

## HISTÓRIA E EMPRESA

José M. Amado Mendes (Col. Manuel Ferreira Rodrigues), *Santos Barosa — 100 anos no vidro, 1889-1981*, Marinha Grande, Santos Barosa - Vidros, S. A., 1992, 232 pp.(com ilustração).

«Em Portugal — refere a revista *Fortuna*, n.º 18 — as histórias das empresas são normalmente hinos ao passado embrulhados em papel couché, fotografias antigas. Oferecem-se aos visitantes mais importantes e foram encomendadas a um historiador, sociólogo, por altura das bodas de prata, de ouro ou do centenário da empresa». De facto, os empresários portugueses não têm, no geral, procurado conhecer, ao contrário do que já vem acontecendo noutros países industrializados, o passado das suas empresas de forma crítica e com outros objectivos que não sejam os limitados intuitos apologéticos e publicitários. Por outro lado, os historiadores, sobretudo portugueses — apesar de algumas excepções, como é o caso do que aqui nos ocupa —, não têm encarado a empresa como objecto dos seus estudos, pelo menos enquanto objecto específico e autónomo. Pode dizer-se que as empresas, como parte integrante do todo social, sempre fizeram parte da investigação histórica. Todavia, as organizações eram vistas quase sempre de fora e integradas na explicação mais geral do processo de industrialização, ou então, quando muito, no quadro estrutural da explicação e evolução do capitalismo. Perspectiva necessária, sem dúvida, mas à qual faltava uma análise micro e diferenciadora que, em ligação com aquela, procurasse compreender a empresa de dentro, privilegiando a sua especificidade e autonomia relativas. Se cada empresa faz parte de um todo económico, social, político, cultural, etc., correspondente a cada país ou região, a verdade, porém, é que cada organização tem a sua história e identidade próprias que, embora interagindo com o todo, não podem ser olvidadas.

A importância do livro que aqui nos ocupa — independentemente da utilização que os dirigentes da Santos Barosa — Vidros, S.A. queiram fazer dele — reside precisamente no rompimento claro e intencional com uma perspectiva histórica unicamente macroeconómica e estrutural, ao mesmo tempo que pretende mostrar que a «história de uma empresa (no caso presente a Santos Barosa — Vidros, S.A.) se reveste de um significado histórico que extravasa da própria empresa, para se repercutir não só na história local e regional, como na própria história nacional e mesmo universal» (p.20). Não esconde o autor a utilidade prática destes estudos para as empresas. Admite mesmo que parte do entusiasmo que sentiu ao realizar este estudo lhe advinha do facto de estar a contribuir para aquilo que há muito vem defendendo: «uma colaboração mais estreita entre a Universidade — ou, se se preferir, os membros que a integram — e as entidades não universitárias, inclusive as próprias empresas» (p.15).

José M. Amado Mendes, Professor Catedrático da Universidade de Coimbra, assume, desde o início, que aquilo que o move neste estudo é «a história de uma empresa perspectivada segundo uma visão e contexto alargados e com adequado espírito crítico»(p. 20). Perspectiva que, no seu entender, visa atingir dois objectivos:

- a) um mais específico e, digamos, mais instrumental que é «prover os membros da empresa com elementos que os ajudarão a perfeioar a sua análise estratégica, compreendendo a função da cultura colectiva e do processo de tomada de decisões»;
- b) um mais geral e, digamos, mais académico que visa «dotar os historiadores com materiais e informações que os habilitem, pelo método do estudo de casos, a complementar a sua explicação geral do passado» (p. 20).

Ao enunciar estes objectivos, José M. Amado Mendes mostra conhecer bem o terreno em que se move e, sobretudo, os contributos trazidos, nesta última década, pelo debate teórico em torno das empresas — debate que, como reconhece e lamenta, não tem tido grandes repercussões na historiografia portuguesa, que ainda se mantém «muito ligada à noção tradicional de empresa, da qual ressaltam quase exclusivamente os aspectos económicos e sociais»—, sobretudo em países como os E.U.A (com a chamada *Business History*), França, Grã-Bretanha, Bélgica, Itália, etc.. Sem tomar partido — num debate ainda muito longe do seu termo —, José M. Amado Mendes admite que «No contexto das mais actualizadas concepções historiográficas — plasmadas nas correntes da «nova história» e da «nova história económica» —, à história das empresas está reservado um papel da maior relevância» (p. 19). E, retirando ensinamentos dos contributos trazidos por outras ciências sociais — com destaque para a antropologia — defende, na introdução da obra que aqui analisamos, a perspectiva das organizações como importantes «microcosmos» onde confluem não só os aspectos «económicos e sociais, mas também: de localização, relacionamento e implantação no meio; de preparação cultural, científica e técnica dos seus quadros, empregados e operários; de política económica e, mais especificamente, industrial; de inovação, transferência de tecnologia e de «know-how»; de desenvolvimento, em particular do respectivo ramo e ramos afins» (p. 19). Perspectiva, sem dúvida, a ter em conta, pois ela integra duas importantes mudanças práticas e teóricas, respectivamente a nível das empresas e da história: por um lado, a empresa e os seus dirigentes começam a encontrar, no discurso histórico, um importante meio para a compreensão e afirmação da cultura e identidade das empresas, por outro lado, o interesse, por parte dos historiadores, pela história das empresas «surge como uma das consequências lógicas das transformações operadas no âmbito da pesquisa histórica» (p. 19). A estas transformações, não se esquece de lembrar o autor, deve também juntar-se «a revalorização do património industrial e a criação de uma disciplina específica, denominada arqueologia industrial» (p. 20).

