

GRANDES FAMÍLIAS GRANDES EMPRESAS. Ensaio antropológico sobre uma elite de Lisboa¹

Diálogos com a pesquisa de Maria Antónia Pedroso de Lima

Alessandro Cavassin Alves²

- Enviado em 30/04/2016
- Aprovado em 18/05/2016

A apresentação em forma de resenha do trabalho de Maria Antónia Pedroso de LIMA (1999) tem também como objetivo despertar interesses para novas pesquisas sobre “grandes famílias grandes empresas”.

Fruto de tese de doutoramento em Antropologia Social no ISCTE (Instituto Superior de Ciências do Trabalho e da Empresa), em Lisboa, a autora, Maria Antónia Pedroso de Lima faz um interessante estudo etnográfico e de investigação empírica, entre 1994 a 1997, acerca de sete famílias detentoras de grandes empresas com sede em Lisboa. Estas famílias possuem suas empresas a várias gerações e estão ou estiveram entre as cem maiores empresas portuguesas.

Dentro destes critérios, selecionei os seguintes grupos econômicos de base familiar: Grupo Espírito Santo (da família Espírito Santo) [e com grandes investimentos no Brasil], Grupo

¹ LIMA, Maria Antónia Pedroso de. (1999) **Grandes Famílias Grandes Empresas. Ensaio antropológico sobre uma elite de Lisboa**. Lisboa: Instituto Superior de Ciências do Trabalho e da Empresa. Disponível em: http://www.pagu.unicamp.br/pf-pagu/public-files/arquivo/75_lima_maria_antonia_pedroso_de_termo.pdf Acesso em 05/04/2016.

² Doutor em Sociologia. Professor na FASBAM (Faculdade São Basílio Magno), Curitiba, PR e SEED (Secretaria de Estado da Educação do Paraná). Endereço eletrônico: alessandrocavassin@gmail.com .

Orey Antunes (da família D'Orey) [no Brasil, com a Orey Financial Brasil], Grupo Semapa (da família Queiroz Pereira) [no Brasil, junto com a cimento Supremo, com empresas no Paraná e Santa Catarina], Grupo Somague (da família Vaz Guedes) [no Brasil, com a Somague Engenharia, em São Paulo], Grupo Jerónimo Martins (da família Santos) [no Brasil com Gessay-Lever, até 2002], Vista Alegre/Casa E. Pinto Bastos (da família Pinto Bastos) [empresa familiar de porcelana aberta em 1824] e Fábricas Mendes Godinho (da família Mendes Godinho) (LIMA, 1999, p.2 [complementos nosso]).

Família e empresa, muitas vezes consideradas pelas Ciências Sociais como distintas e antagônicas, mas, que na prática existem e são muito bem sucedidas. E, tanto a Sociologia quanto a Economia a pensaram sempre como formas de ação separadas. E, neste sentido, por este estudo empírico, a autora possibilita novas perspectivas de análise para se entender a relação entre família e economia, família e empresa familiar. Enfim, “empresa familiar é, portanto, simultaneamente, um projecto económico e um projecto familiar e o seu sucesso é, também, a legitimação do prestígio social da família” (LIMA, 1999, p.4). Destes dois universos sociais, família e empresa, busca-se entender como eles se relacionam.

Neste sentido, procurei analisar os fenómenos de natureza económica de um ponto de vista multidimensional, tendo presentes as diversas dimensões de acção e de valores que influenciam as tomadas de decisão dos gestores empresariais que, como mostrarei, *não se baseiam exclusivamente numa lógica puramente económica*. Simultaneamente, ao refletir sobre as relações familiares tomando em conta a importância que estas podem ter no sucesso económico da empresa, pude compreender melhor a natureza das relações familiares em contextos de modernidade (*Ibidem*, p. 6, grifo nosso).

Veja-se que no processo empresa/família as decisões, as ações, as estratégias frente ao mercado “*não se baseiam exclusivamente numa lógica puramente económica*”, como salienta Pedroso de Lima. Pois, baseiam-se, também, na defesa de um universo familiar valorizado e das relações familiares presentes e, igualmente, de um passado a preservar. E, conseqüentemente, o sucesso deste empreendimento familiar em forma de grandes empresas aponta também para o destaque das “posições sociais que os seus membros adquirem”, ligando sucesso empresarial familiar e o prestígio social da família (*Ibidem*, p.9).

Maria Antónia Pedroso de Lima elabora, então, algumas questões para entender o sucesso da relação empresa e família em Lisboa. Primeiro, de como estas famílias se organizam e se estruturam para terem a continuidade, em gerações, nos negócios da empresa familiar; daí o problema da sucessão geracional; enfim, tentar compreender a articulação entre “racionalidade económica” e “voz de sague”; ainda, verificar as dinâmicas “através das quais estas grandes famílias ligadas a projectos económicos de sucesso se constituem enquanto comunidades de acção onde se consolidam fortes redes de sociabilidade”; e, não deixando de lado, de analisar a dinâmica económica portuguesa ao longo das últimas décadas, em especial, pós 1974, com a *Revolução de 25 de abril* e o fim do Salazarismo, no processo de continuidade dos negócios familiares (*Ibidem*, p.7-8).

Frente a este objeto de estudo, “grandes famílias grandes empresas”, a autora vai a campo, e de início destaca a dificuldade de se obter informações pessoais das famílias e da dificuldade de se ter uma entrevista com seus membros, tidos como uma “elite lisboeta”. Afinal, os dados públicos de suas empresas são um lado da pesquisa, mas o mundo particular de suas famílias e círculos de relações são o outro lado.

As pessoas que fazem parte de um grupo de elite têm uma consciência muito clara do seu poder – económico, social, político e mesmo, por vezes, académico – e controlam, de uma forma consciente e sistemática, o acesso de estranhos ao seu grupo social e familiar, garantindo, assim, a sua privacidade (*Ibidem*, p.12).

O privilégio da privacidade, de que gozam é, em si mesmo, uma demonstração do seu poder: controlar o acesso ao seu mundo – tanto no sentido físico como no sentido de controlo da informação disponível sobre eles é uma parte do poder da classe alta (*Ibidem*, p.15).

