

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL (UFRGS)
INSTITUTO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS (IFCH)
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM SOCIOLOGIA (PPGS)

LUCAS VOIGT

**MEMÓRIA E CONSAGRAÇÃO SOCIAL:
AS ESTRATÉGIAS DE ELITES EMPRESARIAIS “ALEMÃS” NO SUL DO BRASIL**

Porto Alegre

2022

LUCAS VOIGT

**MEMÓRIA E CONSAGRAÇÃO SOCIAL:
AS ESTRATÉGIAS DE ELITES EMPRESARIAIS “ALEMÃS” NO SUL DO BRASIL**

Tese de doutorado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Sociologia do Instituto de Filosofia e Ciências Humanas da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, como requisito parcial à obtenção do título de Doutor em Sociologia.

Orientador: Prof. Dr. Karl Martin Monsma

Porto Alegre

2022

CIP - Catalogação na Publicação

Voigt, Lucas
Memória e consagração social: as estratégias de elites empresariais "alemãs" no Sul do Brasil / Lucas Voigt. -- 2022.
338 f.
Orientador: Karl Martin Monsma.

Tese (Doutorado) -- Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Programa de Pós-Graduação em Sociologia, Porto Alegre, BR-RS, 2022.

1. Elites. 2. Memória. 3. Etnicidade. 4. Germanidade. 5. Empresários. I. Monsma, Karl Martin, orient. II. Título.

LUCAS VOIGT

**MEMÓRIA E CONSAGRAÇÃO SOCIAL:
AS ESTRATÉGIAS DE ELITES EMPRESARIAIS “ALEMÃS” NO SUL DO BRASIL**

Tese de doutorado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Sociologia do Instituto de Filosofia e Ciências Humanas da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, como requisito parcial à obtenção do título de Doutor em Sociologia.

Porto Alegre, 28 de setembro de 2022.

Resultado: Aprovado, sem a solicitação de correções.

BANCA EXAMINADORA:

Prof. Dr. Karl Martin Monsma (orientador)
Programa de Pós-Graduação em Sociologia (PPGS)
Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS)

Prof. Dr. Enio Passiani
Programa de Pós-Graduação em Sociologia (PPGS)
Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS)

Prof. Dr. Ernesto Seidl
Programa de Pós-Graduação em Sociologia e Ciência Política (PPGSP)
Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC)

Prof.^a Dra. Luciana Quillet Heymann
Casa de Oswaldo Cruz (COC)
Fundação Oswaldo Cruz (Fiocruz)

Dedicado à memória de meu pai, Roland Voigt,
personagem destacado na odisseia da imigração e
da colonização alemã no Brasil.

AGRADECIMENTOS

É lugar comum que os trabalhos de natureza monográfica, uma vez que encerram ciclos relativamente longos de estudo e de pesquisa, se iniciem com um conjunto de agradecimentos àqueles e àquelas que, de alguma forma, contribuíram para a sua realização. Neste trabalho, obviamente, isso não poderia ser distinto. Assim, a despeito do risco sempre presente de esquecer de mencionar algum nome importante, gostaria de elencar e agradecer àqueles que, em minha memória, tiveram um papel significativo para a concretização deste estudo.

Início pelo meu orientador, Karl Monsma, que, desde os primeiros contatos demonstrou um genuíno interesse por esta pesquisa. Sem a orientação paciente e cuidadosa e, ademais, sem a liberdade proporcionada para que eu perseguisse as ideias expressas nas páginas que seguem, este estudo não teria sido possível.

Agradeço ao amigo e mestre Ernesto Seidl, pelas dicas, sugestões e trocas intelectuais desenvolvidas ao longo dos últimos anos, que muito contribuíram à minha formação. À Letícia Nedel que, em um e-mail enviado quando esta pesquisa era ainda uma ideia muito vaga, ofereceu indicações bibliográficas e orientações basilares que, certamente, pouparam-me alguns meses de trabalho. Ao Enio Passiani, pelo interesse manifesto pela pesquisa, pelas sugestões de leitura e pelos comentários apresentados na qualificação do projeto de pesquisa. À Regina Weber, igualmente, pelos preciosos apontamentos realizados durante a banca de qualificação. Devo agradecer, uma vez mais, ao Ernesto Seidl e ao Enio Passiani e, também, à Luciana Quillet Heymann, pela participação na defesa pública desta tese de doutorado na qualidade de banca examinadora, ocasião em que apresentaram uma leitura cuidadosa e generosa do trabalho, tecendo críticas e elogios, além de compartilharem sugestões e ideias que certamente irão contribuir com o refinamento da análise e das reflexões sobre o objeto de pesquisa em trabalhos a serem desenvolvidos no futuro.

É impossível não mencionar meus interlocutores de pesquisa. Nomeio, diretamente, Annita Hoepcke da Silva (*in memoriam*), Max José Müller e Ines Silveira, do Instituto Carl Hoepcke; Waldemar Richter e Günter Richter, do Richter's Hof; e Franciele Machado, do Setor de Salvaguarda e Pesquisa da Fundação Hermann Hering (pela disponibilização de publicações e de fontes de pesquisa valiosas). Sem a atenção, a cortesia, a confiança nesta pesquisa e a abertura das instituições ao pesquisador, este trabalho não teria sido executado.

Gostaria de elencar um conjunto de pesquisadores que, seja em encontros prolongados em suas residências ou em cafés, seja em breves diálogos ocorridos durante eventos acadêmicos, forneceram-me pistas que determinaram a rota desta pesquisa, nomeadamente:

Odaci Coradini, Sergio Miceli, René Gertz, Eloisa Capovilla Ramos da Luz (*in memoriam*), Marcos Witt, Roswithia Weber, Igor Grill, Eliana dos Reis, Rodrigo Bordignon, Regina Abreu, Mariana Barreto e Patrícia Bosenbecker. Devo mencionar ainda a figura intelectualmente sempre presente do meu orientador de tempos de outrora, Alexandre Bergamo.

Não posso deixar de me referir aos colegas brasilianistas que a fortuna (e a CAPES) possibilitaram-me conhecer durante meu estágio sanduíche, realizado na University of Illinois at Urbana-Champaign. Agradeço a atenção e a receptividade de Glen Goodman, John Karam e, sobretudo, do meu orientador em Illinois, Jerry Dávila. I must thank also my dear friend John Douglas Lewis, roommate and partner of thoughts, travels and margaritas. Meu sanduíche (e a vitória frente à burocracia) foi possível apenas com o auxílio e a atenção de Paulo Niederle, então coordenador do Programa de Pós-Graduação em Sociologia da UFRGS.

Institucionalmente, gostaria de agradecer ao Centro de Estudos Europeus e Alemães (CDEA) e, nomeadamente, à professora Claudia Lima Marques, pelas oportunidades acadêmicas e linguísticas proporcionadas. À CAPES, pelo financiamento ao longo do doutorado, mediante a concessão de bolsas (no país e no exterior). E, de modo geral, à educação pública brasileira, na qual realizei todos os meus estudos e a qual permitiu tornar-me doutor.

Agradeço ao professor Antônio Cattani, pela receptividade às minhas ideias e pelas possibilidades de publicação oferecidas. Menciono os colegas de doutorado Marcelo Marques, que muito me estimulou com o seu entusiasmo e produtividade científica, e Haroldo Misunaga, pela bondade e educação que são traços de sua personalidade. Ao amigo Luiz Delfino Cardia, incansável entusiasta da germanidade em São Paulo.

Na linha dos agradecimentos de ordem emocional e afetiva, gostaria de lembrar meus amigos-irmãos Rafael Rodrigues, Anderson Lucht e Daniel Gutierrez, parceiros de aventuras passadas, presentes e futuras.

À minha família cabe o agradecimento póstumo ao meu pai, Rolando Voigt, pelo apoio afetivo (e também financeiro) sem o qual eu não seria um sociólogo. A ele dedico também este trabalho, com a expectativa de que faça jus à sua memória. À minha mãe, Ingrid Böelling, e à minha irmã, Rafaela, por sempre terem estado presentes em minha vida e me apoiado. Aos meus sogros Gelson Albuquerque, Marta do Prado e Felipa Amadigi, modelos e inspirações professorais. Por fim e, mais importante, à Yve, amor da minha vida, companheira das alegrias e dos desafios do cotidiano e do tempo histórico, e primeira leitora (e ouvinte) de muitas das ideias que apresento a seguir.

“O que se tem feito recentemente,
como por exemplo a história da auto-apresentação das elites de um país [...] é, a meu ver, uma história perfeitamente legítima”.

(Michael Pollak, 1992)

“Não há dúvida de que o mundo está sendo musealizado e que todos nós representamos os nossos papéis neste processo”.

(Andreas Huyssen, 2000)

“[...] no other people have been as interested in the Germans of south Brazil as the Germans themselves in south Brazil and in Germany itself”.

(Alexander Marchant, 1939 *apud* Giralda Seyferth, 1988)

“Em geral eu digo que alemão fica bom depois de algumas gerações amaciando no Brasil”.

(Lya Luft, 2004)

RESUMO

Com base, sobretudo, nos aportes teórico-metodológicos da sociologia das elites e dos estudos sociológicos e históricos sobre a memória, esta pesquisa analisa as estratégias de consagração social de famílias empresariais de elite “alemãs” no Sul do Brasil mediante o estabelecimento de instituições de memória. Pode-se constatar um investimento histórico e característico em memória por parte das elites. No que se refere ao grupo étnico alemão no Brasil, constata-se um investimento recente no estabelecimento de instituições dedicadas à memória e ao legado de antepassados fundadores de grupos empresariais por parte de seus herdeiros. Dessa forma, a pesquisa analisa de que modo o investimento nas esferas da memória, da história e da cultura, mediante a institucionalização da trajetória e do legado de empresários atuantes nos ramos do comércio e da indústria, opera como uma estratégia de consagração, legitimação, autoafirmação, autopromoção e autocelebração das elites empresariais de origem alemã no Sul do país. Em outras palavras, o estudo analisa os usos sociais da memória para a promoção de representações públicas laudatórias e elogiosas sobre empresários com ligações históricas e identitárias com o grupo étnico teuto-brasileiro. Para a análise empírica, são consideradas três instituições de memória: o Instituto Carl Hoepcke (Florianópolis, Santa Catarina), o Museu Hering (Blumenau, Santa Catarina) e o Richter’s Hof (Forquethina, Rio Grande do Sul). Em termos metodológicos, foi mobilizado um conjunto amplo e diversificado de técnicas e de fontes de pesquisa, com destaque para a incursão etnográfica às instituições de memória, à descrição e à análise da narrativa expográfica institucional, à entrevista e à análise de literatura de cunho biográfico e memorialista. Foi possível concluir que a memória e a sua institucionalização configuram estratégias eficazes de consagração dos agentes sociais, encontrando confirmação por parte de instâncias autorizadas e rendendo dividendos simbólicos e materiais aos seus herdeiros. Além disso, o estudo identificou os sentidos diferenciais de legado histórico produzido e disseminado pelas instituições de memória, as modalidades de acionamento da etnicidade teuto-brasileira – compreendida como investimento e como uma fonte de capital simbólico –, a influência dos contextos socioespaciais e citadinos nas narrativas memorialistas, bem como os agenciamentos das elites empresariais “alemãs” na memória histórica e no espaço público, que têm por objetivo a definição de imagens representativas de lugar para as cidades em que estão inseridas.

Palavras-chave: Elites. Memória. Consagração social. Legado. Etnicidade. Germanidade. Teuto-brasilidade. Empresários. Museus. Sul do Brasil.

ABSTRACT

Based, above all, on theoretical-methodological contributions from the sociology of elites and sociological and historical studies on memory, this research analyzes the strategies of social consecration of “German” elite business families in southern Brazil, through the establishment of memory institutions. It may be verified a historical and characteristic investment in memory by the elites. With regard to the German ethnic group in Brazil, it can be seen a recent investment in the establishment of institutions dedicated to the memory and legacy of forefathers and founders of business groups by their inheritors. In this way, the research analyzes how the investment in the spheres of memory, history and culture, through the institutionalization of the trajectory and legacy of entrepreneurs working in the branches of commerce and industry, works as a strategy of consecration, legitimation, self-assertion, self-promotion and self-celebration of the business elites of German origin in the south of the country. In other words, the study analyzes the social uses of memory for the promotion of laudatory public representations of entrepreneurs with historical and identity ties with the German-Brazilian ethnic group. For the empirical analysis, three memory institutions are considered: the Carl Hoepcke Institute (Florianópolis, Santa Catarina), the Hering Museum (Blumenau, Santa Catarina) and the Richter’s Hof (Forquethina, Rio Grande do Sul). In methodological terms, a wide and diversified set of techniques and research sources was mobilized, with emphasis on the ethnographic incursion into memory institutions, the description and analysis of the institutional expographic narrative, the interview and the analysis of biographical and memoirist literature. It was possible to conclude that memory and its institutionalization configure effective strategies for the consecration of social agents, finding confirmation from authorized bodies and yielding symbolic and material dividends to their heirs. In addition, the study identified the differential meanings of historical legacy produced and disseminated by memory institutions, the modalities of employment of the German-Brazilian ethnicity – understood as investment and as a source of symbolic capital –, the influence of socio-spatial and urban contexts in memorialist narratives, as well as the actions of “German” business elites in historical memory and in public space, which aim to define representative images of place for the cities in which they are located.

Keywords: Elites. Memory. Social consecration. Legacy. Ethnicity. Germanness. German-Brazilianness. Entrepreneurs. Museums. Southern Brazil.

LISTA DE IMAGENS

Imagem 1 – Registro fotográfico do lançamento do livro no Instituto Carl Hoepcke, em 07/06/2017. Na fotografia, Dona Annita Hoepcke da Silva e pesquisador.	70
Imagem 2 – Fotografia da fachada do Centro Cultural Ruth Hoepcke da Silva, sede do Instituto Carl Hoepcke.	94
Imagem 3 – Fotografia do timão (ao centro), bússola (à esquerda) e escotilhas (à direita) do Navio Carl Hoepcke, objetos em exposição no Instituto Carl Hoepcke.	99
Imagem 4 – Fotografia do conjunto fotográfico dedicado à Ruth Hoepcke da Silva, no início da vida adulta, exposto no Centro de Documentação e Memória do Instituto Carl Hoepcke.....	118
Imagem 5 – Fotografia do átrio localizado no primeiro andar do Centro Cultural Ruth Hoepcke da Silva, sede do Instituto Carl Hoepcke, com vista a partir da escada.	121
Imagem 6 – Fotografia da sala de recepções do Centro Cultural Ruth Hoepcke da Silva, sede do Instituto Carl Hoepcke.....	126
Imagem 7 – Fotografia da sala de estar do Centro Cultural Ruth Hoepcke da Silva, sede do Instituto Carl Hoepcke.....	127
Imagem 8 – Fotografia da sala de jantar do Centro Cultural Ruth Hoepcke da Silva, sede do Instituto Carl Hoepcke. Em segundo plano, observa-se a sala de estar e, em terceiro plano, a sala de recepções.	128
Imagem 9 – Fotografia do quarto do casal, localizado no segundo andar do Centro Cultural Ruth Hoepcke da Silva, sede do Instituto Carl Hoepcke.....	131
Imagem 10 – Fachada do Museu Hering.....	212
Imagem 11 – Fundos do Museu Hering, com acesso ao <i>deck</i>	213
Imagem 12 – Sala <i>História e trajetória da Cia. Hering</i> , no Museu Hering. Na imagem, observa-se o painel com a linha do tempo sobre a história da empresa e da família.	215
Imagem 13 – Sala <i>História e trajetória da Cia. Hering</i> , no Museu Hering. Em primeiro plano, observa-se o tear, datado de 1889. À direita do tear, está posicionado o recurso tátil que exhibe as distintas fases da produção do fio de algodão e, à esquerda, o recurso Registros Históricos. Atrás do tear, mostruários exibem indumentárias históricas fabricadas pela Hering.....	217