Chama-se a atenção dos leitores, sobretudo dos historiadores interessados pela empresa como objecto de estudo, para a introdução feita pelo autor ao livro que aqui analisamos. Pois, não duvidamos que aquela, só por si, já era o bastante para transformar este estudo num importante marco da historiografia portuguesa, sobretudo no que concerne aos caminhos e passos a dar, em termos teóricos e metodológicos, na abordagem das organizações.

Estamos, portanto, perante uma obra que utilizou de forma sistemática todos os recursos da moderna historiografia: a criteriosa e diversificada utilização das fontes (manuscritas, materiais, orais, impressas), o recurso sistemático à interdisciplinaridade (gestão, direito, economia, demografia, geografia, etc.) e, sobretudo, a adopção e o recurso às novas concepções de empresa como objecto específico de análise. E, assim, se ainda houvesse dúvidas, em relação à possibilidade de se realizarem estudos de carácter histórico, sobre as empresas, rigorosos e cientificamente conduzidos, capazes de servirem de elemento agregador da cultura da empresa e de veículo de informação essencial na elaboração de processos de decisão, o livro em análise dissipá-las-ia de forma categórica.

A obra que aqui analisamos — a qual tem 232 páginas e foi extraordinariamente bem ilustrada e documentada (54 fig., 12 quadros e 10 gráficos, a cores) — encontra-se dividida em duas partes: Recursos Humanos (Parte I) e Recursos Materiais (Parte II).

Na primeira parte, deu o autor especial enfoque aos empresários, aos gestores, aos técnicos e aos operários. Saliente-se, entre estes, o cuidado posto, aliás de acordo com as perspectivas de focalização da identidade das empresas, no historiar da «Dinastia Santos Barosa», como lhe chama sugestivamente o autor, por esta ter constituído como que a «coluna vertebral» da Empresa, desde a sua fundação, em 12 de Novembro de 1889, até à actualidade. Chama-se, também, a atenção do leitor para o realce que é dado à evolução das formas de gestão: ficamos a saber que, inicialmente, *A Santos Barosa*, aliás como era comum na época e em empresas do mesmo tipo, adoptou uma forma de gestão personalizada (1889-1923); posteriormente, dominou um tipo de gestão individual em trânsito, à medida que os processos de gestão se complexificavam, para uma forma de gestão colectiva (1923-1952), por último, de acordo, aliás, com a própria história dos processos de gestão, uma forma especializada de gestão (1959...). Saliente-se de igual modo, ainda dentro do capítulo dos recursos humanos, o cuidado posto na quantificação e divisão da mão-de-obra: especializada e operária e, dentro desta, a separação entre mão de obra feminina e masculina, adultos e menores. Registe-se, neste caso, apesar deste facto ser comum na época, o elevado peso de menores a laborar, sobretudo masculinos que, em alguns anos, atingiam cerca de 1/4 do total (p. 64).

Na segunda parte, totalmente dedicada aos recursos materiais, analisa o autor detalhadamente aspectos como: o capital e os vários ciclos de investimento, as

matérias-primas, os produtos, com especial destaque para o vidro na sua diversidade de formas e de qualidade, a tecnologia, desde a mais rudimentar à automatização, os transportes e a comercialização. Entre estes aspectos, destaca-se o desenvolvimento dado, pelo autor, aos principais produtos produzidos pela empresa que tinham em comum o vidro como material de base. Sendo este, também, um dos principais focos da identidade da empresa, bem aproveitado, aliás, para título do próprio livro: *100 anos no vidro*.