Por isso, as informações obtidas por entrevistas com os familiares destas grandes empresas foram limitados ao que “os informantes” se dispuseram falar, preservando a privacidade de que dispunham. Apesar desta dificuldade do campo, diversos membros, de cada uma das sete famílias pesquisadas, foram entrevistados pela autora (*Ibidem*, p.22), podendo assim conseguir uma diversidade de informações sobre esta elite e suas empresas. Metodologicamente, pode-se, então, reconstruir a história destas famílias, com suas genealogias (“do fundador da empresa aos nossos

dias”) em paralelo com a própria história e o desenvolvimento de seus empreendimentos e de seu país, Portugal, e entender melhor, através das mesmas entrevistas, a lógica de como uma família ao longo de gerações busca manter seu patrimônio econômico.

Neste sentido, alguns conceitos vão sendo apresentados pela autora, como o de *comunidade de práticas, identidade continuada, processo em constituição, gerações, genealogia, distinção, capital compósito...*, conceitos que ajudam a entender como uma família se coloca no mercado e, ao mesmo tempo, preserva os chamados “valores” familiares ao longo das gerações, e tendo como referência sua grande empresa. Estes conceitos irão ser discutidos ao longo desta apresentação.

Referente à estrutura da tese de Maria Antónia Pedroso de Lima, o capítulo 1 de sua pesquisa aponta para o significado de empresa familiar.

O universo de empresas familiares com que trabalho é, como já afirmei, constituído por empresas, ou grupos de empresas de grande dimensão, de grande importância económica e que ocupam uma posição importante no seu sector de atividade. Todas elas são empresas de grande prestígio, com projecção internacional, com múltiplos acionistas, que podem ser da família do seu fundador ou não, mas onde a soma das acções dos membros da família garante o controlo dos destinos da empresa ou do grupo (*Ibidem*, p.31).

Portanto, pelo fato destas empresas estarem vinculadas a uma família e a ocupação dos seus principais cargos de gestão serem igualmente garantidos aos descendentes do fundador da empresa, caracteriza-se, assim, a empresa familiar (*Ibidem*, p.41).

Assim, durante o capítulo, a autora vai apresentando as sete grandes empresas familiares a que se dispôs pesquisar e suas relações com a dinâmica econômica portuguesa e mundial. Em Portugal, discute-se, em especial, a história que vai do Salazarismo (1933-1974) a Revolução de 25 de abril de 1974, também conhecida como Revolução dos Cravos, quando Portugal passa a se estruturar politicamente sob um novo regime democrático e com forte orientação socialista que levou, inclusive, a nacionalizar muitas empresas, entre elas, algumas dos grupos das empresas familiares estudadas por Pedroso de Lima. Porém, já ao longo da década de 1980 o regime

possibilitou a privatização das mesmas empresas nacionalizadas, e com isso muitas destas famílias reconquistaram seus antigos patrimônios.

A autora, porém, como se verá ao longo da tese, não discute a participação das famílias e suas empresas na política portuguesa. Seu objetivo, como dito, é de entender como estas sete famílias conseguiram, ao longo de gerações, manter ou ampliar os seus patrimônios, os seus negócios, enquanto empresa familiar.

Mas, a existência de grandes empresas familiares não é um caso isolado português. Elas existem em todo o mundo.

As empresas familiares existem em todo o mundo e a variedade das suas organizações e do seu êxito é enorme. Numa amplitude que pode ir desde a mercearia de esquina até às grandes corporações multinacionais, há uma longa e rica e variada tradição de propriedade e envolvimento familiar nos negócios (*Ibidem*, p.33).

E o que a autora defende é de que as empresas que estão ligadas a uma família lhes proporcionam ser um tipo particular de empresa (*Ibidem*, p.34). E existem exemplos dessas grandes empresas familiares no mundo todo, com importantes estudos, apresentados pela autora, como nos Estados Unidos, no Japão, na Guatemala, na Itália etc. Para o caso brasileiro, a autora tem como referência apenas o interessante estudo de Adriana PISCITELLI (1999), “*Jóias de Família. Gênero em história sobre grupos empresariais brasileiros*”, na qual a autora estuda quatro grandes empresas familiares brasileiras, os grupos Matarazzo (São Paulo), Lundgren (Pernambuco, Grupo Pernambucanas), Sadia (Santa Catarina, família Fontana) e Pão de Açúcar (São Paulo, família Diniz), e que estavam entre os maiores grupos privados nacionais na época de sua pesquisa. O viés da pesquisa antropológica de Piscitelli foi a questão de gênero, isto é, da verificação da participação das mulheres da família nas próprias empresas familiares ao longo das gerações.

No capítulo 2, Maria Antónia Pedroso de Lima, em seu estudo etnográfico, destaca que as “grandes famílias empresariais de Lisboa” formam uma “*comunidade de práticas*”, com um “estilo de vida de grupo”, de caráter “coeso”, que partilham de um conjunto de interesses, ideias, um modo

de vida, atitudes, formas de comportamento, formas de ser, fazer, vestir etc. (LIMA, 1999, p.71). Formam uma *rede* estreita de relações, nas quais é difícil um estranho entrar. Os membros dessas famílias se conhecem em situações diversas e sobrepostas (amizades, relações profissionais, mesmos colégios, amigos comuns, clubes, festas, vizinhança) (*Ibidem*, p.72); mas, não são um grupo social, mas, insiste a autora, eles formam uma “*comunidade de práticas*”, de representações e valores, reproduzindo uma *rede* de solidariedade que os une (*Ibidem*, p.73), que os diferencia.

Maria Antónia Pedroso de Lima utiliza, então, o importante conceito proposto por Pierre Bourdieu, o da *distinção*, para entender esta elite lisboeta pesquisada. E diz que se inicia na família a produção do conjunto de elementos que promove a *distinção* dos seus membros, numa relação de intimidade, de proximidade, de pertença e de continuidade. Portanto, a origem familiar torna-se um capital social muito importante, que, inclusive, sustenta os demais capitais destas famílias. Neste sentido, por exemplo, a memória de seus antepassados e a história de seus bens patrimoniais são valorizados e preservados.

Tenho vindo a defender que preservar a família como unidade de identificação para os membros das novas gerações é um factor central para a continuidade da grande família, pois permite a perpetuação das relações entre os seus membros, e reproduz a legitimidade da sua já longa existência (*Ibidem*, p.89).