Imagem 14 – Sala <i>Contribuição dos funcionários e Preservação do patrimônio cultural</i> , no Museu Hering. Na imagem, observa-se o conjunto de semióforos utilizados pela Cia. Hering no passado; à esquerda, na parede, está posicionado o painel com fotografias da paisagem industrial e ambiental da Cia. Hering.	218
Imagem 15 – Recurso “A contribuição dos funcionários: protagonistas de uma grande cena”, localizado na sala <i>Contribuição dos funcionários e Preservação do patrimônio cultural</i> , no Museu Hering.	219
Imagem 16 – Sala <i>Moda no tempo</i> , no Museu Hering.	221
Imagem 17 – Sala <i>Criatividade na educação</i>	222
Imagem 18 – Fotografia da sepultura de Johann Kaspar Richter, tataravô de Waldemar Richter.	252
Imagem 19 – Fotografia do pórtico do Parque Histórico Municipal “Deutscher Kolonie Park”, de Lajeado.	260
Imagem 20 – Fotografia do interior do Parque Histórico Municipal de Lajeado.	260
Imagem 21 – Fotografia com vista panorâmica do centro administrativo da cidade de Forquethinha.	267
Imagem 22 – Fotografia da Prefeitura Municipal de Forquethinha.	268
Imagem 23 – Fotografia do prédio do Conselho de Referência de Assistência Social (CRAS) de Forquethinha.	268
Imagem 24 – Fotografia da Creche Municipal <i>Kindergarten Rotkäppchen</i>	269
Imagem 25 – Fotografia da Biblioteca Pública Pastor Emílio Gans, posteriormente transformada em centro de saúde e consultório odontológico.	269
Imagem 26 – Fotografia do Museu Pastor Ernst Hermann Doebber.	271
Imagem 27 – Fotografia com vista panorâmica parcial do Parque de Exposições (<i>Ausstellungspark</i>) Christoph Bauer, em Forquethinha. 1: <i>Märchen Welt</i> ; 2: Salão da terceira idade; 3: Vila Germânica; 4: Moinho colonial; 5: Relógio das flores.	273
Imagem 28 – Fotografia da Casa do Artesanato (<i>Artesanathaus [sic]</i>), no Parque de Exposições Christoph Bauer.	273
Imagem 29 – Detalhe do painel <i>Märchen Welt</i> , no Parque de Exposições Christoph Bauer.	274

Imagem 30 – Fotografia da estátua representando o <i>Kolonial Schlachtag</i> (“dia do abate na colônia”), no Parque de Exposições Christoph Bauer.	274
Imagem 31 – Fotografia da residência pessoal de Waldemar Richter, localizada na parte frontal do Richter’s Hof.	282
Imagem 32 – Fotografia das edificações localizadas nos fundos do Richter’s Hof. À esquerda, a biblioteca; ao centro, a igreja; à direita, o museu. Na frente do museu, a <i>Richter’s Maibaum</i>	283
Imagem 33 – Fotografia com vista interna do museu do Richter’s Hof.....	286
Imagem 34 – Detalhe de objetos localizados na fração esquerda do museu do Richter’s Hof.	287
Imagem 35 – Detalhe de objetos localizados na fração direita do museu do Richter’s Hof. .	287
Imagem 36 – Fotografia do brasão da família Richter, fixado na base da <i>Richter’s Maibaum</i>	290
Imagem 37 – Fotografia do Memorial Pioneiros de Conventos, localizado no Urban Center Conventos, em Lajeado.	292

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ACG	Associação Cultural Gramado
ACIB	Associação Empresarial de Blumenau
ACIF	Associação Comercial e Industrial de Florianópolis
ALESC	Assembleia Legislativa do Estado de Santa Catarina
ANPHCTB	Associação Nacional de Pesquisadores da História das Comunidades Teuto-Brasileiras
ARENA	Aliança Renovadora Nacional
BESC	Banco do Estado de Santa Catarina
BRDE	Banco Regional de Desenvolvimento do Extremo Sul
CMIH	Centro de Memória Ingo Hering
CODESC	Companhia de Desenvolvimento de Santa Catarina
CPDOC	Centro de Pesquisa e Documentação de História Contemporânea do Brasil
CRAS	Centro de Referência de Assistência Social
CSIC	Consejo Superior de Investigaciones Científicas
DEM	Democratas
ENNH	Empresa Nacional de Navegação Hoepcke
FGV	Fundação Getulio Vargas
FHH	Fundação Hermann Hering
FIA	Fundo para a Infância e a Adolescência
FIESC	Federação das Indústrias do Estado de Santa Catarina
FMAC	Fundo Municipal de Apoio à Cultura
FUNDAR	Fundação Darcy Ribeiro
IBCC	Instituto Brasileiro de Controle do Câncer
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
IBRAM	Instituto Brasileiro de Museus
ICH	Instituto Carl Hoepcke
iFHC	Instituto Fernando Henrique Cardoso
IHGSC	Instituto Histórico e Geográfico de Santa Catarina
Iphae	Instituto do Patrimônio Histórico do Estado
IPHAN	Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional
MIMO	Museu Online da Indumentária e da Moda
MinC	Ministério da Cultura

MNIC	Museu Nacional de Imigração e Colonização
OAB	Ordem dos Advogados do Brasil
ODS	Objetivos do Desenvolvimento Sustentável
ONU	Organização das Nações Unidas
PDS	Partido Democrático Social
PLC	Partido Liberal Catarinense
PMDB	Partido do Movimento Democrático Brasileiro
PP	Partido Progressista
PPB	Partido Progressista Brasileiro
PRC	Partido Republicano Catarinense
ProAC	Programa de Ação Cultural
Pronac	Programa Nacional de Incentivo à Cultura
PSD	Partido Social Democrático
PSDB	Partido da Social Democracia Brasileira
PTB	Partido Trabalhista Brasileiro
RS	Rio Grande do Sul
SBM	Sistema Brasileiro de Museus
SC	Santa Catarina
SEM-SC	Sistema Estadual de Museus de Santa Catarina
SIM	Seminário Interdisciplinar em Museologia
SUDENE	Superintendência do Desenvolvimento do Nordeste
TCLE	Termo de Consentimento Livre e Esclarecido
Tecanor	Têxtil Catarinense do Nordeste
UCS	Universidade de Caxias do Sul
UDESC	Universidade do Estado de Santa Catarina
UDN	União Democrática Nacional
UFSC	Universidade Federal de Santa Catarina
UNIFEBE	Centro Universitário de Brusque
Unisinos	Universidade do Vale do Rio dos Sinos
UNIVATES	Universidade do Vale do Taquari
URJ	Universidade do Rio de Janeiro
USP	Universidade de São Paulo

APOIO DE FINANCIAMENTO CAPES

O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – Brasil (CAPES) – Código 001.

This study was financed in part by the Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – Brasil (CAPES) – Finance Code 001.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	18
1.1 APRESENTAÇÃO DO TEMA: MEMÓRIA, PODER E ELITES.....	18
1.2 A PERSPECTIVA TEÓRICA E OS CONCEITOS-CHAVE DA PESQUISA.....	20
1.3 O MAPEAMENTO DO CAMPO DE PESQUISA E O RECORTE EMPÍRICO	35
1.4 APONTAMENTOS PRELIMINARES SOBRE O OBJETO DE PESQUISA.....	45
1.5 APONTAMENTOS TEÓRICO-METODOLÓGICOS E AS TÉCNICAS DE PESQUISA	58
2 CARL HOEPCKE, O “HOMEM MAIS MODERNO DE SANTA CATARINA”	65
2.1 NOTAS ETNOGRÁFICAS PRELIMINARES.....	66
2.2 CARL HOEPCKE, O PATRONO.....	71
2.3 A SUCESSÃO E AS DUAS GUERRAS MUNDIAIS	85
2.4 ANNITA HOEPCKE DA SILVA, A HERDEIRA	88
2.5 O INSTITUTO CARL HOEPCKE.....	93
2.6 O TIMÃO DO PROGRESSO.....	98
2.7 “O MUNDO QUE O ALEMÃO CRIOU”: TRABALHO ALEMÃO E A CONSTRUÇÃO DO LEGADO	106
2.8 OS SIGNOS DA RIQUEZA.....	111
2.9 “ENTRE DUAS CULTURAS”: A ESCOLHA ÉTNICA DE DONA ANNITA.....	131
2.10 FLORIANÓPOLIS, UMA CIDADE “ALEMÃ”?	137
2.11 DIVIDENDOS SIMBÓLICOS E A EFICÁCIA DA CONSAGRAÇÃO SOCIAL ..	144
2.12 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	151
3 HERMANN HERING E A MEMÓRIA DE UMA MARCA	155
3.1 NOTAS ETNOGRÁFICAS PRELIMINARES.....	156
3.2 ALGUNS APONTAMENTOS SOBRE A COLONIZAÇÃO E A INDUSTRIALIZAÇÃO DO VALE DO ITAJAÍ.....	159
3.3 A LITERATURA (AUTO)BIOGRÁFICA E ACADÊMICA SOBRE A HERING....	162
3.4 HERING: TRAJETÓRIAS FAMILIAR E EMPRESARIAL	169
3.5 A ATUAÇÃO CULTURAL DA FAMÍLIA HERING E O INVESTIMENTO NA GERMANIDADE.....	187
3.6 A FUNDAÇÃO HERMANN HERING	192

3.7 O MUSEU HERING.....	197
3.8 UMA CONTRIBUIÇÃO À MODA BRASILEIRA: O LEGADO DA CAMISETA..	222
3.9 A MEMÓRIA DE UMA MARCA: O MUSEU COMO ESTRATÉGIA EMPRESARIAL	228
3.10 A MEMÓRIA DA HERING NA ENCRUZILHADA ENTRE A ETNICIDADE E A DIVERSIDADE.....	236
3.11 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	244
4 WALDEMAR RICHTER E A PEQUENA ALEMANHA FANTÁSTICA	248
4.1 NOTAS ETNOGRÁFICAS PRELIMINARES.....	249
4.2 <i>NIE GEDACHT</i> : A TRAJETÓRIA IMPENSADA DE WALDEMAR RICHTER	253
4.3 A CIDADE ÉTNICA: UMA ALEMANHA FANTÁSTICA EM FORQUETINHA ..	264
4.4 RICHTER’S HOF E O MUSEU PARTICULAR DE WALDEMAR RICHTER	281
4.5 ETNICIDADE, FAMÍLIA E NEGÓCIOS	291
4.6 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	295
5 CONCLUSÕES.....	298
REFERÊNCIAS.....	311
FONTES DE PESQUISA – CAPÍTULO 2 (INSTITUTO CARL HOEPCKE)	323
DADOS GEOGRÁFICOS E ESTATÍSTICOS.....	323
DOCUMENTOS.....	323
ENTREVISTAS.....	323
IMPrensa, SITES E REDES SOCIAIS	324
PUBLICAÇÕES BIOGRÁFICAS E DE HISTÓRIA EMPRESARIAL	325
FONTES DE PESQUISA – CAPÍTULO 3 (MUSEU HERING)	328
DADOS E RESULTADOS ELEITORAIS	328
DOCUMENTOS.....	328
IMPrensa, SITES E REDES SOCIAIS	328
PUBLICAÇÕES BIOGRÁFICAS E DE HISTÓRIA EMPRESARIAL	331

FONTES DE PESQUISA – CAPÍTULO 4 (RICHTER’S HOF)	336
DADOS E RESULTADOS ELEITORAIS	336
DADOS GEOGRÁFICOS E ESTATÍSTICOS.....	336
ENTREVISTAS.....	336
IMPrensa, SITES E REDES SOCIAIS	337
LEGISLAÇÃO	337
PUBLICAÇÕES E LIVROS	338

1 INTRODUÇÃO

1.1 APRESENTAÇÃO DO TEMA: MEMÓRIA, PODER E ELITES

A memória, longe de ser uma entidade neutra ou objetiva, expressa e é conformada por relações de poder e pelas tensões e pelas conflitualidades sociais do tempo presente. Assim, a memória – e, sobretudo, uma das suas principais expressões objetivadas, materializadas e institucionalizadas, os museus – são mobilizados pelos agentes em suas lutas sociais e simbólicas, podendo servir como mecanismos que reproduzem e legitimam as estruturas de dominação social ou como recursos a iniciativas de resistência e de contrapoder, o que pode ser atestado com base em vários trabalhos que consideram os mais diversos contextos empíricos e nacionais (MARTÍNEZ, 2017; LU, 2014; HINTON, 2013; ROSA, 2019).

Importa sublinhar que a memória e os museus interessam ao sociólogo uma vez que expressam as dinâmicas do poder e as relações de dominação vigentes em determinado espaço social, sendo um locus para as lutas sociais dos agentes acerca dos sentidos e das representações sociais “legítimas” sobre o passado histórico. Desse modo, a construção narrativa do passado operada por meio da memória revela ao sociólogo os mais diversos interesses, agendas e tensões do presente.

A relevância dos museus para os diversos agentes sociais reside em seu componente identitário. Os museus são espaços para a produção, a negociação e o controle de identidades, representando os grupos sociais por meio da sua cultura material (MCLEAN, 2008; WATSON, 2007). Nesse sentido, deve-se ter em mente que as narrativas produzidas e veiculadas nos espaços museais são parciais, situacionais e interessadas, podendo sofrer inflexões e sujeitas à influência de fatores variados – de ordem social, política, econômica, religiosa, ideológica, identitária etc.

Ao refletirmos sobre o problema da memória e dos museus à luz das chaves do poder e da dominação, a temática das elites ganha proeminência. Vários estudos demonstraram os laços históricos e característicos das elites com o espaço museal e com os semióforos – isto é, os objetos de coleções e de museus –, bem como o papel de tais instituições para a promoção e a legitimação de valores, crenças e interesses dos grupos dominantes (POMIAN, 1984; ABREU, 1996; HEYMANN, 2011; NEDEL, 2020; KOLK, 2019; GONÇALVES, 2007d; LU, 2014).

Nas palavras de Luciana Heymann:

As elites sempre erigiram lugares para preservar a sua memória, tanto coletivamente, em espaços e manifestações consagrados a determinados grupos, como individualmente, situação na qual o foco é colocado sobre uma trajetória pessoal. Se tomarmos esses lugares de memória na acepção que lhes conferiu Pierre Nora (1984) – lugares funcionais, simbólicos e materiais – podemos elencar uma variedade de instituições, celebrações e dispositivos, dos memoriais às biografias, dos livros didáticos aos monumentos, por meio dos quais, de maneira geral, as elites registram, celebram e preservam a sua memória (HEYMANN, 2011, p. 78).

Os estudos sobre elites têm destacado como a autoafirmação, a legitimação e a consagração social dos grupos dominantes dependem de estratégias específicas e de um investimento consequente, contexto no qual os usos sociais da memória ganham projeção e centralidade. As estratégias de consagração social de elites podem envolver, por exemplo, o investimento em literatura memorialista e a produção de perfis biográficos dedicados à trajetória de agentes destacados em determinada esfera de atuação social ou profissional (GRILL, 2015; CORADINI, 1997), bem como a criação de instituições de memória visando a organização, documentação e publicização da biografia social de agentes de elite, com o intuito de consagrá-los e integrá-los ao panteão de heróis e de homens públicos de destaque na história nacional (HEYMANN, 2011; ABREU, 1996).

No tocante ao grupo étnico “alemão” no Brasil, pode-se constatar um investimento recente no estabelecimento de instituições de memória por parte de agentes integrantes das elites econômicas. Tais instituições se destinam à promoção do “legado” de empresários “pioneiros” do comércio e da indústria e, de modo correlato, à promoção da própria etnicidade germânica no Brasil. O investimento nas esferas da memória e da história por parte de famílias empresariais de elite “alemãs”, mediante a institucionalização da trajetória de empresários “precursores” em determinados ramos de atividade econômica representa, em última instância, um esforço voltado à consagração social de tais agentes e à sua inserção na memória histórica oficial, seja em âmbitos local, regional e/ou nacional.