Fazendo jus à importância da história, no que concerne à sua dimensão diacrónica, o autor não perde a oportunidade e adverte os leitores para o facto de que «se atentássemos, de modo sincrónico, nos artigos produzidos pela Fábrica Santos Barosa apenas em dois momentos da sua existência — inícios e actualidade —, obteríamos uma ideia bastante distorcida da realidade» (p. 97). No início — tendo em conta a certidão de nascimento da empresa (escritura de 12.11.1889), nem sequer se mencionava a produção de vidro — fazia-se antes referência a tijolo, telha do tipo marselhês, etc. —, contudo, uma perspectiva diacrónica da empresa elucida-nos sobre o domínio do vidro. Dentro deste material, destacam-se: as garrafas, garrafões, frascaria, materiais de construção (tijolos, telhas ladrilhos, blocos), artigos de iluminação a petróleo, termos, copos, material eléctrico e artigos diversos.

Na conclusão, o autor justifica o pouco tratamento dado à história da empresa recente, sobretudo aos anos 70-80. É seu entender que, por se tratar de um período, relativamente próximo, se tornou difícil a sua abordagem. «Essa dificuldade advém, justifica o autor, entre outros motivos, do facto de se estar perante um ciclo ainda em curso — e logo, não concluído —, o que se reflecte nas fontes disponíveis, nas pessoas ainda actuantes e na problemática inerente à perspectiva histórica, quando se trata do passado próximo ou do presente» (p. 159). A justificação parece-nos lógica. Contudo, gostaríamos de lembrar que, numa perspectiva de história aplicada, o presente é de extrema importância. E se as empresas quiserem tirar o máximo de proveito dos estudos históricos, terão que perder alguma desconfiança que ainda reservam em relação aos historiadores. Compreende-se, no entanto, o melindre da questão no mundo dos negócios, onde o segredo é de ouro.

Estamos, portanto, perante uma obra que, por força das circunstâncias — trata-se de uma edição da própria empresa, para consumo, digamos, próprio e de apenas 1000 exemplares — não chegará, nestes moldes, a um público muito vasto, o que, desde já, lamentamos. Pois, pensamos que a ser assim, os historiadores e todos os que, de uma forma ou de outra, se encontram ligados às empresas, ver-se-ão privados de uma obra que, como já referimos, a todos ajudaria a compreender melhor a importância das empresas como objecto de estudo e, sobretudo, levaria os dirigentes e quadros das empresas a reconhecer a importância da história das empresas. Não podemos, portanto, deixar de recomendar esta obra a todos,

intervenientes ou não, os que se interessam pelas organizações produtivas. E, tal como o faz a revista *Fortuna*, já aqui citada — precisamente referindo-se, entre outras, à obra que aqui nos ocupa —, lamentar que obras desta valia e importância acabem por ser lidas apenas por uns tantos eleitos, sem as repercussões científicas e práticas a que tinham, por mérito próprio, direito.

António Rafael Amaro

### O “RELATÓRIO PORTER” E A COMPETITIVIDADE DAS EMPRESAS PORTUGUESAS

Um conjunto de quarenta e uma empresas e seis entidades públicas encomendou à “Monitor Company” — empresa liderada pelo Professor Michael Porter, especializada em “competitividade” e conhecida pela sua colaboração com empresas e governos de muitos países —, um estudo com o objectivo de “Construir as vantagens competitivas de Portugal”. O projecto conta com a colaboração da ESFI (uma empresa de consultadoria estratégica) e envolve um significativo número de investigadores e especialistas, ligados à Universidade Católica e à Associação Industrial Portuense. Uma comissão directiva, composta por oito elementos (Eng. Luís Todo Bom, Prof. Ricardo Bayão Horta, Dr. António Carrapatoso, Dr. João Oliveira Rendeiro, Eng. Alberto Moreno, Dr. João Salgueiro, Prof. Fernando Freire de Sousa e Eng. Mário Pais de Sousa), “assegura a orientação de “topo” à estrutura e forma do projecto”. Como sublinha a referida comissão directiva, na nota de apresentação do documento publicado [Monitor Company, *A Competitividade de Portugal: desenvolver a autoconfiança*, Sep. Exame, Set. de 1993, 26 p.], trata-se de um “projecto inédito em Portugal pelas características de aprofundamento do significado do novo paradigma nos *clusters* e políticas”, visando aumentar a competitividade das empresas portuguesas. Trata-se, efectivamente, de uma radiografia da situação económica do nosso país, um poderoso instrumento de trabalho para todos os cientistas sociais.

A encomenda desse estudo resulta da preocupação com o abrandamento da forte taxa de crescimento económico registada nos últimos anos (“o crescimento real do PIB reduziu-se para 1,1% em 1992, quando em 1989 era de 5,5%”) e com a sensação geral de se “andar à deriva”, sensação sentida pela equipa de Michael Porter nas diversas discussões com “cerca de uma centena de líderes da sociedade e da economia portuguesas”. Ainda que a situação do País reflecta a dimensão e características da recessão mundial, as raízes dessa quebra do crescimento económico nacional parecem ser sobretudo de natureza estrutural. Assim, face à perti-