De forma a preservar a propriedade e o controlo das suas grandes empresas familiares no futuro, as gerações mais velhas não podem, assim, limitar-se a procurar garantir que as posições executivas de topo sejam ocupadas por membros da família. Têm, também, de garantir que os descendentes partilhem os laços identitários que uniam os seus antepassados, esse amor pelo passado familiar onde cresce o investimento pessoal para o seu desenvolvimento futuro. O esforço no sentido de criar laços de identificação simbólica é um importante contributo para a preservação da coesão familiar (*Ibidem*, p.91).

Eis os conceitos de “continuidade de família”, ou “identificação continuada”, ou ainda, “processo em constituição”, que visa dar às novas gerações a “unidade de identificação” necessária para a continuidade do grande empreendimento familiar iniciado pelo “fundador patriarca”. Porém, mas não de forma contraditória, as empresas familiares devem ser modernas, inovadoras, cosmopolitas, competitivas, criativas e dinamizadoras na economia. Enfim, as empresas familiares podem ser vistas como uma “organização aristocrática”, com forte tradição religiosa (como

demonstra as entrevistas) e conservadora, para preservar os valores familiares, mas dinâmicas na economia, para serem competitivas e prosperarem ao longo das gerações.

De entre estes [organização aristocrática, religiosa e conservadora] saliento a importância atribuída à *organização patriarcal da família*; à primogenitura; ao casamento com elementos de famílias aristocratas; à antiguidade da família, que confere e legitima, o prestígio e o estatuto social destas famílias – tornando visíveis, publicamente, através da exibição de símbolos de nobreza, como o brasão de família, colocado num lugar bem visível da casa; na utilização do título; na utilização do apelido; e a importância atribuída à transmissão destes símbolos *por linha varonil* (*Ibidem*, p.92, grifo nosso).

Durante toda a tese, Pedroso de Lima também vai apresentando e discutindo o inquietante tema *gênero*; afinal, em todas as famílias pesquisadas, há uma clara divisão sobre o papel da mulher e do homem na organização da empresa familiar. Ao homem cabe a direção dos negócios, e à mulher, a organização da família.

Neste sentido, à formação das novas gerações, é tido como fundamental para que o empreendimento familiar continue, definir com clareza o papel social do homem (educar os meninos para os negócios) e o papel da mulher (educar as meninas para o ambiente familiar). “Os indivíduos que nascem nestas famílias são socializados de acordo com os valores tradicionais caros aos seus membros” (*Ibidem*, p. 99).

Nesta divisão entre os gêneros, os jovens masculinos também devem “provar” serem aptos para as funções que lhes são destinados. É óbvio, como diz a autora, que este estar “preparado” é uma condição dada pelos informantes, que querem que seus descendentes assumam de forma eficaz o patrimônio que eles mesmos herdaram e estão a manter. Às mulheres, mesmo que não assumam de forma direta o papel de gerentes dos negócios, a função delas é preservarem este ideal de família, afinal recebem também os dividendos dos lucros da empresa familiar.

Por isso, no capítulo 3, “Sócio e Parentes”, a autora quer entender essa nova condição, de como ser, ao mesmo tempo, sócio e parente, de como os familiares têm de mostrarem serem bons gestores e competentes, frente a competição no mercado de trabalho; não há uma resposta única, mas as entrevistas com esses empresários familiares demonstraram que existe uma preocupação

clara das famílias para que as próximas gerações sejam inseridas no ambiente empresarial desde a infância e algumas delas até proporcionando aos jovens, ao completarem 18 anos, ações em suas empresas, e lhes possibilitando trabalharem em serviços diversos nas empresas da família, até a maturidade chegarem ao cargo de chefia. A chefia, entretanto, é exclusiva para os homens, como visto. Às mulheres da família cabem outros papéis, bem como aos seus maridos.

E, por serem empresas familiares, algo importante é a articulação entre o mundo familiar com o mundo dos negócios, e aqui, no ambiente familiar, no interior da casa, as mulheres passam a ter importante função.

Levar as relações comerciais para o espaço privado da casa [na qual a mulher domina] cria uma maior proximidade entre os parceiros, selando a confiança entre eles numa base de intimidade e de familiaridade. [...] Neste caso particular são os próprios gestores que usam a família como elemento fundamental para as relações empresariais (*Ibidem*, p. 121, [acréscimo nosso]).

Esta constatação é fundamental para se entender família e negócios e, até mesmo, família e política, no sentido que a casa torna-se, estrategicamente, um local de contato para se selar alianças, para se gerar um espírito de confiança por parte dos interessados, afinal, este é um “espaço familiar”.

E reforça a autora:

A história da constituição e do crescimento destas grandes empresas familiares mostra que as decisões empresariais *não se baseiam apenas numa racionalidade estritamente econômica*. Neste âmbito empresarial, as relações familiares são construídas sobre uma *rede de interesses* que unem pessoas em volta de um projecto comum, *que não exclusivamente econômico* (*Ibidem*, p.121, grifo nosso).

Este projeto comum, *que não exclusivamente econômico*, são projetos que protegem a família e seus interesses particulares. Que se utilizam da própria família, para ampliar ou consolidar *redes*, num ciclo em prol de um projeto comum. É a sequência da *distinção*, como diria Bourdieu.

O facto de a empresa ser propriedade da família e ser, simultaneamente, um projecto colectivo dos seus membros garante a continuação tanto do universo alargado da família como da empresa. Trabalhar conjuntamente para a grande empresa familiar une os membros destas grandes famílias, mantendo-os como uma unidade social identificável. No entanto, sem a transmissão do ideal que institui a empresa familiar como um projecto económico comum, a sua reprodução seria impossível (*Ibidem*, p. 129).

No capítulo 4, “a continuidade como ideal da família e do grupo social”, a autora inicia discutindo o que é família. E apresenta que, para sua pesquisa, “os limites da família são definidos pelo universo dos descendentes do fundador da empresa, aqueles que mantêm algum tipo de interesse na sua perpetuação” (*Ibidem*, p.152). Esta “grande família” ou o “universo familiar alargado” designa o conjunto de parentes dos diversos ramos que descendem do casal fundador. “Por universo alargado da família, entendo o conjunto de famílias conjugais e descendentes originado pelo fundador da empresa e da grande família” (*Idem*). Enfim, várias famílias nucleares, com parentesco entre si, descendem de um mesmo antepassado e de terem em comum o mesmo apelido/sobrenome e a empresa.