Nesse sentido, a presente pesquisa tem por objetivo analisar as estratégias de consagração social de elites empresariais “alemãs” no Sul do Brasil, por meio do estabelecimento de instituições de memória destinadas à preservação e à promoção da memória de empresários precursores da atuação familiar em determinada ramo de atividade econômica. Dito de outro modo, propõe-se a análise de instituições voltadas à preservação e à promoção da memória empresarial e familiar de agentes com ligações históricas e identitárias com o grupo étnico “alemão” no Brasil, que explicitam um conjunto de estratégias de autoapresentação, autoafirmação, autocelebração e consagração social de grupos dominantes na esfera econômica.

No que se refere ao universo empírico, como será exposto em detalhes ao longo desta introdução, serão consideradas especificamente três instituições de memória estabelecidas por famílias empresariais de elite teuto-brasileiras, a saber: o Instituto Carl Hoepcke (localizado em Florianópolis, Santa Catarina), o Museu Hering (Blumenau, Santa Catarina) e o Richter's Hof (situado na cidade de Forquethina, no Rio Grande do Sul).

1.2 A PERSPECTIVA TEÓRICA E OS CONCEITOS-CHAVE DA PESQUISA

Esta pesquisa possui uma natureza eminentemente interdisciplinar, situando-se nas fronteiras e nas intersecções entre a sociologia, a história e a antropologia. As principais referências à sustentação teórica deste estudo provêm do campo da sociologia das elites e dos estudos sociológicos e históricos sobre a questão da memória. De modo correlato, a pesquisa se beneficia de reflexões oriundas do campo da história pública e dos estudos de etnicidade. A perspectiva antropológica será operacionalizada sobretudo em termos metodológicos, no contexto de análise das instituições de memória, seus objetos e expografia.

Esta seção tem como objetivo apresentar os fundamentos teórico-metodológicos da pesquisa, as perspectivas, campos e subcampos de conhecimento que embasam o estudo, bem como os principais conceitos que serão operacionalizados ao longo da discussão. Nesse sentido, deve-se sublinhar de início que a pesquisa se baseia na suposição de uma indissociabilidade entre as disciplinas da sociologia e da história que, em tal visão, possuiriam afinidades estreitas. Desse modo, este estudo se afilia ao esforço empreendido por Pierre Bourdieu, que “[...] vise à favoriser l’émergence d’une science sociale unifiée, où l’histoire serait une sociologie historique du passé et la sociologie une histoire sociale du présent”¹ (BOURDIEU, 1995, p. 111).

Na perspectiva da sociologia das elites² ou, mais precisamente, da sociologia das elites de inspiração *bourdieusiana* (BOURDIEU, 2020; SAINT MARTIN, 2002; CORADINI, 2001, 1997; PINÇON & PINÇON-CHARLOT, 2007; SEIDL, 2013; REIS & GRILL, 2020; REIS, 2010; VOIGT, 2021a), as elites – termo grafado no plural – são compreendidas como um conjunto de agentes dotados de capitais e de recursos excepcionais, que ocupa posições destacadas nas mais diversas esferas sociais – econômica, política, cultural, religiosa,

¹ Tradução livre: “[...] visa favorecer a emergência de uma ciência social unificada, onde a história seria uma sociologia histórica do passado e a sociologia uma história social do presente”.

² Para um apanhado sobre o desenvolvimento, o conjunto de perspectivas teóricas e as principais temáticas abordadas no estudo das elites no campo da sociologia, consultar Khan (2012).

burocrática, profissional etc. As elites são constituídas por agentes localizados em posições dominantes e de comando, que desenvolvem trajetórias de “excelência” em determinado campo social e que, portanto, são responsáveis pela definição dos critérios considerados socialmente válidos – isto é, “legítimos” – em determinado microcosmo social.

Desse modo, assumindo que uma “elite” está sempre associada a um espaço social de referência – o que, conforme argumentam Reis & Grill (2020, p. 8), independe “[...] do lugar mais ou menos dominante ou dominado no espaço social mais amplo” –, podemos aferir a existência de elites empresariais em âmbitos local, regional e/ou nacional – isto é, um conjunto de agentes que ocupa posições destacadas na esfera econômica –, com ligações históricas e identitárias ao grupo étnico “alemão” no Brasil – ou seja, empresários e industriais cujas trajetórias estão associadas à experiência da imigração e da colonização de origem germânica –, que reproduzem no contexto familiar os capitais e os recursos necessários à manutenção de posições de elite. Em outras palavras, podemos constatar a existência de famílias empresariais de elite “alemãs”.

Nesse sentido, os agentes analisados nesta pesquisa possuem uma dupla condição de elite, isto é, são elites econômicas e, simultaneamente, elites étnicas. Tais agentes, ao estabelecerem lugares de memória voltados à autopromoção da imagem de empresários e, ao mesmo tempo, à promoção da etnicidade germânica no Brasil, podem ser compreendidos como “intelectuais étnicos”, no sentido proposto por Weber (2014). Na perspectiva da autora, a noção de intelectual étnico é aproximada das formulações sobre o “agente social” (no sentido *bourdieusiano*) e sobre os “mediadores”, fazendo referência a um indivíduo ou conjunto de indivíduos posicionados no espaço social que contribuem para criar representações e para conferir realidade ao grupo étnico a partir de um trabalho de “formulação simbólica” (WEBER, 2014, p. 714).

Assim, podemos definir o que estou chamando de “elite étnica” como um conjunto de agentes bem posicionados em uma ou mais esferas sociais – economia, política, cultura, religião, academia, intelectualidade –, que executa um trabalho de criação, de definição e de representação do grupo étnico. A posição de elite no interior do grupo étnico está associada, portanto, a posições dominantes e a recursos e trunfos sociais oriundos e adquiridos nas mais diversas esferas sociais de atuação. Uma condição de elite em determinada esfera social passa a ser também uma condição de elite étnica a partir do investimento em etnicidade – isto é, quando o agente assume e reproduz a sua condição *de origem* – e do engajamento no trabalho de representação do grupo étnico, o que permite que um indivíduo seja reconhecido como uma liderança no contexto do grupo.

A existência e a manutenção de grupos étnicos e as definições identitárias por eles veiculadas são tributárias, em larga medida, da atuação de elites. As elites étnicas produzem representações e conferem realidade aos grupos étnicos por meio de iniciativas diversas como, por exemplo, o estabelecimento de instituições – escolas, associações, centros culturais etc. –, a publicação escrita – no âmbito de jornais e de obras acadêmicas ou literárias –, a organização de eventos, festividades e comemorações, o estabelecimento de lugares de memória etc.³.

Na esteira da sociologia das elites, é mister precisarmos uma definição para o conceito de consagração social. A noção, amplamente utilizada nos estudos de elites, mas raramente definida ou explicitada, é tributária da sociologia de Pierre Bourdieu, sendo empregada sobretudo no contexto de pesquisas sobre os campos literário e artístico (BOURDIEU, 1996a; LIZÉ, 2015). O verbete “consagração”, incorporado no dicionário de conceitos aplicados nos estudos sociológicos sobre literatura – elaborado pela rede de pesquisadores francófonos *Socius: ressources sur le littéraire et le social* –, oferece alguns elementos pertinentes à compreensão da noção:

La consécration consiste en une représentation publique, ostentatoire et ritualisée de la reconnaissance littéraire par une instance reconnue ou se reconnaissant apte à juger de la valeur d’une œuvre ou d’un écrivain. Obtenue à un moment déterminé, elle est perçue comme une légitimité indiscutable, comme un titre immuable (Denis ; David). La consécration n’est jamais tout à fait distincte de la légitimité, de la reconnaissance et de la canonisation, phénomènes qui se recoupent en plusieurs points. Certains sociologues de la littérature emploient par ailleurs les unes et les autres notions sans les définir explicitement⁴ (RIEL, [entre 2014 e 2016]).

Assim, a consagração social pode ser compreendida como a produção e a disseminação de uma representação pública e “legítima” de reconhecimento e de excelência conferida a determinado agente social. De tal modo, a consagração pode ser associada a termos correlatos, como a glorificação, a notabilização, a monumentalização e a eternização. A consagração, via de regra, depende da produção de narrativas triunfalistas, próximas do panegírico e do discurso hagiográfico. Em termos *bourdieusianos*, a consagração social implica, em última instância, a

³ Para uma análise sócio-histórica sobre a atuação das elites do grupo étnico alemão no Brasil após o Estado Novo, consultar Voigt (2021b).

⁴ Tradução livre: “A consagração consiste em uma representação pública, ostentatória e ritualizada do reconhecimento literário por uma instância reconhecida ou reconhecendo-se apta a julgar o valor de uma obra ou de um escritor. Obtida em um momento determinado, ela é percebida como uma legitimidade indiscutível, como um título imutável (Denis; David). A consagração nunca é totalmente distinta da legitimidade, do reconhecimento e da canonização, fenômenos que coincidem em vários pontos. Alguns sociólogos da literatura empregam além disso umas ou outras noções sem defini-las explicitamente”.

aquisição de um elevado capital simbólico por parte de um agente.

Um dos indicativos mais comuns da consagração de elites se refere à obtenção de prêmios, títulos e honrarias. Em *As regras da arte*, obra-prima de Bourdieu no campo da sociologia da literatura, o autor enumera algumas formas e manifestações da consagração social, a saber: “inauguração de estátuas e de placas comemorativas, atribuição de nomes de rua, criação de sociedades de comemoração, introdução nos programas escolares etc.” (BOURDIEU, 1996a, p. 255).

Consagrar, na interface do seu sentido religioso, implica tornar um objeto sagrado. De acordo com Pomian (1984), o termo museu é derivado do nome atribuído, na civilização grega, aos antigos templos das Musas. Em tais espaços eram depositadas e expostas as oferendas aos deuses, o que implicava que tais objetos abandonassem o circuito utilitário e adentrassem no universo do sagrado – isto é, os objetos eram “consagrados”, passando a ser propriedade dos deuses⁵.

Em um sentido secularizado, podemos compreender as instituições de memória e os museus contemporâneos como mecanismos de consagração de indivíduos históricos a partir da exposição de objetos. Nos termos de Bourdieu, o museu pode ser entendido como o “universo sagrado da cultura legítima”, ao passo que os objetos nele contidos são “instrumentos da glorificação suntuária dos grandes de outrora” (BOURDIEU & DARBEL, 2003, p. 89; 169). Desse modo, à consagração operada pelo museu subjaz a definição de um lugar para os heróis e os grandes personagens da história, tornando a sua imagem e a sua memória sacras e dignas de reverência.

Na perspectiva de Abreu (2019), os museus podem ser definidos como “espaços consagrados e consagradores de histórias” (ABREU, 2019, p. 182). Para empregarmos a terminologia adotada pela autora, os museus constituem espaços de “fabricação do imortal”, isto é, de representação dos homens públicos e de invenção dos grandes personagens da nação (ABREU, 1996). Se a morte representa o esquecimento, a imortalidade depende da lembrança, ou seja, da memória enquanto mecanismo produtor de representações laudatórias e rememorativas do indivíduo.

A consagração social, compreendida como reconhecimento e senso de deferência a determinado agente, é responsável pela conversão da trajetória desse agente em um modelo, ou seja, em uma trajetória exemplar. Nesse sentido, a consagração implica, simultaneamente, a

⁵ No sentido latino clássico, *consecratio* representa o ato ritual de transmissão de um objeto do reino humano para o reino divino (cf. LINDERSKI, 2015).

produção e a definição de critérios de excelência social para determinado campo ou espaço de atuação. É precisamente no seu papel enquanto instituição definidora da excelência social que se compreende os laços históricos entre os museus e as elites – isto é, entre as instituições consagradas à história e os agentes detentores de recursos diferenciais e de posições dominantes no espaço social. De acordo com Saint Martin:

[...] especialmente no que tange ao lugar do museu em nossa sociedade, fica evidente que ele não é somente um lugar de memória, mas, também, de difusão de uma maneira de fazer e de ler a história; um lugar, se não de imposição, ao menos de proposição de uma definição da excelência social e política (SAINT MARTIN, 1996, p. 20).

No que se refere à memória, esta se afigura como um recurso central à consagração de agentes e de trajetórias. Na interface com a questão da memória, uma estratégia de consagração social pode ser compreendida como um investimento para a definição de um lugar singular de inscrição. Isto é, a consagração social é a delimitação de um lugar de relevância no panteão histórico, com o posicionamento e a inscrição de agentes sociais em tal lócus. A memória acerca dos feitos e das realizações de um indivíduo, sejam reais ou imaginados, ocupa um papel-chave nesse processo.

Como se pode depreender da discussão apresentada até o momento, uma reflexão sobre o problema da consagração pressupõe, inevitavelmente, uma consideração acerca da questão da trajetória, isto é, da dimensão diacrônica do processo de reconhecimento de um agente social. A consagração depende daquilo que a literatura pertinente convencionou denominar de “instâncias de consagração”, ou seja, os circuitos, etapas, recursos e instituições acessados por um agente ao longo de sua trajetória (LIZÉ, 2015, p. 6). É a partir de uma série de instâncias que um agente desenvolve sua trajetória e leva a cabo um conjunto de realizações consideradas dignas de reconhecimento e, portanto, de consagração.

A discussão sobre a consagração social e a questão da trajetória torna-se mais complexa quando adicionamos o problema da memória ao debate. Como tenho argumentado, a memória constitui um trunfo para a consagração da trajetória de um agente. A memorialização – tenha-se em mente, por exemplo, a produção de biografias ou autobiografias – usualmente representa uma das últimas instâncias de consagração de uma trajetória. Por outro lado, a musealização dos feitos e das realizações de um personagem, via de regra, ocorre em momento posterior à morte do agente homenageado, como é o caso das instituições de memória em análise nesta pesquisa.

Assim, em certo sentido, a trajetória dos agentes submetidos a um trabalho de

memorialização não se encerra com a morte, envolvendo instâncias de consagração como a criação de museus, a nomenclatura de ruas e de edifícios, a personificação em estátuas, o recebimento de prêmios e honrarias etc. Desse modo, talvez seja lícito falarmos de uma trajetória *post mortem* dos agentes, que compreende os usos sociais do seu nome, da sua imagem e da sua memória em lutas sociais e simbólicas por parte de uma miríade de agentes, mormente os herdeiros, legatários, inventariantes e intervenientes do titular da memória. Para empregarmos os termos de Abreu: “Uma vez morto o indivíduo, por determinação dos deuses, inicia-se o processo de sua recriação pelos homens” (ABREU, 1996, p. 68).

Dessa forma, as instâncias de consagração *post mortem* – como é o caso de instituições dedicadas à consagração da memória de um personagem – constituem estratégias de herdeiros que, além de simplesmente rememorar e disseminar imagens positivas e laudatórias sobre membros do grupo familiar, visam também o reconhecimento e o acesso a posições de prestígio para si próprios por meio da associação com a memória dos antepassados. Nesse sentido, convêm termos em mente a advertência de Heymann: “Não é demais lembrar que a noção de legado alimenta a memória dos mortos aos quais se associa, *mas a titularidade das ações empreendidas em seus nomes e os dividendos que sejam capazes de produzir pertencem aos vivos*” (HEYMANN, 2011, p. 90, grifo meu).

De certo modo, ao criarem instituições de memória dedicadas a membros do próprio grupo familiar, as elites étnicas teuto-brasileiras estão criando instâncias de consagração social próprias, com vistas ao controle da narrativa histórica acerca dos personagens memorializados. Grill (2015), ao analisar as biografias e as autobiografias sobre Afonso Arinos – agente dotado de multitalentadas nas esferas da política e da intelectualidade –, sublinhou o papel dessa literatura memorialista para a gestão da imagem e da representação do personagem no espaço público⁶. Nos termos do autor: “[...] as memórias são lugares privilegiados de observação [...] das estratégias simbólicas de apresentação de si, dos seus atributos, competências e trunfos” (GRILL, 2015, p. 30). Em outras palavras, as memórias representam um indicador da posição arrogada por agentes integrantes das elites – isto é, a memória constitui um lócus profícuo para a apreensão do “reconhecimento desfrutado e reivindicado por personalidades públicas” (GRILL, 2015, p. 22).

