de cultura nas ciências**. Bauru: EDUSC, 2002.
- ECO, Umberto. **Os limites da interpretação**. Tradução Pérola de Carvalho. São Paulo. Editora Perspectiva, 1990.
- FIGUEIREDO, Mirian Colares. **Da Memória dos trabalhadores a memória da Petrobrás**: A História de um Projeto. 2009. Dissertação (Mestrado) – Programa de Pós-Graduação em História, Política e Bens Culturais, Fundação Getúlio Vargas (CPDOC), Rio de Janeiro.
- HALBWACHS, Maurice. **A Memória coletiva**. São Paulo: Vértice, 1990.
- HALL, Stuart. Quem Precisa da Identidade? In: \_\_\_\_\_. **Identidade e diferença**: a perspectiva dos estudos culturais. Petrópolis: Vozes, 2000.
- HUYSSSEN, Andreas. **Memórias do Modernismo**. Rio de Janeiro: UFRJ, 1996.
- LIPOVETSKY, Gilles. **Tempos hipermodernos**. São Paulo. Barcarolla, 2004.

- NASSAR, Paulo. **Relações Públicas e história empresarial no Brasil**. 2006. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação) – Escola de Comunicação e Artes, Universidade de São Paulo.
- NIETZSCHE, Friedrich. **Escritos sobre História**. São Paulo: Loyola, 2005.
- NORA, Pierre. Entre memória e história: a problemática dos lugares. **Revista Projeto História**, São Paulo: Departamento de História de Pontifícia Universidade Católica de São Paulo/PUC-SP, n.10, p. 7-28, 1993.
- PENA, Felipe. Subjetividade midiática. **Psicologia Clínica**, Rio de Janeiro, v. 19, n. 1, p. 41-55, 2007.
- PESAVENTO, Sandra Jatahy. História e história cultural. 2.ed. Belo Horizonte: Autêntica, 2005.
- PINHEIRO, Marcos José. **Museu, memória e esquecimento**. Rio de Janeiro: E-papers Serviços Editoriais, 2007.
- POLLACK, Michael. Memória e identidade social. **Estudos Históricos**, Rio de Janeiro, v. 5, n. 10, p. 200-212, 1992.
- POSSAMAI, Zita Rosane. **Nos bastidores do museu**. Porto Alegre: EST Edições, 2001.
- RICOEUR, Paul. **A Memória, a história, o esquecimento**. Campinas, SP: UNICAMP, 2007.
- THOMPSON, Paul. **Recordar é Viver**. Entrevista de Paul Thompson a Nara Damante, Disponível em: <[http://www.aberje.com.br/revista/antigas/rev\\_36\\_entrevista.htm](http://www.aberje.com.br/revista/antigas/rev_36_entrevista.htm)> Acesso em: 5 ago.2010.
- TOTINI, Beth; GAGETE, Élide. Memória empresarial: uma análise de sua evolução. In: NASSAR, Paulo (Org.). **Memória de empresa**. São Paulo: Aberje Editorial, 2004. p. 113-126.
- WORCMAN, Karen. Memória do futuro: um desafio. In: NASSAR, Paulo (Org.) **Memória de Empresa**. São Paulo: Aberje Editorial, 2004. p. 23-30.

### **Renata Andreoni**

*Mestranda em Comunicação Social pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS).*

*Bolsista pela Coordenação de Aperfeiçoamento de Nível Superior (CAPES).*

*Membro do Grupo de Estudos em Comunicação Organizacional e Novas Tecnologias da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS).*

*Coordenadora da Unidade de Documentação e Memória da Cia. Carris Porto-Alegrense.*

*E-mail: andreoni.renata@gmail.com*