Enfim, para Pedroso de Lima, um “culto da família”, “lendas familiares”, exibição de símbolos (como casas, brasões, quintas, nomes, apelidos/sobrenomes, joias) “tornam-se, então, poderosos factores de consolidação de sentimentos de pertença dos indivíduos ao grupo familiar, contribuindo, simultaneamente, para o fortalecimento dos laços que os unem” (*Ibidem*, p.155).

A *distinção* característica destas famílias resulta da antiguidade e da acumulação de prestígio e riqueza através de gerações, não podendo ser construída rapidamente: é necessário ser suficientemente poderoso para escapar à erosão do tempo. Neste sentido, a atitude conservadora, de que falei anteriormente, é também uma maneira de escapar à erosão do tempo, fazendo da continuidade um elemento do projecto identitário (*Ibidem*, p.156).

O património acumulado ao longo das gerações não se pode medir simplesmente em termos financeiros e materiais, pois inclui também memória, prestígio, relações e capital simbólico. A riqueza que as famílias possuem colectivamente tem, portanto, um significado social que ultrapassa largamente o seu valor económico. A qualidade de vida e a existência da sua fortuna, onde conjugam dimensões económicas, culturais, sociais e académicas. [...] No âmbito das grandes empresas familiares, os projectos de vida dos donos são constantemente associados ao projecto familiar (*Ibidem*, p.156-157).

Daí, também, a *genealogia* se tornar um importante elemento de legitimação da família e seus descendentes a terem de forma clara em suas consciências, provando assim a que família pertencem, enquanto uma identidade coletiva, calcada no “sangue”.

Nestas famílias, que se apoiam num ideal aristocrático de constituição de linhas de descendência, ter uma memória genealógica profunda é um elemento decisivo para mostrar a antiguidade da família, do poder e prestígio social que detém. Mais do que isso, a genealogia familiar constitui para eles uma espécie de prova da legitimidade desse prestígio, uma vez que demonstra a sua existência desde antepassados remotos. Em conclusão, a memória genealógica e familiar não tem, para estas grandes famílias, apenas uma função simbólica: ela serve, sobretudo, para perpetuar e reafirmar um estatuto previamente adquirido e reconhecido pelos outros (*Ibidem*, p.163).

Para Pedroso de Lima, as famílias possuidoras dessas grandes empresas vão criando uma espécie de “*identidade de família*”, com “elementos de ancoramento da memória familiar”, que são, as “casas da família”, isto é, casas que pertenceram a seus antepassados, fotografias das mais diversas, quadros dos antepassados que passam a serem contados como heróis, numa narrativa mítica de seus feitos, gerando certo “espírito patriarcal” e tendência de uma organização clânica (*Ibidem*, p.182), joias de família, cartas, livros, festas de família como forma de unir e consolidar o espírito de família e, em especial, o nome e sobrenome da família como patrimônio familiar. “Os nomes próprios inscrevem os indivíduos no passado familiar de uma forma personalizada, pois a sua atribuição repetida segue um ideal que procura reproduzir nas gerações seguintes o papel do antepassado que detinha o mesmo nome” (*Ibidem*, p.203). Tem a função de perpetuar a linhagem, revela a importância do passado familiar, uma imagem de continuidade que as crianças recebem através de seus nomes e sobrenomes³.

³ Como exemplos da importância de se passar o nome e sobrenome de família, tem-se o caso do Ouvidor do Rei e desembargador Joaquim Ignácio Silveira da Mota (estimado, 1754-1841), seu filho, médico Dr. Joaquim Ignácio Silveira da Mota (baiano, 1818-1891), seu filho, nascido em Curitiba, desembargador Joaquim Ignácio Silveira da Mota Junior (1844-1903), seu um filho, o engenheiro civil Joaquim Ignácio Silveira da Mota (falecido prematuramente, em 1900 após sete meses de casamento com sua prima Maria Amélia de Barros). Mas tiveram um filho chamado Joaquim Ignácio Silveira da Mota, engenheiro agrônomo pela Escola Agrônômica do Paraná, formado em 1929 e professor e diretor da mesma escola. Depois, transferiu-se para Pelotas, Rio Grande do Sul, da qual também teve filho do mesmo nome. Outro seria Manoel Francisco Correia, o velho (Portugal, 1783-1849), seu filho Manoel Francisco Correia Junior (Paranaguá, 1809-1857), seu filho Manoel Francisco Correia, senador pelo Paraná (Paranaguá, 1831-1905), seu filho

No capítulo 5, a autora discute a importância do casamento, enquanto alianças matrimoniais que se devem dar entre membros desta mesma *comunidade de práticas*, e de preferência, entre primos.

Através do casamento constroem-se laços de união entre as famílias de origem dos noivos e fortalecem-se os laços de solidariedade, social ou profissional, que, já anteriormente, uniam os seus membros através do mais sagrado dos compromissos: o casamento. Para perceber o amplo significado deste tipo de união para estas famílias, não nos devemos esquecer da importância do catolicismo na construção da sua concepção do mundo. Para as famílias católicas, o casamento tem uma enorme importância simbólica, na medida em que é considerado um acto sagrado e não exclusivamente um contrato formal (*Ibidem*, p.213).

Pedroso de Lima analisou com quem casaram os membros das sete grandes famílias empresariais portuguesas por ela estudada e concluiu que, dos 973 casamentos por ela contados, 49% acabam casando com os membros da mesma família ou com membros de famílias de elite.

Estas alianças são, simultaneamente, resultado e condições para a consolidação da rede de relações sociais, económicas e de amizade que envolvem os seus membros destas grandes famílias. Ao casarem entre si reforçam o poder dos diversos capitais que constituem o seu património familiar, pois circunscrevem a sua circulação, restringindo, consequentemente, a exclusividade da sua *distinção* a este grupo de famílias. À medida que as gerações vão passando e que os casamentos se vão sucedendo, estende-se e consolida-se uma densa rede de alianças entre um grupo restrito de famílias. Esta rede de alianças torna-se, assim, um poderoso capital social desta comunidade (*Ibidem*, p.214).

E é lógico que uma família deve dar descendentes para a continuidade de sua parentela, bem como, na condução dos negócios de sua família e na herança e do património familiar na qual se está em jogo a transmissão de propriedade.

No capítulo 6, a autora faz uma interessante análise de gênero, com “homens de negócio e gestoras familiares”, na qual os negócios, a vida pública, as empresas, os homens é que são responsáveis; já a família, a vida íntima, o não trabalhar nas empresas da família, é das mulheres.

engenheiro civil Manoel Francisco Correia, falecido em acidente em 1889; e Manoel Francisco Correia Neto (ALVES, 2015). Mais de dois séculos em que o mesmo nome vai passando de geração em geração.