Heymann (2007b), em reflexão acerca do “legado” do Estado Novo, desenvolve um argumento bastante semelhante acerca de outra modalidade de memorialização, os arquivos

⁶ Para outro estudo que considera os usos da literatura biográfica e de cunho memorialista para a consagração de elites, mais especificamente as elites profissionais da medicina no Brasil, consultar o trabalho de Coradini (1997).

personais. De acordo com a autora, os arquivos são alvo de investimento social por parte de titulares, familiares e herdeiros, na medida em que constituem uma possibilidade de intervenção no sentido atribuído à história. Desse modo, os agentes procuram maximizar o capital simbólico dos arquivos pessoais e de seus titulares, agenciamentos determinados por interesses sociais e “sempre orientados pelos ditames do presente” (HEYMANN, 2007b, p. 2).

Importa sublinhar, nesse contexto, que a memorialização em suas distintas modalidades afigura-se como um recurso importante das elites para o controle narrativo sobre a sua representação na esfera pública. Tanto no caso das biografias e autobiografias (GRILL, 2015) e dos arquivos pessoais (HEYMANN, 2007b) quanto no que se refere ao objeto em análise nesta pesquisa – a saber, a memorialização via institucionalização, levada a cabo por membros do grupo familiar –, percebe-se que tais estratégias de memorialização têm por finalidade e efeito a reverberação em discursos biográficos e históricos produzidos por instâncias de consagração autorizadas. Por consequência, temos que uma estratégia de “autoconsagração” encontra seu grau máximo de realização e de eficácia quando a confirmação da notoriedade do personagem memorializado é garantida por instituições consagradoras dotadas de legitimidade. A criação de uma instituição de memória própria – isto é, de “autoconsagração” – cumpre duplamente esse papel consagrador, isto é, produz um discurso que se pretende autorizado sobre um indivíduo – uma vez que se trata de um discurso veiculado por uma das mais “legítimas” instituições de guarda da história, o museu – e, simultaneamente, contribui para a disseminação e o controle das representações sobre esse indivíduo no espaço público por parte de outros agentes e instituições autorizados.

Um exemplo de memorialização via institucionalização pode ser encontrado no trabalho de Heymann (2011), que tematiza duas instituições de memória de elites políticas, o Instituto Fernando Henrique Cardoso (iFHC) e a Fundação Darcy Ribeiro (FUNDAR). No trabalho, a autora investiga o processo de institucionalização de trajetórias de membros da elite política brasileira contemporânea por meio da criação de espaços institucionais destinados à consagração da memória e da trajetória de tais agentes, com vistas à conversão de seus acervos pessoais em “patrimônio”. Segundo a autora, trata-se de um investimento na construção de espaços de memória para elites políticas que faz parte das próprias estratégias *políticas* de tais agentes e de seus correligionários. Apesar do investimento memorial no acervo pessoal de tais personagens ter se originado nos próprios titulares – isto é, em Fernando Henrique Cardoso e Darcy Ribeiro –, e não nos herdeiros de tal “patrimônio” – como se verifica de modo mais comum e frequente –, a criação de instituições de memória implica, via de regra, a aquisição de capital simbólico não apenas por parte dos membros das elites que têm sua memória e seu

“legado” promovidos por tais instituições, mas também por seus herdeiros e por pessoas a eles associadas.

É importante ressaltar que a noção de consagração social empregada nesta pesquisa possui afinidades estreitas com o conceito de legado, no sentido atribuído ao termo por Luciana Heymann (2011, 2007, 2005). De acordo com a autora, a organização de lugares de memória de elites constitui uma invenção discursiva de um “legado” associado a um personagem e à sua trajetória (HEYMANN, 2011). Nedel (2014), ao discutir a noção de legado proposta por Heymann, aponta que o conceito, além de compreender o conteúdo substantivo das realizações de determinado agente, envolve a produção de um discurso memorial sobre o indivíduo. Nos termos da própria Heymann, a ideia de legado:

[...] geralmente remete aos princípios da ação política e às realizações que caracterizam a atuação de determinados personagens ou, no caso de regimes e períodos históricos, às instituições, práticas e ideários que neles se originaram. Para além dessa dimensão do legado, mais substantiva por assim dizer, encontra-se a que me interessa iluminar e que mantém com a primeira uma relação de alimentação recíproca. Trata-se do investimento social por meio do qual uma determinada memória é tornada exemplar ou fundadora de um projeto político, social, ideológico etc., sendo, a partir de então, abstraída de sua conjuntura e assimilada à *história nacional*. Nesse movimento, configura-se um outro tipo de legado, de natureza memorial, materializado em arquivos, objetos e toda sorte de registros que remetam ao personagem, ao período ou ao tema em questão, que passam a ser objeto de ações de preservação e divulgação, por meio das quais, por sua vez, o conteúdo associado ao personagem, período ou tema são constantemente atualizados e renovados (HEYMANN, 2007b, p. 2, grifo da autora).

A partir do excerto acima, é possível antever as proximidades entre as noções de consagração social e de legado. Investir em um legado – que constitui, invariavelmente, um investimento em memória, na sua atualização e renovação – é tornar os feitos e as realizações de um agente exemplares e relevantes em um contexto de referência que ultrapassa o próprio agente, isto é, investir em legado é demarcar a relevância e a excelência de uma trajetória no âmbito da história oficial – seja local, regional ou nacional. Em outras palavras, quando uma trajetória individual é alçada a um nível de relevância na esfera pública, um “legado” é construído. Como argumenta Heymann, um acervo pessoal, ao ser institucionalizado, passa a inserir-se: “[...] no universo dos bens simbólicos reunidos sob a chancela do ‘patrimônio’ ou da ‘história’ nacionais” (HEYMANN, 2005, p. 50).

Na medida em que a consagração social – no sentido de representação pública e laudatória – depende do desenvolvimento de uma trajetória considerada de excelência, muitas vezes as estratégias de consagração mobilizam a memória sobre as posições e tomadas de

posição de um agente ao longo do tempo como um recurso de primeira ordem. Nesse contexto, uma estratégia de consagração social passa a ser um investimento de construção do legado de um personagem, isto é, de invenção de um discurso memorial acerca dos seus feitos e realizações social e historicamente relevantes.

Desse modo, em vários momentos neste trabalho, as noções de consagração – compreendida como reconhecimento público de excelência social a um agente – e de legado – no sentido de construção da relevância pública do agente em termos históricos – mostrar-se-ão sobrepostas e intercambiáveis. Pode-se argumentar que um agente “consagrado” é aquele que produziu um “legado”, ou seja, realizações representadas como de relevância e de excelência em termos sociais e históricos. Assim, um agente dotado de uma trajetória excepcional em determinado espaço social – isto é, um agente que desenvolveu uma trajetória digna de consagração –, via de regra, é um agente que teria “legado” algo à história – seja à história específica desse espaço ou à história mais geral da nação.

As instituições de memória destinadas à consagração de elites podem ser compreendidas como “lugares de memória” (*lieux de mémoire*), na célebre acepção formulada por Pierre Nora (1993). Nos termos do autor, os lugares de memória são “[...] mixtos, híbridos e mutantes, intimamente enlaçados de vida e de morte, de tempo e de eternidade; numa espiral do coletivo e do individual, do prosaico e do sagrado, do imóvel e do móvel” (NORA, 1993, p. 22). De acordo com o autor, a disseminação de lugares de memória se deve ao desaparecimento e à perda da memória enquanto elemento estruturante da experiência social nas sociedades modernas. A tese de Nora (1993) pode ser descrita nos seguintes termos: os lugares de memória são estabelecidos para consagrar uma memória que não é mais estruturante das práticas de determinado grupo ou sociedade; isto é, quanto menos uma memória é vivida, mais ela necessita de lugares destinados à sua preservação e reverberação.

Dito de outro modo, quando a memória perde o seu potencial “comunicativo” – para utilizarmos a expressão de Assmann (1995) –, ela é projetada e solidificada em um lugar de memória. O enfraquecimento do papel da memória na estruturação das práticas sociais é uma característica da modernidade, perpassada por processos como a industrialização e a concentração urbana – e, de modo correlato, pela perda de referências locais e comunitárias. Deve-se pontuar ainda que os “lugares” de memória em tal acepção referem-se não apenas a espaços físicos como museus, centros de memória ou monumentos, compreendendo também documentos, biografias e demais objetos destinados à preservação e à manutenção da memória.

No que tange à questão da memória, esta pesquisa baseia-se em um conjunto amplo de aportes, provenientes dos campos da história e das ciências sociais (POLLAK, 1989, 1992,

2010; HALBWACHS, 2003; ASSMANN, 1995; SARLO, 2007; ROSEMAN, 2000; GIESEN & JUNGE, 2003; SANTOS, 2008; MENESES, 1992; VOIGT, 2017). Esta bibliografia tem evidenciado a centralidade dos atributos e das propriedades sociais para o trabalho de construção da memória. A memória, compreendida como o trabalho de fabricação do “passado” no “presente”, depende de caracteres de origem social e de trajetória dos agentes, que acabam por estruturar e enquadrar as construções narrativas acerca do passado. Em uma chave de leitura clássica no campo da sociologia da memória, o fenômeno da memória se apresenta associado às experiências do “silêncio” e do “esquecimento”. Em determinadas circunstâncias, uma memória pode ser silenciada, em função da impossibilidade da sua reverberação em um contexto histórico ou político específico; por outro lado, a memória pode ser alvo de uma experiência psicológica e socialmente determinada de esquecimento, em virtude, por exemplo, de experiências marcadas pelo trauma.

Ao refletirmos sobre a memória, é mister termos em mente a sua indissociabilidade com a identidade. Ao tematizar as chamadas “histórias de vida”, produzidas por meio da história oral, Pollak (1992) sublinha as ligações intrínsecas entre a memória e a identidade, definindo esta última como o “sentido da imagem de si, para si e para os outros” (POLLAK, 1992, p. 5). Segundo o autor, a memória reforça o sentimento de pertencimento e as fronteiras socioculturais, isto é, a referência ao passado serve à manutenção da coesão grupal e à produção de alteridade (POLLAK, 1989). No processo de construção da identidade social, Pollak (1992) identifica três elementos centrais: a unidade física, a continuidade dentro do tempo e o sentimento de coerência e de unidade. Nas palavras do autor:

Podemos portando [*sic*] dizer que *a memória é um elemento constituinte do sentimento de identidade*, tanto individual como coletiva, na medida em que ela é também um fator extremamente importante do sentimento de continuidade e de coerência de uma pessoa ou de um grupo em sua reconstrução de si (POLLAK, 1992, p. 5, grifo do autor).

Pollak (1992) apresenta ainda algumas das características definidoras do trabalho de construção da memória, comumente constatadas nas pesquisas acerca da temática. Tais características, assumidas como pressupostos para a compreensão das narrativas de memória em análise nesta pesquisa, podem ser listadas do seguinte modo: (1) a memória opera projeções ou transferências de outros eventos; (2) a “memória é seletiva”; (3) a “memória é um fenômeno construído”; (4) a memória é “resultado de um verdadeiro trabalho de organização”; (5) a “memória e a identidade são valores disputados em conflitos sociais e intergrupais”; e, por fim, (6) a memória é submetida a um trabalho de enquadramento, parcialmente realizado por

historiadores, que expressa as disputas organizacionais e políticas em torno da memória (POLLAK, 1992, p. 3-6).

Beatriz Sarlo (2007) ressalta a necessidade de crítica da memória e do testemunho, como qualquer outra fonte histórica, apontando as dificuldades de tal procedimento num contexto de “guinada subjetiva” – ou seja, de primazia do eu na vida pública e de verdade do sujeito no campo do conhecimento científico. Dito de outro modo, a autora opera uma crítica ao “mito da memória”, isto é, à crença na superioridade do relato da experiência em função da relação subjetiva entre narrador e acontecimento histórico, que acaba por ocultar o contexto social de produção da memória e seus usos políticos.

O imperativo da crítica às narrativas de memória, bastante arrojado no contexto de enunciado de Sarlo (2007) – isto é, as memórias de vítimas de regimes ditatoriais na América Latina, sobretudo no contexto argentino –, parece ser ponto pacífico em um estudo sobre memórias de elite. Desse modo, deve-se sublinhar que o distanciamento em relação às formulações subjetivas sobre o passado – ou seja, em relação às narrativas de memória produzidas pelos próprios agentes –, assim como a crítica à legitimidade moral, psicológica e identitária da memória como fundamento de uma verdade histórica e, por fim, o reconhecimento da vinculação da memória aos imperativos políticos e às lutas do presente, constituem princípios norteadores adotados nesta pesquisa.

Ademais, pode-se aplicar a concepção de documento formulada por Le Goff (2003) às instituições de memória de elites, sobretudo aos objetos e acervos que as compõem. A proposta de Le Goff, que visa encarar um documento como um monumento, isto é, como um produto de relações de poder – e não como uma herança indubitável do passado –, pode auxiliar no desenvolvimento de uma análise que rompa com a neutralidade de arquivos, acervos e coleções, bem como com a naturalidade da exposição museográfica e da narrativa por ela veiculada.

Os objetos contidos em uma instituição de memória de elite não subsistem apesar de algo – isto é, não são restos ocasionais do processo histórico –, mas existem apenas em função do trabalho de algum indivíduo – ou seja, do esforço de preservação de uma memória e de construção de um legado por determinado agente, executado segundo estratégias, interesses e objetivos específicos. Esse argumento nos aponta para os sentidos sociais e políticos implicados em narrativas de memória conformadas por meio de acervos e exposições. Por extensão, o foco de análise passa a abranger não apenas os acervos e as narrativas expográficas, mas também os agentes responsáveis por sua constituição, promoção e uso social.

A memorialização e a musealização da trajetória de elites empresariais podem ser interpretadas à luz das reflexões e das iniciativas levadas a cabo sob a égide daquilo que se

convencionou denominar de “história pública” (HEYMANN, VANNUCCHI & FONTES, 2014; MATTOS, ABREU & GURAN, 2014; KOLK, 2019). Em editorial de um dossiê sobre o tema, Heymann, Vannucchi & Fontes (2014) argumentam que:

De origem anglo-saxã, o termo *história pública* procura dar conta, de uma forma ampla, das relações e do diálogo entre a produção acadêmica e não acadêmica do conhecimento histórico. De um lado, os lugares de produção de saber histórico se multiplicaram, indo além dos departamentos e centros universitários. De outro, as numerosas contendas sobre a memória coletiva e o dever de memória têm frequentemente colocado a disciplina histórica no centro de debates públicos com amplas repercussões políticas e sociais (HEYMANN, VANNUCCHI & FONTES, 2014, p. 229, grifo dos autores).

Podemos imputar dois pressupostos centrais ao campo da história pública. Em primeiro lugar, a suposição de que não são apenas os historiadores – ou os sociólogos e demais cientistas humanos interessados no passado – que escrevem a história. Nessa perspectiva, a construção das narrativas sobre os fatos históricos no espaço público envolve múltiplos agentes sociais, não sendo uma prerrogativa de cientistas, historiadores e demais agentes profissionalizados. Dessa forma, os modos de representar a história dependem também dos agenciamentos dos próprios sujeitos da história que tomam parte dos debates e intervêm na construção das narrativas e das representações públicas sobre o passado. A história e a memória são, em última instância, objetos em contenda; em tal disputa, os historiadores não são os únicos narradores legítimos.

Em segundo lugar, temos a ideia de que há um papel e uma responsabilidade social dos historiadores frente às narrativas históricas por eles produzidas e disseminadas. Assim, ao produzirem conhecimento sobre a história, os acadêmicos têm uma responsabilidade ética sobre os resultados do seu trabalho e sobre as representações públicas acerca dos acontecimentos históricos. Essa responsabilidade diz respeito aos agentes e grupos sociais que são “objeto” de determinada reflexão histórica e que, ademais, podem estar envolvidos e engajados na produção e na promoção de narrativas próprias sobre os acontecimentos históricos. A responsabilidade ética e social do trabalho historiográfico compreende, sobretudo, grupos sociais minoritários ou invisibilizados da memória histórica oficial. Tal assertiva se comprova pelo fato de a história pública no Brasil – enquanto campo de pesquisa e de ação – ter se desenvolvido largamente a partir de reflexões sobre a representação da escravidão na esfera pública e sobre a memória de descendentes de africanos escravizados (ver, p. ex., MATTOS, ABREU & GURAN, 2014).

Do ponto de vista da história pública, a reflexão acerca de um determinado fato histórico representa, ao mesmo tempo, uma preocupação acerca da narrativa sobre tal acontecimento

histórico no espaço público, bem como sobre as imagens associadas ao grupo social nele implicado. Nesse sentido, à história pública subjaz um questionamento e uma reflexão sobre a memória coletiva de determinada sociedade ou grupo social, isto é, sobre as representações sobre o passado disseminadas na esfera pública.

Se as iniciativas e os estudos desenvolvidos nos marcos da história pública são fortemente caracterizados por um posicionamento ético e por uma perspectiva engajada em relação a minorias sociais e grupos estigmatizados, mostra-se perfeitamente possível, em minha visão, levarmos a cabo uma investigação que mobilize as reflexões desse campo e que se direcione à análise dos grupos socialmente dominantes (KOLK, 2019; VOIGT, 2020b). As instituições de memória de elites étnico-empresariais são, inequivocamente, um exemplo de agenciamento dos sujeitos históricos – isto é, de um agenciamento de natureza não acadêmica – na produção de memória e na inscrição de personagens na história pública e oficial.

Para uma articulação entre a história pública e uma reflexão sobre elites, a noção de consagração social cumpre um papel central. A consagração social depende de estratégias e de um investimento que são característicos de agentes de elite. A delimitação de um lugar na história oficial e na memória coletiva – isto é, de um lugar singular de destaque e de relevância – representa, precisamente, o ato de consagração social. Desse modo, o estabelecimento de uma instituição de memória constitui um esforço de produção de um sentido de deferência pública à memória de um agente, de um grupo familiar e/ou de uma empresa e, por extensão, um sentido de reverência e de respeito a um povo ou etnia. Em última instância, a memorialização como uma estratégia de consagração constitui um investimento para a definição dos sentidos da história e para a construção pública da relevância de um determinado personagem – isto é, constitui um agenciamento característico de “história pública”.

No que se refere ao conceito de etnicidade, esta pesquisa toma como suposto a perspectiva de Fredrik Barth (1998) segundo a qual os grupos étnicos são constantemente feitos e refeitos a partir do estabelecimento de fronteiras étnicas. Na perspectiva do autor, mais do que características “primordialistas” ou especificidades culturais que estariam objetivamente associadas aos grupos étnicos, importa o processo constante de atribuição e de atualização de atributos culturais para a demarcação de fronteiras, o que ocorre no contato entre os grupos e que resulta no posicionamento dos indivíduos em cada um dos lados das *ethnic boundaries*.

Ademais, a concepção de etnicidade adotada neste estudo se baseia nas formulações de Mónika Fodor (2020), que ressaltam o componente eminentemente subjetivo da identificação de base étnica. Analisando as narrativas de memória intergeracional de sujeitos de origem étnica europeia no contexto dos Estados Unidos, a autora argumenta que a etnicidade só exerce efeito

para esses indivíduos – etnicamente brancos e plenamente assimilados – se eles assim o desejarem. Desse modo, ao invés de uma conexão normativa com indivíduos que partilham de uma mesma origem, a etnicidade passa a ser compreendida como um “investimento”, o que, por consequência, depende da percepção de recompensas e de lucros – sejam virtuais ou reais, sejam simbólicos ou econômicos – por parte dos agentes sociais que se engajam nessa forma de identificação.

Conforme argumentei em resenha acerca do trabalho da autora, o conceito de etnicidade:

[...] representa o aspecto mais inovador e interessante da obra de Fodor. A autora propõe uma conceituação de etnicidade como capital simbólico, baseando-se na sociologia de Pierre Bourdieu. De acordo com a autora, reivindicar a etnicidade como parte significativa da subjetividade demanda “investimento”, em sentido *bourdieusiano*. Em outras palavras, a etnicidade compreende escolha, negociação e “interesse” – para que os sujeitos se identifiquem com determinada herança étnica, é necessário que a considerem algo de valor e digno de investimento. Nesse sentido, a etnicidade passa a ser compreendida como um conjunto de conhecimentos culturais e linguísticos que representam uma fonte de capital simbólico. [...] A noção de investimento implica, de modo correspondente, lucros obtidos ou visados pelos agentes. Nas narrativas analisadas pela autora, são mencionados alguns dos ganhos simbólicos e materiais da identificação étnica, que são principalmente linguísticos, culturais e profissionais: conhecimento de outra língua, compreendida como habilidade social; conhecimentos e competências culturais, que possibilitam, ademais, um senso de valorização da diversidade cultural e uma atitude de “tolerância” em relação a minorias e grupos imigrantes; aquisição de capital social e *networking* com outros sujeitos étnicos; e benefícios profissionais da biculturalidade e do bilinguismo, que se expressam, por exemplo, no desenvolvimento de carreiras acadêmicas e artísticas – em que o capital cultural e linguístico se mostra determinante – ou no âmbito dos negócios e das profissões liberais que se desenvolvem em círculos étnicos – em que o capital social tem um papel crucial (VOIGT, 2022, p. 432-3).

Quanto às especificidades da etnicidade implicada nas iniciativas de memorialização em análise nesta pesquisa, deve-se pontuar que a teuto-brasilidade pode ser compreendida como uma identidade hifenizada. Na perspectiva de Lesser (1999, 2017), as identidades hifenizadas são aquelas constituídas na intersecção entre etnicidades de origem diaspórica/migrante e identidades nacionais – o “hífen”, nesse contexto, representa precisamente a articulação entre a dimensão étnica e o contexto local/nacional, que produz efeitos identitários em ambos os lados do hífen. Nesse sentido, uma identidade hifenizada compreende simultaneamente um senso de similitude e de diferença em relação às identidades nacionais. Além disso, segundo tal perspectiva, as identidades hifenizadas são formadas por meio de um processo constante de negociação, sendo eminentemente situacionais e fluídas.

Conforme argumenta Bourdieu (1989a), a definição de identidades de base étnica ou regional envolve atos de classificação e de representação da realidade, nos quais estão implicados os interesses materiais e simbólicos dos agentes. Nos termos do autor: “As lutas a respeito da identidade étnica ou regional [...] são um caso particular das lutas das classificações, lutas pelo monopólio de fazer ver e fazer crer, de dar a conhecer e de fazer reconhecer, de impor a definição legítima das divisões do mundo social e, por este meio, de fazer e de desfazer os grupos” (BOURDIEU, 1989a, p. 113). Tais lutas são significativas aos agentes na medida em que compreendem a definição do valor da pessoa em termos de identidade social.

Nos casos em análise nesta pesquisa a memória e a sua musealização implicam, de modo correlato, a produção e a disseminação de imagens representativas sobre o contexto socioespacial em que as instituições de memória estão situadas. Nesse sentido, além de contribuírem para a construção do grupo étnico mediante um trabalho de representação e de instituição que toma por base a sua cultura material, as instituições de memória das elites étnicas “alemãs” estão inseridas num espaço de lutas simbólicas para a própria representação dos contextos citadinos de referência mediante a disseminação de imagens que associam o “local” ao “étnico”. Em outras palavras, ao estabelecerem instâncias de consagração social próprias, as elites teuto-brasileiras estão contribuindo para dar existência ao grupo étnico ao qual se associam e procurar se associar e, simultaneamente, para delimitar uma paisagem cultural cidadina que esteja inequivocamente associada à identidade desse grupo. Trata-se, em última instância, de fazer existir a realidade do grupo étnico e, ao mesmo tempo, de tornar a imagem do grupo a representação pública, dominante e “legítima” do lugar.

Um conjunto de trabalhos demonstrou que os museus, os monumentos e o patrimônio – isto é, a memória em sentido amplo – estão inseridos em contextos citadinos, operando representações da cultura e da identidade local, demarcando espaços no imaginário do lugar e na paisagem cultural a agentes e grupos sociais específicos, além de produzirem e disseminarem imagens representativas para as cidades (KOLK, 2019; NEDEL, 2020; RAMOS, 2017; FERREIRA, 2013). Desse modo, a esta pesquisa mostrar-se-á central uma consideração acerca da influência dos contextos socioespaciais e urbanos para as narrativas veiculadas pelas instituições de memória e, sobretudo, sobre como as iniciativas de memorialização das elites étnicas teuto-brasileiras procuram intervir nos sentidos e nas imagens públicas e representativas de lugar e na paisagem cultural das cidades em que estão situadas.

1.3 O MAPEAMENTO DO CAMPO DE PESQUISA E O RECORTE EMPÍRICO

Com base na discussão exposta até o momento, é possível precisarmos o problema de pesquisa que orientou a condução desta tese. Ele pode ser descrito nos seguintes termos: de que forma a criação de instituições de memória opera enquanto uma estratégia de consagração social de famílias empresariais de elite “alemãs” no Sul do Brasil? Dito de outro modo, esta pesquisa se orienta a partir do seguinte questionamento: de que modo o investimento nas esferas da memória, da história e da cultura, mediante a institucionalização da trajetória e do legado de empresários atuantes nos ramos do comércio e da indústria, a partir do estabelecimento de lugares de memória, opera enquanto uma estratégia de consagração, legitimação, autoafirmação e autopromoção das elites empresariais de origem alemã no país?

É objetivo desta seção apresentar os resultados do trabalho de mapeamento das iniciativas de memorialização das elites étnicas alemãs no Brasil, além de explicitar os critérios que orientaram a definição do recorte empírico e a seleção das instituições de memória para análise. De início, deve-se pontuar que o recorte da pesquisa enfocou a região Sul do Brasil, mais especificamente os estados de Santa Catarina e do Rio Grande do Sul. Esse critério se justifica por razões de ordem subjetiva – na medida em que Santa Catarina é o estado de origem deste pesquisador, ao passo que o Rio Grande do Sul é o estado onde está localizado o Programa de Pós-Graduação no qual o pesquisador realizou este trabalho de doutoramento – e, também, de ordem objetiva – tendo em mente que esses estados constituem os dois principais polos de recepção de imigrantes de origem alemã no país.

Foi possível constatar, com base no mapeamento do campo de pesquisa, a existência de um conjunto significativo de iniciativas de memorialização da trajetória de integrantes das elites do grupo étnico alemão no Sul do Brasil. Em face a esse expressivo conjunto de iniciativas, três critérios nortearam a seleção das instituições para análise na pesquisa, isto é, procurou-se analisar iniciativas de memorialização de elites étnicas alemãs de natureza *musealizada*, fundadas e administradas pelo *grupo familiar*, e destinadas à consagração social mediante a tematização da memória, do legado e das realizações de *empresários*.

Assim, em primeiro lugar, para a inclusão no *corpus* empírico desta pesquisa, a iniciativa de memorialização deveria tematizar a trajetória de um empresário teuto-brasileiro, isto é, de um integrante das elites econômicas. Esse critério foi estabelecido haja vista que possibilitava adentrar à discussão sobre a questão da memória empresarial que, como será explicitado em detalhes na seção seguinte, constitui um fenômeno relevante e largamente disseminado nas últimas décadas. O fato de o personagem memorializado dever ser um

empresário implicou a exclusão de algumas iniciativas de memorialização como, por exemplo, o Mausoléu Doutor Blumenau – dedicado a um integrante das elites políticas e administrativas – e o Museu de Ecologia Fritz Müller – voltado a um membro das elites científicas e intelectuais –, ambos localizados no município de Blumenau (SC).

Em segundo lugar, o recorte empírico implicou a identificação e a análise de iniciativas de memorialização originadas de um investimento do grupo familiar. Dito de outra forma, esta pesquisa analisa instituições de memória privadas e familiares. No contexto deste estudo, os principais agentes engajados no estabelecimento de lugares de memória destinados à consagração social da trajetória e do legado de elites empresariais são os seus próprios descendentes, herdeiros do capital econômico e simbólico familiar. De tal modo, uma estratégia de consagração de um antepassado constitui um ato interessado, de produção e de aquisição de dividendos simbólicos por parte de seus legatários. Em última instância, a família – compreendida enquanto unidade basilar de reprodução do grupo étnico – constitui uma variável de interesse importante a este estudo.

É válido destacar a existência de iniciativas de memorialização da história de empresas fundadas por teuto-brasileiros que não se originam no grupo familiar, como é o caso, por exemplo, da patrimonialização do complexo fabril da indústria têxtil da família Rheingantz, em Rio Grande (RS), fundada em 1873⁷. Conforme aponta Ferreira (2013), o complexo fabril foi tombado em 2012 pelo Instituto do Patrimônio Histórico do Estado (Iphae). Ademais, sabe-se que, em período mais recente, a fábrica estava sendo submetida a um trabalho de revitalização a partir de um termo assinado entre o poder público e uma empresa privada com a finalidade de uma futura utilização comercial do espaço. No caso da Rheingantz, a inexistência de iniciativas de automemorialização provavelmente está associada à falência do grupo empresarial, ocorrida na década de 1960. A despeito do interesse que despertam, iniciativas de memorialização desse tipo – isto é, não originadas de um investimento do grupo familiar – fogem ao recorte empírico proposto por esta pesquisa.

Por último, em terceiro lugar, esta pesquisa analisa iniciativas de memorialização de natureza musealizada. Em outros termos, estabeleceu-se como critério orientador do recorte empírico a necessidade de que as trajetórias pessoais de empresários fossem tematizadas por meio de expografia, isto é, que o acervo associado a um personagem tivesse uma natureza visual. Tal critério foi responsável pela exclusão, por exemplo, do acervo do empresário teuto-

⁷ Para uma análise sócio-histórica sobre o desenvolvimento dos negócios dos Rheingantz, considerando três gerações da família, consultar Bosenbecker (2017).

gaúcho Benno Mentz, localizado na Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, em Porto Alegre⁸. Deve-se pontuar, não obstante, que ainda que iniciativas não musealizadas como arquivos pessoais ou livros de caráter biográfico escapem ao recorte empírico da pesquisa, esse tipo de iniciativa de memorialização mostrou-se uma fonte de pesquisa importante no contexto das instituições de memória selecionadas para análise.

É mister assinalar que esta pesquisa assume que seu objeto consiste em instituições de memória musealizadas – ou instituições museais de memória –, e não propriamente “museus”. Essa especificação terminológica visa evitar possíveis imprecisões ou equívocos, na medida em que as iniciativas de memorialização em análise empregam nomenclaturas diversas – “museu”, “fundação”, “instituto”, “centro de memória”, “memorial” –, e que nem todas podem ser plenamente enquadradas na categoria de museus, seja em termos conceituais, formais ou legais. O que importa registrar, todavia, é que todas as instituições em análise compartilham com o museu uma das suas características definidoras, a saber, a visualidade.

Na perspectiva de Alpers (1991), o museu é definido como um “modo de olhar”. Segundo a autora, os museus exercem um papel eminentemente visual, como instituições que expõem objetos à observação. Nesse sentido, podemos compreender o que a autora define como “efeito museal”, isto é, a retirada de objetos do seu contexto original para a exposição ao olhar, o que associaria ao objeto um interesse visual semelhante àquele em torno da obra de arte.

Em diálogo com o campo da museologia, pode-se afirmar que o museu é um espaço de “apresentação sensível”, que representa a materialidade de uma civilização e que “desenvolve uma atividade que podemos descrever como um processo de musealização e de visualização” (DESVALLÉES & MAIRESSE, 2013, p. 22; 55). Em outras palavras, pode-se argumentar que um dos apanágios do museu é precisamente o ato de expor objetos.