Esta diferença se apresenta também na educação formal e informal entre meninos e meninas dessas grandes famílias empresariais, com o objetivo de “formar homens como gestores”, “produzir a liderança”, e quanto às meninas, “a formação de gestoras familiares”, no sentido de serem elas as responsáveis pelo universo familiar, mesmo quando envolvem relações dos clientes da empresa que veem às casas familiares para terem um ambiente familiar nos negócios e mesmo como acompanhantes dos empresários homens em festas ou atividades fora da empresa. Isto é reflexo, também, de um ambiente cultural machista português, consolidado durante o regime salazarista e católico, mas que aos poucos vai se rompendo, principalmente pós Revolução de 1974, quando as mulheres passam a ter maior liberdade. Mas, ainda, nessas grandes famílias empresariais, as mulheres não participam ativamente das atividades do negócio da empresa, continuando ao papel dado a elas no universo familiar (apesar de participarem do recebimento dos dividendos da empresa). Mas, esta relação de gênero, de acordo com Pedroso de Lima, tem como objetivo a “construção da complementaridade”, isto é, para estas famílias, seria normal o papel específico dado a homens e mulheres, mas como fundamentais e complementares na consolidação e para continuidade de suas empresas.

Assim, família e gênero são valores culturais que, associados a práticas de transmissão de conhecimentos, conduzem à formação de sucessores masculinos e excluem as mulheres como sucessoras potenciais na liderança destas grandes empresas (*Ibidem*, p.296).

No capítulo 7, a autora demonstra a “importância de uma sucessão bem sucedida”, isto é, como despertar nos descendentes da família empresarial (tendo como referência a primogenitura masculina) a vocação profissional necessária para assumirem a presidência da empresa. Neste sentido, Pedroso de Lima descreve a trajetória de como os empresários destas empresas estudadas, descendentes diretos do fundador, foram sendo treinados para o cargo de chefia e de continuidade dos negócios de família, enquanto, *vocações profissionais orientadas*, que se desenvolvem ou se aprendem com ou na família, na qual o herdeiro, de maneira geral, vai galgando de “degrau em degrau” na hierarquia da empresa, como um elemento de competência importante no processo formativo.

O contexto histórico português, anterior a Revolução de 1974, proporcionava um perfil de líder empresarial, formado, muito mais, na prática cotidiana dentro das empresas. Pós 1974, um novo profissional é necessário, agora com uma educação formal mais aprimorada, mas que também deve adquirir experiência prática dentro das empresas para assim se preparar para a sucessão de chefia das mesmas.

Porém, ao mesmo tempo, ser esta uma estratégia importante, a de dar a sucessão sempre a um membro da família e a de empregar familiares nas empresas nos mais diversos cargos, esta prática pode também ter resultados prejudiciais, como foi o caso do Grupo Mendes Godinho, citado pela autora (*Ibidem*, p.329-330).

Apesar do recrutamento de membros da família ser uma prática recorrente em todas estas empresas familiares e, como vimos, nos seus diversos níveis hierárquicos, a tônica é sempre colocada sobre a necessidade de recrutar colaboradores de absoluta confiança. O que está em causa não é, portanto, a transmissão de cargos de pais para filhos, mas sim a transmissão do vínculo sentimental ao projecto económico, a partilha dos símbolos que o identificam e que legitimam a autoridade do exercício dos cargos (*Ibidem*, p.333).

Daí, sua discussão sobre o *nepotismo*, pois as empresas familiares querem demonstrar que, apesar de serem membros da família que se sucedem ou ocupam os principais cargos de sua empresa, o critério meritocrático também é levado em conta, enfim, é fundamental para o sucesso e a continuidade da empresa, familiares que tenham “os conhecimentos, a capacidade e o interesse para contribuir para o desenvolvimento da empresa” (*Ibidem*, p. 333). Porém, é uma meritocracia condicionada, isto é, pela *vocação orientada*, pela formação em uma escola de elite, por todo um universo extracurricular que o capital econômico, simbólico, cultural e de relações sociais destas famílias conseguem oferecer a seus filhos e futuros herdeiros. Enfim, uma vasta gama de oportunidades e experiências que nenhum outro que não possua estas mesmas condições financeiras e simbólicas poderá obter. Além de o nepotismo permitir a transmissão do “vínculo sentimental ao projeto econômico”.

A sucessão empresarial bem sucedida pressupõe, portanto, a transmissão de formas múltiplas de heranças: materiais, financeiras, culturais, relacionais, morais e simbólicas. A transmissão deste conjunto de *dotes* informais, que se faz ao longo das várias gerações da família, é um legado tanto ou mais importante para o êxito da sua continuidade do que os legados materiais contabilizáveis que a ela estão associados (*Ibidem*, p.336).

É a transmissão, simultânea, do econômico e financeiro, junto com o patrimônio moral, relacional e cultural. É um poderoso “*capital compósito*”, sobreposto e complexo, que formam um *continuum* e são inseparáveis (*Ibidem*, p.338). Isto não quer dizer que profissionais capacitados, que não são membros das famílias donas das empresas e que assumem cargos importantes nas empresas familiares, não existam. Eles existem e são importantes, mas, as empresas familiares, como tenta demonstrar Pedroso de Lima, por terem um ideal “além do econômico”, devem sempre “manter os membros da família à frente dos destinos das suas empresas” (*Ibidem*, p.356).

Neste sentido, a empresa pode enfrentar o chamado problema que acontece em grande parte das empresas familiares, o das “três gerações”, isto é, o avô cria a empresa através de duros trabalhos, o pai participa do trabalho do fundador e completa a obra e os filhos que não viveram essas lutas e que se tornaram brandos e débeis por causa das riquezas herdadas, não chegam a compreender o valor do empreendimento familiar, destruindo assim a empresa (Gary W. McDonogh, *in*: Lima, 1999, p.354).

Por fim, a autora apresenta o seu importante conceito, o de *capital compósito*, pelo qual as empresas familiares buscam consolidar suas atividades econômicas ao longo do tempo.