De tal modo, a despeito de aspectos conceituais ou formais – isto é, independentemente do fato das instituições de memória poderem ser plenamente definidas enquanto “museus” –, a esta pesquisa interessa analisar instituições submetidas a um processo de musealização. Assim, interessa-me especificamente a análise de instituições de memória cujos acervos constituam expografia, isto é, cujos objetos e coleções tenham sido submetidos à exposição e tornados visíveis ou, em uma palavra, que tenham sido “musealizados”.

A escolha por instituições de memória de natureza musealizada tem uma ancoragem metodológica. Em minha visão, a análise das exposições e da expografia de uma instituição permite abordar questões que a análise de uma coleção, de um fundo documental ou de um

⁸ Para apontamentos sobre o Acervo Benno Mentz, consultar Gertz (2017) e Ramos (2014).

arquivo não expografados não possibilitaria. Refiro-me, especificamente, à narrativa produzida e veiculada por intermédio de objetos cuidadosa e conscientemente selecionados e expostos que, como será abordado adiante, é passível de análise mediante uma descrição densa da expografia presente em uma determinada instituição de memória.

Deve-se ressaltar ainda que, nesta pesquisa, está em análise um conjunto de iniciativas de memorialização de caráter institucionalizado. Como foi argumentado, tais instituições são compreendidas, em acepção ampla, como “lugares de memória” – no sentido de Nora (1993). De modo mais estrito, tais lugares de memória constituem, invariavelmente, instituições – no sentido de práticas e de discursos objetivados. Assim, trata-se de analisar iniciativas de caráter institucionalizado, que tematizam a memória e nas quais, como foi apontado, a tematização da memória em âmbito institucional comporta o componente da visualidade.

Por fim, é pertinente sublinhar que, a despeito do caráter institucionalizado, as iniciativas de memorialização e os agentes sociais por elas responsáveis desenvolvem ações que extrapolam as próprias instituições, isto é, tais instituições e agentes executam intervenções mais amplas no espaço público, como, por exemplo, o estabelecimento de lugares de memória e de monumentos e a nomeação de vias públicas e de edificações. Tais iniciativas, “externas” ao contexto específico das instituições de memória, constituem interesse a esta pesquisa e são analisadas no decorrer de cada um dos capítulos dedicados às instituições de memória elegidas para análise.

Feito esse conjunto de ponderações sobre os critérios que orientaram o recorte empírico da pesquisa, é possível introduzirmos as instituições de memória de famílias empresariais de elite “alemãs” selecionadas para análise nesta tese. Trata-se de três instituições museais de memória, fundadas em período relativamente recente por famílias com atuação empresarial e origem étnica alemã – cujos integrantes ocupam posições destacadas no espaço social –, com o objetivo de promover a memória e o legado de fundadores de genealogias familiares e de iniciativas empresariais. As instituições tematizam, ademais, a memória empresarial de grupos privados com atuação econômica expressiva, seja em âmbitos local, estadual ou nacional.

A primeira instituição de memória, analisada no segundo capítulo desta tese, é o Instituto Carl Hoepcke (ICH), localizado na cidade de Florianópolis (SC). Carl Hoepcke (1844-1924), imigrante alemão aportado no Brasil no ano de 1863, foi um megaempresário atuante nos ramos do comércio, da navegação e da indústria. O Instituto Carl Hoepcke foi fundado em 2004, por iniciativa de duas bisnetas do patrono, Annita e Silvia Hoepcke da Silva. O Instituto está sediado no Centro Cultural Ruth Hoepcke da Silva, nomeado em homenagem a uma neta de Carl Hoepcke. A sede do ICH está localizada na antiga residência de Ruth Hoepcke e de seu

marido, Aderbal Ramos da Silva, ex-governador do estado de Santa Catarina.

A análise das iniciativas de memorialização do grupo familiar e empresarial Hoepcke logra grande interesse para a análise na medida em que possibilita a reflexão sobre um discurso memorialista marcado pelo elogio à modernidade e ao progresso, atributos recorrentemente associados ao patrono da instituição. Ademais, as habilidades empresariais de Carl Hoepcke são imputadas à sua condição étnica alemã, o que permite vislumbrar as associações operadas entre a etnicidade e ações de natureza eminentemente econômica. Por fim, uma consideração acerca do grupo familiar Hoepcke e do contexto socioespacial em que a instituição de memória da família está inserida – isto é, a cidade de Florianópolis – possibilita a reflexão sobre a integração de elites emergentes teuto-brasileiras com as elites tradicionais de origem luso-brasileira, além de conduzir o foco de análise a um conjunto de iniciativas de memorialização e de promoção de etnicidade desenroladas em um contexto em que o imagético do lugar não está, *a priori*, associado à imigração e à colonização alemã.

A segunda instituição de memória, a qual dedico o terceiro capítulo da tese, consiste no Museu Hering, radicado em Blumenau (SC). A instituição está localizada na matriz da Cia. Hering, expressiva empresa do ramo têxtil, do vestuário e da moda. O Museu Hering foi inaugurado em 2010 por iniciativa de vários integrantes do grupo familiar e, conjuntamente, de funcionários do grupo empresarial. O Museu é administrado pela Fundação Hermann Hering (FHH), estabelecida em 1935, como entidade assistencial aos empregados da Cia. Hering. Hermann Hering (1835-1915), imigrante alemão radicado em Blumenau em 1878, foi o responsável pela fundação da empresa familiar que, nos dias atuais, constitui um dos maiores grupos empresariais do mercado brasileiro.

Ao contrário do Instituto Carl Hoepcke, o Museu Hering está situado em um contexto citadino no qual as representações e imagens públicas são largamente associadas ao elemento germânico. A análise dessa iniciativa de memorialização ganha relevo em virtude do alto grau de profissionalização implicado nas práticas levadas a cabo pela instituição. Ademais, uma consideração acerca do Museu Hering possibilita a análise de dinâmicas sociais e históricas mais amplas – isto é, de ordem macroestrutural –, subjacentes ao investimento de grandes grupos empresariais no domínio da memória. Por último, a instituição constitui interesse na medida em que expressa, de modo exemplar, os usos da memória e do museu como uma estratégia empresarial, voltada à promoção e à consagração social da marca Hering por meio da disseminação de um discurso no qual, como veremos, a “diversidade” (e não a origem étnica) configura um trunfo de primeira grandeza.

A terceira e última instituição de memória, analisada no quarto capítulo da tese, é

denominada de Richter's Hof, localizada na pequena cidade de Forquetinha (RS). O Richter's Hof consiste em um complexo de quatro construções formado pela residência pessoal do proprietário, Waldemar Richter, além de um museu histórico, uma biblioteca e uma pequena igreja. O museu, instalado em 2003, é composto por objetos que retratam os hábitos e os costumes dos imigrantes alemães, servindo como tributo ao imigrante que fundou a genealogia familiar no Brasil, Johann Kaspar Richter (1817-1880), aportado no Rio Grande do Sul no ano de 1858. A biblioteca e a igreja, por sua vez, foram construídas em período mais recente, entre 2015 e 2016.

Deve-se pontuar que o idealizador e proprietário do Richter's Hof, Waldemar Richter, possui trajetórias inseridas nas esferas da política e da intelectualidade. Além de historiador e escritor, Richter foi uma das lideranças do processo de emancipação do município de Forquetinha – instalado no ano de 2001 –, tendo sido prefeito da cidade por três mandatos. Em suas administrações como prefeito, Richter estabeleceu uma esfera pública germanizada ao município, o que se expressa, por exemplo, nos prédios da administração oficial, construídos de modo a imitar a arquitetura enxaimel. Desse modo, é bastante significativo que, no tocante ao grupo familiar Richter, não estamos tratando exclusivamente de uma iniciativa voltada à fundação de uma instituição de memória de caráter privado e familiar, mas, em última instância, do estabelecimento de uma cidade que opera enquanto monumento à imigração e à colonização de origem alemã.

Ainda que Waldemar Richter não seja um empresário, a inclusão das suas iniciativas de memorialização no contexto desta pesquisa se justifica pelo fato de membros do seu grupo familiar possuírem atuação na esfera econômica – refiro-me, mais precisamente, aos filhos de Waldemar, proprietários do Richter Gruppe, empresa que atua no ramo de loteamento e de empreendimentos. Como se verá, as intervenções executadas pelo grupo empresarial familiar no espaço público se orientam segundo princípios e esquemas mentais bastante semelhantes àqueles adotados por Waldemar Richter em sua atuação na esfera da política – isto é, trata-se de iniciativas voltadas ao ordenamento do espaço urbano com base em atributos considerados étnicos, com a preocupação diligente em promover a memória dos alemães.

A análise dos múltiplos agenciamentos memorialistas da família Richter – que não se limitará, portanto, ao museu familiar, tratando do amplo conjunto de lugares de memória estabelecidos por ou sob a influência de Waldemar Richter – adquire pertinência por possibilitar uma reflexão em profundidade acerca dos atos de produção de imagens públicas e representativas do espaço assentadas em critérios étnicos – ou, em outros termos, sobre a problemática da “espacialização” da memória e da etnicidade alemã. A construção de uma

identidade e de uma imagem representativa de lugar pode ser analisada de modo exemplar tomando por base o contexto de Forquethina, município recém-emancipado e instalado, onde essa construção foi executada em período recente, precisamente por meio dos agenciamentos de seu primeiro prefeito, Waldemar Richter. De modo correlato, uma consideração acerca das iniciativas de memorialização capitaneadas por Richter nos permite enfocar e deslindar a dimensão construída e inventada inerente às identificações de base étnica.

No que se refere às instituições de memória em análise nesta pesquisa, deve-se assinalar que a seleção levou em conta questões contextuais e de escala, isto é, procurou-se considerar o contexto socioespacial de inserção das instituições, bem como o nível e a abrangência do poder e da dominação dos grupos familiares de elite envolvidos na sua fundação e administração. Dito de outro modo, os agenciamentos de famílias empresariais de elite “alemãs” no campo da memória possuem especificidades em função dos contextos sociais e espaciais pertinentes, da amplitude e do nível de referência em que tais grupos podem ser considerados “de elite” – ou seja, se são elites em âmbito local, estadual e/ou nacional –, bem como das esferas sociais específicas – sobretudo a econômica e a política – nas quais se inserem.

Se, de um lado, o Richter’s Hof está vinculado a um grupo familiar e empresarial de projeção política e econômica circunscrita aos âmbitos local e municipal, temos, de outro, o Museu Hering, instituição ligada a um grupo empresarial de projeção nacional, cuja expressão política do grupo familiar abrange, igualmente, o contexto local. O Instituto Carl Hoepcke representa, nesse contexto, uma instituição intermediária, na medida em que a família e a empresa Hoepcke possuem projeção – política e econômica – em âmbito estadual.

É mister sublinhar que esta pesquisa não consiste em um estudo comparativo de três instituições de memória. Compreende-se cada uma das instituições como um caso que auxilia a elucidar o problema teórico mais amplo subjacente ao estudo, a saber, as estratégias de consagração social via institucionalização da memória. Em função de suas especificidades, a análise dos três casos permite compreender a construção diferencial do legado familiar e empresarial por parte das instituições de memória, como elas se relacionam ao contexto socioespacial e citadino de referência e às imagens identitárias e representativas associadas a tais lugares, e de que modo definem e agenciam a etnicidade germânica dentro das iniciativas que desenvolvem. Apesar da inexistência de uma pretensão comparativa neste estudo, mostra-se pertinente colocar as instituições em perspectiva e diálogo, explicitando as suas especificidades e de que modo esses aspectos diferenciais contribuem para a elucidação das questões mais gerais e teóricas propostas pela pesquisa. Esse esforço é executado sobretudo no quinto capítulo, nas considerações finais da tese.

No que tange ao contexto catarinense, deve-se pontuar que, com base no trabalho de mapeamento do campo de pesquisa, foi possível identificar algumas instituições de memória que se adequam aos critérios estabelecidos para o recorte empírico – isto é, instituições familiares, dedicadas à memória de empresários teuto-brasileiros e de natureza musealizada –, mas que, todavia, não serão analisadas em detalhes nesta pesquisa. Refiro-me, de um lado, ao Memorial Funerário Mathias Haas, localizado em Blumenau e inaugurado em 2017 sob os auspícios da própria família Haas, com atuação no ramo de serviços funerários; e, de outro, às iniciativas levadas a cabo pela família Weege – e, sobretudo, por Wandér Weege –, proprietária do Grupo Malwee, atuante no ramo têxtil e sediado em Jaraguá do Sul, nomeadamente o Parque Malwee – onde está situado o Museu Wolfgang Weege, fundado em 1988 –, localizado na referida cidade, e o Museu Casa do Imigrante Carl Weege, situado no município de Pomerode⁹. Em virtude do volume de trabalho implicado na análise de uma instituição de memória – que compreende, por exemplo, a reconstituição da biografia familiar e empresarial, bem como a análise detalhada da expografia institucional –, mostrou-se inviável operacionalmente – tendo em vista as limitações de tempo e de recursos – analisar, de modo adequado e aprofundado, mais do que três instituições no contexto desta pesquisa.

Para a definição do recorte empírico, procurou-se selecionar instituições que produzissem a maior variedade contextual, socioespacial e histórico-geográfica possível, na medida em que essa variável é determinante das particularidades expressas pelas instituições de memória. Nesse sentido, a análise do Museu Hering, radicado em Blumenau, acabou por levar à exclusão do Memorial Funerário Mathias Haas¹⁰ e da Casa do Imigrante Carl Weege¹¹. A opção pelo Museu Hering se justifica dado o porte e a projeção ocupada pela empresa familiar no cenário nacional. Entre o Museu Wolfgang Weege – localizado em Jaraguá do Sul¹² – e o Instituto Carl Hoepcke – sediado em Florianópolis, na região litorânea –, optou-se pelo

⁹ O grupo familiar deu apoio ainda ao Museu de Hábitos e Costumes, de Blumenau, sendo que alguns dos objetos que integram o acervo da instituição eram de propriedade de integrantes da família. Sabe-se, ademais, que a residência de Hermann Weege, filho de Carl Weege, localizada no centro de Pomerode, também está preservada. Percebe-se, assim, que em função da amplitude e da variedade de iniciativas de memorialização, o grupo familiar Weege renderia um estudo à parte.

¹⁰ As iniciativas de memorialização da família Haas, ademais, já foram analisadas detalhadamente nos trabalhos de Castro (2013, 2017), ainda que sem um aporte acerca da condição de elite do grupo familiar.

¹¹ A cidade de Pomerode, onde está localizada a Casa do Imigrante Carl Weege, integra a Microrregião de Blumenau, tendo se emancipado desse município em 1959.

¹² Ainda que esteja localizado na região conhecida como Vale do Itapocu, o município de Jaraguá do Sul faz divisa com Blumenau, situado na região do Vale do Itajaí. Pode-se afirmar, assim, que o Museu Wolfgang Weege está localizado em um contexto espacial similar àquele onde está situado o Museu Hering.

segundo, na medida em que está situado numa capital de estado e centro do poder político – contexto, ademais, particularmente interessante para uma reflexão sobre a etnicidade alemã se considerarmos que Florianópolis usualmente não é reconhecida como uma cidade de imigração e de colonização germânica – além de o fato do pesquisador possuir uma familiaridade prévia com a instituição, o que facilitou o acesso ao campo de pesquisa.

O critério da variedade de contexto foi responsável pela seleção do Richter's Hof, única instituição localizada no território gaúcho elegida para análise na pesquisa. Se, no contexto catarinense, era possível constatar um investimento disseminado e abrangente em automemorialização por parte de grupos empresariais teuto-brasileiros, que se expressa na criação de variadas instituições de memória e museus por parte de empresas com expressão estadual ou nacional, parecia-me evidente que a mesma realidade seria facilmente constatada no contexto do Rio Grande do Sul. Isso porque o estado gaúcho possui dimensões territoriais maiores, um contingente populacional mais elevado e, assim como em Santa Catarina, é marcado por uma presença expressiva da imigração de origem germânica – que, inclusive, antecede historicamente a imigração no contexto catarinense.