Por capital compósito entendo um conjunto articulado, integrado por diversos capitais, sendo cada um deles um elementos poderosamente diferenciador:

- a) um patrimônio material muito valioso que passa de geração em geração e ao qual cada indivíduo tenta acrescentar o seu investimento pessoal, aumentando-o;
- b) um patrimônio simbólico – constituído por lendas, casas, objetos, nomes e tradições familiares – cuja partilha pelos vários membros das diversas gerações da família é fundamental para a comunhão de interesses subjacentes à preservação de uma identidade comum que permita assegurar a continuidade da grande família;
- c) um patrimônio de conhecimento: para além da formação da vocação as novas gerações frequentam escolas prestigiadas que não apenas lhes permitem adquirir uma boa preparação profissional, como lhe conferem um grau acrescido de legitimidade;

d) uma tradição empresarial de sucesso que constitui um valor acrescentado à formação profissional, através de dois fatores fundamentais. Por um lado, a integração precoce na vivência dos negócios da família permite incorporar hábitos, relações e formas de fazer. O facto de o contexto em que se realiza o processo de aprendizagem dos membros destas famílias ser o mesmo em que estes se constituem como pessoas enraíza essas aprendizagens no ambiente natural do seu crescimento, incorporando-as. Por outro, como consequência, o nascimento e a consolidação da vocação profissional é algo que faz parte do seu próprio processo de se tornarem pessoas familiares – envolvidas nos projectos colectivos deste universo identitário. Esta “vocação” é apresentada como um “traço” familiar, uma parte da “essência” da família, da natureza dos membros enquanto pessoas;

e) um capital relacional familiar e pessoal, que constitui um bem precioso e que é geracionalmente transmissível, como qualquer outro bem do património familiar (LIMA, 1999, p.373-374).

Enfim, com estes elementos, a autora Maria Antónia Pedroso de Lima, em uma ampla e profunda pesquisa empírica, tendo como referência sete grandes famílias e suas grandes empresas, em Lisboa, pode mostrar as estratégias que estas famílias utilizam para se manterem no mercado ao longo de gerações e, conseqüentemente, a importância que concebem ao desejo de conservarem o prestígio e os valores de suas famílias, iniciadas pelo patriarca fundador.

FAMÍLIA, EMPRESA E POLÍTICA NO PARANÁ, DIÁLOGOS COM A PESQUISA DE MARIA ANTÓNIA PEDROSO DE LIMA

Como dito, a pesquisa etnográfica de Pedroso de Lima visou entender como sete grandes empresas familiares puderam avançar ao longo de gerações, mantendo como seus principais acionistas os próprios familiares. E, sem dúvida, a autora proporciona, por este trabalho, a se pensar as estratégias que a família utiliza para se manter no mercado e preservar sua influência e seus bens. Mas, infelizmente, Pedroso de Lima não avançou no aspecto da influência que estes grandes grupos econômicos familiares possuem na vida política nacional portuguesa, também enquanto estratégia de ação e manutenção de seu poder. Apenas no final de sua tese, com o subtítulo “vida pública”, aponta que “os membros destas famílias detêm um certo nível de influência sobre alguns setores da

vida pública portuguesa. As influentes redes sociais em que estão envolvidos ligam alguns membros destas grandes famílias ao poder político e económico nacional e internacional” (LIMA, 1999, p.377). E, por vezes, de forma esporádica, apontava que alguns empresários (do universo de sua pesquisa) fizeram parte do governo do presidente Salazar, mas sem aprofundar se esta participação ajudou ou não nos negócios da família.

Mas, a partir da leitura da pesquisa antropológica de Pedroso de Lima podem-se estabelecer novas e frutíferas formas metodológicas para se entender a questão família, em especial, as da classe dominante.

Como exemplo, Ricardo Costa de OLIVEIRA (2007) aponta muitos casos empíricos de como famílias empresárias possuem fortes redes de relações com a política. No Paraná, tendo como referência a terceira gestão do governador Roberto Requião de Mello e Silva (2007/2010) e sua “família governamental” (devido ao amplo nepotismo praticado pelo governador), este manteve muitas relações com inúmeras empresas, muitas delas de carácter familiar. Entre elas, o autor cita a empresa Nutrimental, da família Rocha Loures, e que o empresário Rodrigo Rocha Loures, nesta época, presidia também a FIEP (Federação das Empresas do Estado do Paraná), e tendo em vista que a família Rocha Loures tem atividades no Paraná desde o início do século XIX; com o grupo J. Malucelli, família Malucelli, do empresário Joel Malucelli, que possuía um conglomerado de empresas, como construção pesada, corretora de seguros, banco, revenda de equipamentos, geração de energia, Rádio CBN e Band News em Curitiba; além de empresários, como Virgílio Moreira Filho; com família Khury (de empresários, políticos, juristas), da qual destaca o político Alexandre Maranhão Khury, genro do empresário Luís Mussi, que é genro do ex-governador do Paraná e empresário Paulo Pimentel, genro de João Lunardelli, um dos maiores proprietários de “terras e glebas no Norte do Paraná”; com a família Slaviero, Gomes, Araújo (empresários em vários ramos); com Pedro Henrique Xavier (empresa de advocacia), enfim, uma ampla rede familiar que envolvia as empresas familiares e a política.

O artigo de OLIVEIRA (2007) cita ainda o empresário paranaense Cecílio do Rego Almeida (Grupo CR Almeida), com patrimônio estimado em cinco bilhões de dólares em 2005, casado com Rosita Beltrão, membro de família atuante na política paranaense, como no governo de

Jayme Lerner (1995/2003), com Alexandre Fontana Beltrão. Diz Oliveira (2007, p.160), que “as conexões genealógicas entre Cecílio do Rego Almeida e Alexandre Fontana Beltrão são, provavelmente, o exemplo mais expressivo da conexão entre grandes fortunas, poder estatal e grandes famílias ao longo de toda a história econômica do Paraná”. Os antepassados da família Beltrão podem ser encontrados no século XIX com casamentos com a família dos empresários da erva-mate e madeira, como Ildfonso Pereira Correia, o Barão de Serro Azul, e de Manoel Antonio Guimarães, o Visconde de Nácar, que por sua vez eram descendentes de família que remontam o século XVIII nesta região.

Aqui se tem uma forte aproximação da pesquisa empírica de Maria Antônia Pedroso de LIMA (1999), e que precisa ser ampliada para os casos brasileiros, que visa estudar as famílias que por gerações mantém suas empresas familiares e suas conexões com o Estado.