Tal suposição foi, ademais, um dos motivos para que este pesquisador, um sociólogo catarinense – bastante familiarizado com o contexto de Santa Catarina e com as expressões da germanidade desenvolvidas no estado –, optasse pela realização de um doutoramento no Rio Grande do Sul, o que possibilitaria e facilitaria o acesso a instituições de memória localizadas no estado. Não obstante, para a minha surpresa, a suposição não foi confirmada. Apesar do trabalho de mapeamento do campo de pesquisa e de conversas com um bom número de especialistas na temática da germanidade no contexto gaúcho, a única instituição de memória nos moldes delineados no recorte empírico – isto é, instituições familiares, musealizadas e ligadas a grupos empresariais teuto-brasileiros – a qual foi possível identificar consiste, precisamente, no Richter's Hof, associado a uma empresa com atuação e projeção local, em nível de escala menos expressivo se comparado às empresas catarinenses selecionadas para análise. Ao que tudo indica, no contexto do Rio Grande do Sul, mostra-se mais comum que os grupos empresariais teuto-brasileiros promovam a sua imagem pública mediante o oferecimento de apoio e a realização de contribuições a instituições de memória previamente

existentes¹³, ou mesmo financiando eventos e projetos sociais ao invés de constituírem museus próprios.

Uma possível explicação para essa realidade – isto é, para a profusão de instituições de memória de famílias empresariais “alemãs” de elite em Santa Catarina e, de modo correlato, para a baixa incidência desse tipo de instituição no contexto gaúcho –, à qual relego o estatuto de hipótese – na medida em que a sua comprovação se faz necessária a partir de mais estudos –, é a inserção das elites teuto-catarinenses nos círculos do poder em âmbito estadual. Conforme argumenta Gertz (2021), pode-se constatar diferenças expressivas entre a inserção social de alemães e seus descendentes no Rio Grande do Sul e em Santa Catarina – este último estado, segundo o autor, já teve onze governadores com sobrenome alemão no período republicano, contra nenhum no contexto gaúcho. Frotscher (2003), em sentido semelhante, aponta a proeminência histórica de políticos de ascendência alemã no contexto catarinense, ainda que essa influência tenha sido refreada momentaneamente com a Revolução de 1930. Desse modo, pode-se postular a hipótese de que a posição ocupada na esfera política pelas elites empresariais teuto-brasileiras nos respectivos contextos sociais em que estão inseridas é um possível fator explicativo para as suas estratégias no campo da memória e para as suas possibilidades objetivas de consagração social.

No que se refere às duas instituições de memória catarinenses elegidas para análise, pode-se argumentar que, no caso da família Hoepcke, constatam-se laços matrimoniais significativos do grupo familiar com as elites políticas autóctones e tradicionais – inclusive com um governador do estado. Quanto ao contexto da região de Blumenau, onde está situado o Museu Hering e onde foi possível identificar o maior número de instituições de memória de elites empresariais “alemãs”, é sabido que a cidade foi originalmente fundada como uma colônia alemã, assumindo e promovendo de modo público tal identidade e, especialmente, possuindo espaços decisórios e de poder ocupados majoritariamente por indivíduos de origem étnica alemã. Assim, é possível aventarmos a hipótese de que, comparado ao contexto do Rio Grande do Sul, as elites teuto-catarinenses estão mais próximas dos espaços de poder e de

¹³ Tenha-se em mente, por exemplo, o caso do Grupo Gerdau, originado em Porto Alegre e bastante expressivo em termos empresariais. O Grupo contribuiu com o patrocínio de espaços públicos de memória, como é o caso do Centro Cultural Erico Verissimo, localizado no centro de Porto Alegre, destinado à promoção da memória e do legado do literato gaúcho. Apesar de o Grupo ter produzido um livro de memória empresarial – intitulado *Chama empreendedora: a história e a cultura do Grupo Gerdau*, publicado em 2001, na ocasião do centenário da empresa –, até onde se sabe, o grupo empresarial não possui uma instituição de memória musealizada própria dedicada à sua história.

dominação, o que pode ter expressão em termos dos agenciamentos voltados à consagração social de tais agentes no espaço público.

1.4 APONTAMENTOS PRELIMINARES SOBRE O OBJETO DE PESQUISA

Para a compreensão do objeto de pesquisa em análise neste estudo, isto é, as instituições de memória de grupos familiares e empresariais de origem étnica alemã e que ocupam posições de elite, é mister explicitarmos as intersecções nas quais as práticas e a experiência social dos agentes responsáveis por sua fundação e administração são formadas. Em outras palavras, o objeto em análise nesta pesquisa resulta do investimento de agentes com trajetórias clivadas por quatro marcadores sociais constitutivos, a saber, a condição de elite, a atuação empresarial, a experiência migratória e a origem étnica. Meu objetivo, nesta seção, é problematizar essas quatro condições, posições e pertencas, compreendendo-as como chaves analíticas elucidativas do objeto de pesquisa.

Desse modo, parte-se do pressuposto de que as instituições de memória submetidas a escrutínio nesta pesquisa são estabelecidas por agentes sociais que têm a sua experiência social determinada pelo pertencimento simultâneo a quatro agrupamentos sociais distintos mas inter-relacionados, quais sejam, grupos de elite, grupos de empresários, grupos migrantes e grupos étnicos. Para o desenvolvimento desta seção serão apresentadas, de modo preliminar, algumas constatações da pesquisa, aliadas a um conjunto de aportes bibliográficos que tematizam os marcadores sociais que constituem de modo relacional a experiência e a trajetória social das elites empresariais de origem alemã. Em minha visão, o investimento social de tais agentes nas esferas da memória e da cultura é possível e pode ser compreendido somente a partir desses quatro marcadores sociais.

Principiemos com a condição de elite dos agentes envolvidos no estabelecimento das instituições de memória, cuja compreensão mostra-se mais simples, tendo em vista a discussão apresentada até o momento. Como foi apontado, as elites historicamente estabeleceram lugares de memória destinados à sua autopromoção e consagração social (HEYMANN, 2011; ABREU, 1996). Dessa forma, a memória e o museu constituem recursos característicos à construção da autoimagem e à representação da posição social ocupada pelos grupos dominantes. Ainda que o estabelecimento de instituições destinadas à promoção da memória e do legado de um personagem seja um investimento característico de agentes e grupos sociais posicionados na esfera da política (HEYMANN, 2011; ABREU, 1996), o mesmo fenômeno pode ser constatado, mais recentemente, no tocante a indivíduos com atuação na esfera empresarial.

Isso nos conduz ao segundo marcador social constitutivo das experiências das elites empresariais teuto-brasileiras, isto é, a sua atuação econômica. O empresariado, compreendido no sentido de uma elite econômica, é constituído por proprietários e dirigentes de empresas (COSTA, 2014). Contemporaneamente, podemos constatar um investimento disseminado e estratégico por parte de tais agentes em memória empresarial, bem como na sua musealização.

Nos termos de Kerber & Ott:

No Brasil das décadas de 1990 e 2000, verificou-se um fenômeno de grande crescimento no interesse e investimento de empresas privadas na construção de histórias e memórias. Diversas empresas passaram a criar centros de documentação, memoriais e museus, ocorrendo um verdadeiro “boom” da memória e do patrimônio no meio privado (KERBER & OTT, 2014, p. 220).

De acordo com os autores, as primeiras ações no campo da memória empresarial no contexto brasileiro têm surgimento na segunda metade da década de 1980, com as iniciativas das empresas Odebrecht, Eletropaulo e Klabin (KERBER & OTT, 2014). A partir da década de 1990, o fenômeno da memória empresarial disseminou-se amplamente no país. A explicação apresentada pelos autores para o fenômeno é pertinente, podendo ser assumida como um primeiro fator explicativo à proliferação dos agenciamentos em memória por parte de empresários no contexto brasileiro. Na visão de Kerber & Ott (2014), a disseminação do investimento privado em memória ocorre no contexto de liberalização – ou neoliberalização – econômica dos anos 1990.

Com base na discussão de Kerber & Ott (2014), é possível afirmarmos que, em um contexto de transformações e de reconfiguração do capitalismo global na década de 1990, as suas expressões no Brasil envolveram a propagação de um discurso em defesa da redução do investimento do Estado em áreas como a educação, a cultura e o patrimônio – e, de modo correlato, o incremento da iniciativa privada em tais esferas que, até então, eram prerrogativa do Estado¹⁴ –, bem como a introdução do ideário da chamada “responsabilidade social” – ou seja, de novas concepções sobre o papel social das empresas –, na qual a imagem pública dos grupos empresariais frente a consumidores e *stakeholders* é assumida como um ativo econômico de primeira ordem¹⁵. Desse modo, a história e a memória passam a ser mobilizadas

¹⁴ Alberti (1996) argumenta, nesse sentido, que o interesse no mercado de memórias e histórias está associado ao declínio do financiamento do Estado em tais áreas.

¹⁵ Para uma análise da “virada corporativa à cultura” (DÁVILA, 1997, p. 7) na década de 1990, isto é, sobre o papel de empresas para a definição, a disseminação e a apropriação de visões sobre a cultura e a identidade nacional por meio do financiamento a grupos culturais e da publicidade em festivais culturais, tomando por base o caso de Porto Rico, consultar o interessante trabalho de Dávila (1997).

enquanto uma estratégia empresarial e comercial que contribuiria com a disseminação de uma imagem positiva para as empresas no mercado.

Um segundo fator explicativo da proliferação de investimentos empresariais em memória, também sugerido por Kerber & Ott (2014), refere-se à própria disseminação dos fenômenos da memória e da musealização nas sociedades contemporâneas. Vários estudos sublinharam a disseminação, a expansão e o interesse crescente em história, memória e museus nas sociedades ao longo das últimas décadas, em todas as partes do globo (HUYSSSEN, 2000; HARTOG, 2006; SARLO, 2007; ALBERTI, 1996; HEYMANN, 2011; ABREU, 2019; MENESES, 1992). Algumas das expressões empregadas por essa bibliografia são sugestivas, constituindo indícios do processo de expansão da memória e da história nas sociedades contemporâneas: “crescimento explosivo da memória” (HUYSSSEN, 2000, p. 24); “patrimonialização galopante” (HARTOG, 2006, p. 265); “décadas de museificação” (SARLO, 2007, p. 11).

O recente *boom* da memória se expressa, por exemplo, na proliferação de literatura de cunho biográfico e autobiográfico no mercado editorial, em produções cinematográficas e televisivas de cunho histórico, no surgimento de canais de televisão dedicados especificamente à temática da história, no restauro e na “revitalização” de centros urbanos históricos, na inauguração de museus e de monumentos etc. Desse modo, é inegável que a disseminação do investimento privado e empresarial em memória está inserida em um contexto social e histórico mais amplo de expansão da memória e de comodificação do passado verificado nas últimas décadas.

Na perspectiva de Hartog (2006), após a queda do Muro de Berlim, o Ocidente vivencia um novo regime de historicidade – isto é, um novo modo de relacionamento com o tempo –, caracterizado pelo “presentismo”. Nesse regime, constata-se uma generalização da memória e do patrimônio; isto é, cada vez mais a memória e o patrimônio se aproximam do presente, que se historiciza. A memória, na visão do autor, seria um sintoma e uma resposta ao presentismo que produz a sensação de aceleração do tempo. Assim, nos termos do autor, a memória pode ser compreendida como uma forma de lidar com um “presente já passado antes de ter completamente chegado” (HARTOG, 2006, p. 270).

Em sentido bastante semelhante, Huyssen (2000) argumenta que, se na ideologia e na cultura modernista vigorava um regime de “futuros presentes”, a partir da década de 1980 o foco se deslocou para os “passados presentes”. Na visão do autor, a emergência e a disseminação de uma “cultura da memória” estão associadas à transformação da experiência da temporalidade. Em função de transformações tecnológicas, das mudanças nos padrões de

consumo e da aceleração da experiência do tempo e do espaço, o presente é alvo de uma contração, tornando-se quase que instantaneamente obsoleto – isto é, tornando-se “passado”. Desse modo, a memória pode ser compreendida como uma reação aos processos desestabilizadores da modernidade; através da memória tenta-se controlar a desorientação produzida pelas dinâmicas da vida moderna.

De acordo com Heymann (2011), os espaços de preservação de memórias de elites se beneficiam do movimento recente e disseminado de valorização do passado e, de modo mais específico, do ímpeto por um “dever de memória”. Segundo Heymann (2007a), nas últimas décadas consolidou-se um contexto de reconhecimento e de valorização de memórias que poderíamos definir como “menores”, isto é, memórias ligadas a crimes e à violência de Estado, praticados contra minorias sociais e grupos estigmatizados. O *devoir de mémoire*, noção originada no contexto francês na década de 1990 e bastante disseminada em âmbito internacional nos dias atuais, refere-se precisamente à defesa e à promoção do reconhecimento público, por parte do Estado e das sociedades nacionais, de memórias até então esquecidas ou silenciadas, bem como da disseminação de narrativas de memória mais plurais e diversas no espaço público (HEYMANN, 2007a). Ainda que, obviamente, a memória empresarial não possa ser considerada uma memória “menor” – afinal, as instituições de memória em análise foram estabelecidas por grupos de elite –, as iniciativas de memorialização de grupos empresariais são favorecidas pelos processos de disseminação e de promoção da memória – compreendida enquanto um dever e uma obrigação – constatados nas últimas décadas.

Alguns indícios da disseminação da memória no meio empresarial são a existência de empresas especializadas na consultoria voltada à gestão de acervos e ao desenvolvimento de projetos de memorialização para grupos empresariais¹⁶, bem como a atuação de profissionais da área de museologia na concepção e na montagem de exposições e na criação de museus associados a empresários e a empresas, o que, não raro, resulta na publicação de livros e coletâneas de artigos (MARCOVITCH & BRUNO, 2012; MALHEIROS, ARANTES & CURY, 2011). Tais fenômenos nos remetem ao terceiro fator explicativo para a explosão da memória empresarial, a saber, as reconfigurações no campo museológico brasileiro e a disponibilidade de profissionais no mercado para o desenvolvimento de tais iniciativas.

¹⁶ Considere-se, por exemplo, a empresa *Memória & Identidade*, fundada em 1988 e responsável pela consultoria em memória empresarial a vários grupos expressivos do mercado brasileiro. Consultar: **MÉMORIA & IDENTIDADE. História**. 2021. Disponível em: <http://www.memoriaeidentidade.com.br/a-empresa/>. Acesso em: 30 maio 2022.

A partir de fins da década de 1970, constata-se um conjunto de transformações no campo museológico brasileiro, mormente em termos dos parâmetros de formação profissional e do incremento da profissionalização no espaço. O primeiro curso voltado à formação de profissionais de museu no Brasil foi criado em 1932, no Museu Histórico Nacional, por iniciativa de Gustavo Barroso (GONÇALVES, 2007d; ABREU, 1996). Conforme argumenta Gonçalves (2007d), a história do Museu Histórico Nacional se confunde com a história da formação de profissionais de museu no país. Segundo o autor, tais cursos de formação de “conservadores de museu” eram bastante restritos, sendo direcionados, sobretudo, a mulheres oriundas de famílias de elite. Ademais, havia relações entre os profissionais vinculados à instituição e grupos familiares de elite, através das quais ocorria a aquisição das coleções que viriam a compor o acervo do Museu Histórico Nacional, instituição dotada da pretensão de representar a história brasileira – uma história contada, portanto, a partir dos bens culturais das elites (GONÇALVES, 2007d; ABREU, 1996).