Voltando ao século XIX no Paraná, tendo como referência o “patriarca” Manoel Antonio Guimarães, o Visconde de Nácar (Paranaguá, 1813-1893), citado por OLIVEIRA (2007), com familiares que ainda hoje possuem influência na sociedade paranaense e brasileira, recuperando suas atividades particulares, o Visconde possuía empresa de navegação em Paranaguá que funcionou durante todo o período imperial (Linha *Progresso*; Companhia *Progressista*; Empresa *Norte e Sul de Visconde de Nácar & Filho*, até 1891 – Figura 1, em anexo); possuía a Casa de importação e exportação (marcas *Guimarães & Cia*, até 1890 e *Visconde de Nácar & Filho*, ambas com sede em Paranaguá e Curitiba,) que exportava erva mate (marcas Roçillon, Doña Juanita, Don Manuel, Manoel Miró, em 1889) e outros produtos; empresa empacotadora de sal (marca M.A.G.); além de possuir fazendas produtivas e engenhos; possuía escravos; alugava inúmeros imóveis em Paranaguá (também doava terrenos para construção de obras públicas); foi presidente do club de comércio de Paranaguá; acionista do Banco Mercantil do Paraná; provedor da Santa Casa de Misericórdia de Paranaguá. Paralelamente, em suas atividades públicas, foi Chefe de Legião em Paranaguá (1842), deputado provincial por São Paulo (1842/43) e suplente (1850/51). Inúmeras vezes foi camarista, juiz de paz, juiz municipal e comandante da Guarda Nacional em Paranaguá, como um verdadeiro “chefe” local, durante todo o período imperial. Em 1850, quando era coronel da Guarda Nacional em Paranaguá, fez parte do chamado Incidente Cormoran, na qual o navio

inglês foi repellido pelas autoridades locais por estar a aprisionar “navios negreiros”. Como visto, as “autoridades locais” repudiaram a prisão dos navios negreiros no porto de Paranaguá, do qual eram responsáveis. Com a criação da Província do Paraná, em 1853, foi deputado provincial em cinco legislaturas (1854/55, 1856/57, 1858/59, 1860/61, 1870/71), além de eleger seus genros, filho, netos e demais parentes para o mesmo cargo; foi vice-presidente da Província do Paraná, por duas vezes (1873 e em 1877); e, praticamente terminou sua carreira política como deputado geral (1888/89), no Rio de Janeiro, representando o Paraná, após a morte de seu genro e sobrinho, deputado geral Manoel Eufrásio Correia. Era chefe do Partido Conservador. Recebeu os títulos de Comendador da Ordem de Cristo, Comendador da Ordem da Rosa, Comendador da Ordem do Cruzeiro, Barão de Nacar (1876) e Visconde de Nacar (1880), título pelo qual ficou conhecido. Abrigou em sua casa, por duas vezes, a família real, em 1880 e 1884; o Palacete do Visconde de Nacar foi transformado em Prefeitura de Paranaguá. Na República não perdeu seu prestígio social e político.

Ao final da vida do Visconde de Nacar, a figura mítica do patriarca, como salienta Pedroso de LIMA, vai sendo formada pela mídia local e sua grande família, criando a *distinção* própria das classes dominantes. Distinção que começa com a valorização da sua grande prole⁴, da genealogia familiar⁵, dos rituais fúnebres e suas homenagens⁶, dos seus feitos e bens que deixou. Visconde de

⁴ Visconde de Nacar foi casado duas vezes, a primeira com Maria Clara Correia e segundas núpcias com Rosa Correia, ambas as filhas do comendador Manoel Francisco Correia, o velho. Teve treze filhos dos dois casamentos: Tenente Coronel Joaquim Antonio Guimarães; D. Joaquina Guimarães Ferreira de Abreu; D. Maria Cândida Ferreira de Abreu; Manoel Antonio Guimarães; D. Delphica Guimarães Carneiro; D. Lucia Guimarães Carneiro; D. Hermínia Guimarães Miró; D. Alice Guimarães Corrêa; Major Claro Américo Guimarães; D. Thalia Guimarães Corrêa; Coronel João Guilherme Guimarães; D. Elvira Guimarães Corrêa; D. Lavígnia Miró. No ano de 1889, tinha 56 netos e 20 bisnetos. Informações da família em reportagem comemorando os 76 anos do Visconde de Nacar, então, deputado geral pelo Paraná. E na qual se dizia: “Cidadão cheio de serviços à Pátria, à província e ao partido, o benemérito paranaense simboliza quanto de grande possa nobilitar o homem” (*Gazeta Paranaense*, Curitiba, 16/02/1889, p.2 – órgão do Partido Conservador).

⁵ A construção de um mito se percebe, também, quando completa 78 anos, já na época da República: “Completo hontem [15/02/1891] 78 primaveras o venerando Visconde de Nacar. Seus descendentes e alguns amigos residentes nesta capital o felicitarão durante todo o dia. Foi-lhe oferecido *uma árvore genealógica*, que está exposta na vitrine da livraria Queiroz, trabalho devido ao hábil pincel do sr. [Emílio Carlos] Reiss de Vignolle. Ao prestimoso cidadão e a sua numerosa família as nossas felicitações” (*A República*, Curitiba, 17/02/1891, p.3, grifo e complemento nosso).

⁶ Por ocasião de seu falecimento, em 16/08/1893, foram muitas as homenagens publicadas nos jornais locais. Como exemplo, o vice-governador do Paraná emitiu nota de pesar e “ordenou que todas as repartições públicas suspendessem

Nácar era descendente de outro mito fundador, Manoel Gonçalves Guimarães, seu avô pelo lado paterno, português, tropeiro dos Campos Gerais, no século XVIII, fundador da família Guimarães. Suas duas esposas eram descendentes de outro “mito fundador”, Manoel Francisco Correia, o velho, fundador da família Correia, que por sua vez foi casado com outras tradicionais famílias do litoral paranaense (ALVES, 2015). Daí a importância da genealogia como elemento de legitimação destas famílias e da identificação de sua extensa presença ao longo do tempo.

Neste sentido, faltam pesquisas, por exemplo, para se entender ao longo de gerações, como as empresas do Visconde de Nácar continuaram, em que seus filhos foram investindo o capital herdado por seu pai, bem como seus netos, bisnetos, tataranetos. Que empresas hoje podem ser identificadas com a descendência do Visconde de Nácar? Que políticos são descendentes do Visconde de Nácar? Que casamentos e novas redes familiares se formaram? Como relacionar o grande grupo empresarial CR Almeida ao capital herdado do Visconde de Nácar? E, assim, para as demais empresas familiares, como a Nutrimental, com o capital herdado dos Rocha Loures do século XIX? Entre tantos outros exemplos⁷.

Enfim, a tese de Maria Antônia Pedrosa de Lima (1999) incentiva para novas pesquisas de como a família ainda é um fator primordial na explicação da própria dinâmica econômica, social e, mesmo, política, tanto em Portugal, no Brasil e no mundo. E buscando identificar como uma família consegue se manter no topo da classe dominante ao longo de gerações, como no caso das sete empresas familiares citadas por Pedrosa de Lima (1999) e pelos exemplos citados por Ricardo Costa de Oliveira (2007).

os seus trabalhos, em sinal de profundo pesar”, bem como, o Congresso do Estado decretou luto oficial (*A República*, Curitiba, 18/08/1893); Na *Revista Azul* (Curitiba, setembro/1893), em uma homenagem póstuma, escrita por seu parente Leôncio Correia, se refere ao Visconde de Nácar como possuidor de uma “mentalidade de um gênio”, “caracter socrático”, “alma spartana”, “coração de ouro”, “vida gloriosa de um homem que, entre tantos outros, que viveram no seu tempo, debaixo do mesmo céu, soergueu mais alto o seu nome pelo longo e luminoso rosário de serviços prestados à causa do engrandecimento de sua terra”.

⁷ Outro exemplo, em Curitiba, capital do Paraná, seria a família Gulin e sua relação com o transporte público municipal. *Gazeta do Povo*, 12/09/2013: “Família controla quase 70% dos consórcios de ônibus de Curitiba”. Disponível em: <http://www.gazetadopovo.com.br/vida-e-cidadania/familia-controla-quase-70-dos-consorcios-de-onibus-de-curitiba-48bjips6lq4xxxu4iewa3v4ge>. Acesso em 07/04/2016.

REFERÊNCIAS

ALVES, Alessandro Cavassin. (2015) **A Província do Paraná e sua Assembleia Legislativa (1853 a 1889). A força política das famílias tradicionais.** Curitiba: Máquina de Escrever.

JARDIM, Marta. (2007) Grandes famílias de grandes empresas: compromissos com a tradição na Lisboa moderna. **Cadernos pagu** (28). *Resenhas*. Campinas, janeiro-junho de 2007: 415-425. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-83332007000100018. Acesso em 05/04/2016.

LIMA, Maria Antônia Pedroso de. (1999) **Grandes Famílias Grandes Empresas. Ensaio antropológico sobre uma elite de Lisboa.** Lisboa: Instituto Superior de Ciências do Trabalho e da Empresa. Disponível em: http://www.pagu.unicamp.br/pf-pagu/public-files/arquivo/75_lima_maria_antonia_pedroso_de_termo.pdf. Acesso em 05/04/2016.

OLIVEIRA, Ricardo Costa de. (2001) **O silêncio dos vencedores: genealogia, classe dominante e estado do Paraná.** Curitiba: Moinho do Verbo.

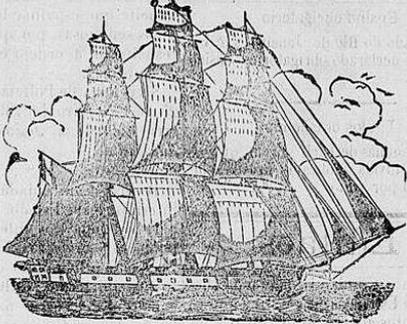
_____. (2007) Famílias, poder e riqueza: redes políticas no Paraná em 2007. *Sociologias*, Porto Alegre, ano 9, nº18, jun./dez. 2007, p.150-169. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1517-45222007000200008. Acesso em: 19/04/2016.

_____. (2012) **Na teia do nepotismo: sociologia política das relações de parentesco e poder político no Paraná e no Brasil.** Curitiba: Insight.

PISCITELLI, Adriana. **“Jóias de família”: gênero em histórias sobre grupos empresariais brasileiros.** Tese Doutorado, Antropologia, Campinas: UNICAMP, 1999.

Anexo – Figura 1

A Republica – 6 de Março de 1890.



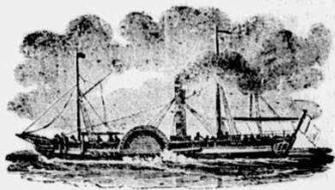
EMPRESA
Norte e Sul.

O vapor "Arlindo" esperado do Sul a 7 do corrente recebe passageiros para o Rio de Janeiro

de Camara	35\$000
de proa	15\$000

Trata-se com os agentes
Visconde de Nacar & Filhos.
Paranaguá

COMPANHIA NACIONAL
DE
NAVEGAÇÃO A VAPOR



RIO PARDO » « RIO GRANDE » « RIO JAGUARAO »
« RIO PARANÁ » « RIO DE JANEIRO » « RIO NEGRO »

Chegam do Norte e seguem para o Sul á 3 — 5 — 13 — 19 e 27 de cada mez.
Voltam do Sul e seguem para o Norte á 5 — 12 — 16 — 21 e 28 de cada mez.

Alem dos portos de escala a companhia toma passageiros para :

HAMBURGO
BREMEN
ANTUERPIA
HAVRE
LISBOA
SOUTHAMPTON,

em baldeação no RIO DE JANEIRO nos magnificos paquetes da Real Mala e da Companhia de Bremen.

Tambem recebe carga para os para os portos de Europa acima mencionado com excepção do de Lisboa.

A companhia dá passagem de ida e volta para os portos de sua escala, por seis mezes, com abatimento.

Toma seguro sobre valores, mediante modica procentagem.

O vapor que chega do Norte a 5 recebe carga e passageiros para MATTO GROSSO.

CARGA trata-se na ante-vespera
ENCOMENDAS na vespera
VALORES recebe-se no dia da sahida até as 11 horas da manhã.
Os vapores de 13 e 27 vão até BUENOS-AYRES.
O vapor que chega do Norte a 3 e volta do Sul a 16 é da linha intermediaria.

Para minuciosa informações podem dirigir-se aos

AGENTES :
Visconde de Nacar & Filho
PARANAGUÁ.

5-3