De acordo com Gonçalves (2007d), no fim dos anos 1970 ocorreu uma redefinição da identidade do profissional de museu no Brasil em função da recepção da chamada “nova museologia” no país. Na visão do autor, a nova museologia – movimento originado sobretudo do contexto francês – promovia uma concepção democratizante do museu, que deveria exercer um papel social e não se restringir aos objetos das elites. Nesse contexto, as relações entre as elites e a instituição “museu” se fragilizaram, ao passo que a formação dos profissionais de museologia passou a se pautar por critérios cada vez mais profissionalizados e “científicos”. Assim, se até os anos 1970 os profissionais de museu eram formados para representar a nação em termos totalizadores com base nos objetos das elites, a partir de fins dessa década a representação passou a ser fragmentária e diversificada, enfocando identidades de grupos específicos, que deveriam ser comunicadas de modo claro e profissionalizado. A proliferação de museus nas últimas décadas é, segundo Gonçalves (2007d), um sintoma da fragmentação das formas de representação das identidades sociais.

Essa discussão adquire relevância ao nosso objeto por dois motivos. Primeiro, a profissionalização e a ampliação da oferta de formação profissional e, conseqüentemente, da disponibilidade de profissionais de museu para atuação na área, em minha visão, constitui fator não desprezível para a disseminação de museus empresariais. Um segundo fator relacionado à reconfiguração do campo museológico brasileiro, de natureza aparentemente paradoxal, contribui para a compreensão do fenômeno da proliferação de investimentos empresariais e de elite no domínio da memória, a saber: o descolamento entre museus e elites, aliada à particularização das narrativas museais, em função da recepção da nova museologia no país. Se

a explosão de museus de elites empresariais poderia ser interpretada como um contrassenso em face ao declínio da concepção do museu como representação da totalidade nacional a partir de objetos das elites, na verdade esse descolamento faz com que os grupos dominantes necessitem do investimento em memória para que possam ser representados, dada a existência de um mercado de memórias cada vez mais segmentado e “competitivo”.

Em outras palavras, os grupos de elite passam a participar do processo de representação fragmentária da identidade nacional brasileira e de diversificação das narrativas no mercado de memórias, constituindo uma representação entre as várias existentes no espaço museal e na memória histórica brasileira. Assim, a partir de fins da década de 1970, verificamos o surgimento de um mercado de memórias cada vez mais fragmentado e com alta disponibilidade de mão-de-obra qualificada, no qual as elites econômicas buscam constituir a sua própria narrativa individualizada e particularista, assumindo a responsabilidade de realizar a sua representação mnemônica no espaço público. Para utilizarmos as palavras de Hartog (2006), pode-se dizer que a definição da história e da memória nacional é cada vez mais questionada por “[...] memórias parciais, setoriais, particulares (de grupos, associações, empresas, coletividades, etc.), que querem se fazer reconhecer como legítimas, tão legítimas, até mesmo mais legítimas” (HARTOG, 2006, p. 269-70). Nesse sentido, a setorialização da memória atesta o caráter cada vez mais individual e particular das narrativas sobre o passado disseminadas no espaço público.

Um quarto fator necessário para a compreensão do surgimento em larga escala de museus dedicados à memória de empresas e de empresários relaciona-se à lógica e à estrutura do espaço em que as trajetórias empresariais são desenvolvidas, ou seja, o campo econômico. Ao que me parece, pode-se constatar uma existência limitada de instâncias de consagração internas ao próprio campo. Se em outros espaços sociais, como o campo artístico e literário – contexto em que a noção de consagração social é amplamente mobilizada –, as instâncias de consagração e os marcadores de trajetórias de excelência mostram-se facilmente discerníveis – por exemplo, recebimento de prêmios, ingresso em academias literárias, publicação por editora prestigiosa etc. –, essa não parece ser a realidade no contexto do campo econômico¹⁷. No campo econômico, uma carreira de sucesso se traduz na produção e na acumulação de capital e de

¹⁷ Tal assertiva é compreensível se considerarmos que a consagração social envolve, por definição, a produção de uma representação, e que os campos literário e artístico são o âmbito *par excellence* da produção de bens de natureza simbólica. Em outras palavras, faz sentido que agentes posicionados em um campo de produção de bens de natureza utilitária, para a execução e a concretização da consagração social, recorram a elementos de ordem simbólica – como a história e a memória –, externos ao próprio campo econômico.

recursos financeiros, o que nem sempre é facilmente expresso pelo agente ou reconhecível em termos públicos – ou mesmo considerado como uma fonte legitimidade e de reconhecimento. Esse fato faz com que a memória – ainda que seja um recurso consagrado mobilizado por elites posicionadas nos mais diversos campos sociais – se afigure como um trunfo especialmente relevante no caso de empresários. Por meio da memória, as trajetórias desenroladas na esfera econômica são alçadas ao domínio da história – portanto, um domínio simbólico –, no qual procura-se delimitar a sua relevância – isto é, o “legado” de um personagem – e, em última instância, no qual busca-se executar a sua consagração social.

Some-se a esse fator um quinto elemento, que se refere à efemeridade dos empreendimentos de natureza empresarial. A atuação empresarial está sempre susceptível a pressões de mercado e a transformações de ordem econômica e tecnológica nas sociedades, o que representa riscos de dilapidação do capital econômico e de falência dos negócios, bem como a possibilidade de perda do controle do empreendimento em função da aquisição ou incorporação por outros grupos empresariais. A instabilidade à qual as empresas estão sujeitas em uma ordem capitalista constitui, a meu ver, um dos motivos para a disseminação da preocupação empresarial com a sua própria história e memória.

Por fim, o sexto e último fator de inteligibilidade para a intensificação das iniciativas empresariais no campo da memória está ligado à própria disponibilidade de recursos de ordem econômica. Para a compreensão das estratégias de memorialização de um agente ou grupo social, a oposição entre a criação de um lugar próprio para a guarda de arquivos e objetos ou sua cessão a instituições de memória previamente existentes mostra-se uma questão central. No objeto em análise neste estudo, em se tratando de elites na esfera da economia, é relativamente simples compreender a predominância da criação de espaços de memória privados destinados à guarda de arquivos e de objetos, sob o controle da própria família, em função da disponibilidade de recursos por parte de tais agentes. Ademais, o estabelecimento de instituições de memória particulares garante a manutenção do patrimônio do grupo familiar e empresarial – isto é, de objetos e dos imóveis onde os mesmos estão depositados – e, mais importante, possibilita o controle total e absoluto da narrativa de memória associada à família e à empresa, o que não se verificaria caso o acervo fosse doado a uma instituição museal de natureza pública¹⁸.

¹⁸ Deve-se pontuar, todavia, que as instituições públicas de memória não estão alheias à interferência e à ingerência de interesses privados, na ocasião da doação de acervos e de coleções associadas a personagens de elite. Para ilustramos tal assertiva, basta evocarmos o trabalho clássico de Abreu (1996) sobre a incorporação da coleção Miguel Calmon ao Museu Histórico Nacional.

A partir deste momento, gostaria de tematizar o terceiro marcador social constitutivo da experiência e da trajetória dos agentes em análise nesta pesquisa, isto é, de integrantes de famílias empresariais de elite “alemãs”. Refiro-me, especificamente, à experiência migratória, fator relevante para a compreensão da gênese dos investimentos de tais grupos em memória. Os responsáveis pela fundação e pela administração das instituições de memória em análise são descendentes de imigrantes de origem alemã, responsáveis pela fundação de genealogias familiares no Brasil. Como é sabido, a memorialização é uma prática bastante comum e disseminada entre grupos sociais de origem migrante, seja por meio da sua institucionalização em museus, da elaboração de biografias e de livros de memória, do registro e da análise no contexto de pesquisas de cunho histórico e acadêmico¹⁹, ou mesmo simplesmente através da produção e da transmissão oral de narrativas de memória. Ademais, conforme argumenta Ramos (2007), a experiência da migração envolve mais do que um deslocamento físico, compreendendo a mobilidade de objetos e de toda uma “bagagem simbólica” (RAMOS, 2007, p. 368), que se configuram como importantes suportes de memória e que, não raro, figuram nos museus dedicados à história das migrações.

Ao problematizar as relações entre a migração e a autobiografia, Alheit (2019) argumenta que a migração é responsável pela produção de uma “consciência biográfica”, compreendida no sentido de uma reflexão sobre si. Nas palavras do autor: “Biografia e migração são *irmãs históricas*. Uma se move e *encena* a outra” (ALHEIT, 2019, p. 168, grifos do autor). Com base na discussão do autor, pode-se afirmar que o deslocamento espacial, a experiência da viagem e a inserção em uma nova sociedade são fatores centrais para o desenvolvimento de uma percepção de singularidade e de particularidade individual por parte do sujeito migrante. Nesse sentido, a experiência migratória permite a criação de um marco temporal na biografia dos agentes, dividindo suas trajetórias em uma história anterior (na terra natal) e posterior (na pátria receptora) à migração.

É válido lembrar que os marcadores sociais constitutivos da experiência das famílias empresariais de elite teuto-brasileiras possuem um caráter eminentemente relacional. No que se refere à experiência migratória, esta se relaciona de modo intrínseco à condição de elite de tais grupos. Em outras palavras, trata-se de analisar as iniciativas de memorialização de “elites emergentes”, para empregarmos o célebre termo cunhado por Walter Piazza (1975). Segundo o autor, as elites emergentes referem-se àqueles “imigrantes que, pelo seu trabalho, ascenderam

¹⁹ Nesse sentido, as afinidades eletivas entre as experiências da migração e da memória se explicitam também na profusão de estudos históricos e sociológicos sobre a memória de grupos migrantes.

social, econômica e politicamente no contexto da vida brasileira [...]” (PIAZZA, 1975, p. 123). Na visão do autor, a noção de elites emergentes comporta a suposição de que:

Os imigrantes vão formar ao lado na “sociedade tradicional” uma nova sociedade, cujos valores vão, efetivamente, determinar a criação de uma nova elite, que, passo a passo, assoma no cenário social, econômico, político e é, por isto, denominada “elite emergente” (PIAZZA, 1975, p. 110).

Para a explicitação de seu argumento, Piazza (1975) apresenta a biografia de dezesseis imigrantes alemães – nascidos entre 1828 e 1870 – que, em sua visão, teriam contribuído com o desenvolvimento econômico do estado de Santa Catarina e do Brasil – dentre os quais, vale mencionar, são biografados Carl Hoepcke e Hermann Hering²⁰. Ainda que seja possível relativizarmos a suposição de que os imigrantes teriam formado “uma nova sociedade” à parte do meio social englobante e, a despeito do trabalho de Piazza (1975) possuir certo efeito “ideológico” na medida em que as biografias apresentadas operam a consagração de membros das elites étnicas alemãs – ao atestar seu papel para a “modernização” do país –, algumas das constatações do autor mostram-se notáveis e pertinentes, a saber: a origem social urbanizada de tais imigrantes; a obtenção de formação educacional no país de origem; o papel ativo do contato com a pátria natal para o desenvolvimento dos negócios; a aquisição de capital inicial no Brasil mediante a venda de produtos primários e, apenas posteriormente, o investimento direcionado ao setor industrial; e, por fim, a atuação de tais elites emergentes nas esferas social e política, não restringindo-se, portanto, à atividade econômica (PIAZZA, 1975, p. 198).

A noção de elite emergente mostra-se relevante para a compreensão dos personagens memorializados nas instituições analisadas na medida em que permite especificar que, ao contrário do que se pode constatar em outras realidades – como é o caso, por exemplo, da migração de alemães para a Índia no século XIX, analisado por Panayi (2017) –, os imigrantes em análise não possuíam uma condição de elite prévia à experiência migratória. Dito de outro modo, diferentemente do que se constata no caso de migrações de elite – usualmente realizadas em pequena escala, por missionários, acadêmicos, cientistas, homens de negócio ou viajantes (PANAYI, 2017) –, as elites em análise “emergiram” a tal condição no contexto brasileiro a partir do desenvolvimento de negócios e da acumulação de capital na pátria receptora.

Por último, resta-nos tratar do quarto marcador social constitutivo das famílias

²⁰ O estudo de Piazza (1975) constitui uma notável exceção, se considerarmos, conforme argumenta Bosenbecker (2017), a existência limitada de trabalhos sobre a formação de elites imigrantes no Sul do Brasil.

empresariais de elite “alemãs”, a saber, a sua origem étnica – fator que, obviamente, é indissociável da experiência migratória. Uma vez que os grupos em análise nesta pesquisa desenvolvem iniciativas de memorialização dedicadas à promoção das qualidades e das virtudes de empresários de origem alemã que desenvolveram trajetórias no contexto brasileiro – características compreendidas, via de regra, como apanágios étnicos –, este estudo se insere no âmbito dos trabalhos que procuram interpretar o chamado fenômeno da *Germanness abroad*.

Na apresentação de uma coletânea voltada à questão da dispersão e do assentamento de alemães étnicos no exterior em várias partes do globo, O’Donnell, Bridenthal & Reagin (2005) definem a germanidade como um conjunto de “[...] cultural markers of ethnic German identity practiced by a community”²¹, que apresenta variações significativas em função dos contextos espaciais e históricos pertinentes (O’DONNELL, BRIDENTHAL & REAGIN, 2005, p. 4). De acordo com as autoras, migrantes falantes de alemão em várias partes do mundo mantiveram uma forte consciência étnica, além de laços materiais e simbólicos com a *Heimat* natal ou imaginada.

Conforme argumenta uma das mais reconhecidas estudiosas do fenômeno da germanidade no país, o Brasil não era o destino preferido dos emigrantes alemães (SEYFERTH, 1988). De acordo com a autora, menos de 5% dos emigrantes que deixaram a Alemanha desde o princípio do século XIX se direcionaram ao Brasil, com estimativas que giram em torno de 250 mil imigrantes. O grupo étnico alemão representa, assim, o quarto maior grupo imigrante no país, após os italianos, os portugueses e os espanhóis²². Apesar da imigração alemã no Brasil não ser expressiva numericamente – especialmente se considerarmos outros contextos geográficos, sobretudo os Estados Unidos, principal destino de migrantes falantes de alemão –, a relevância sociológica e histórica dessa imigração reside, segundo Seyferth (1988), no fato de ter se consolidado como colonização.

De acordo com Seyferth (1999), o desenvolvimento econômico e a industrialização nas regiões de colonização alemã contribuíram para dar visibilidade ao grupo étnico teuto-brasileiro no contexto englobante da sociedade nacional. Na visão da autora, o trabalho – isto é, a

²¹ Tradução livre: “[...] marcadores culturais de identidade étnica alemã praticados por uma comunidade”.

²² Nos dados apresentados por Lesser (1999, p. 8), que consideram o período de 1880 a 1969, os alemães afiguram-se como o quinto grupo imigrante no país, atrás dos portugueses, italianos, espanhóis e japoneses. Se adicionarmos a tais dados as migrações ocorridas entre 1820 e 1879, os alemães superam ligeiramente o contingente de imigrantes japoneses. De acordo com dados apresentados pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), entre 1824 e 1969, estima-se que cerca de 258 mil “alemães” emigraram ao Brasil. Ver: IBGE. **Território brasileiro e povoamento: alemães**. 2022. Disponível em: <https://brasil500anos.ibge.gov.br/territorio-brasileiro-e-povoamento/alemaes.html>. Acesso em: 3 mar. 2022.

capacidade e a disposição para atividades laborais – configura-se como o principal fundamento da *Deutschbrasilianertum*, isto é, das concepções e das autoimagens identitárias construídas e assumidas pelos teuto-brasileiros. De tal modo, na visão interna ao grupo, o êxito econômico e as habilidades empresariais dos alemães no Brasil decorreriam precisamente da sua condição étnica – reproduzida, sempre, no contexto familiar –, ao passo que a contribuição do elemento germânico à sociedade nacional estaria associada ao seu papel para o desenvolvimento social e econômico do país (SEYFERTH, 1982). Assim, pode-se afirmar que a etnicidade teuto-brasileira, enquanto uma identidade hifenizada, é marcada por um sentimento de duplo pertencimento: ao Brasil, em termos políticos e econômicos (isto é, no âmbito da cidadania) e à etnia alemã, em termos de hábitos, de costumes e de comportamentos (ou seja, no âmbito cultural) (SEYFERTH, 1999; 1982).

Nas instituições de memória em análise, um conjunto de atributos e de qualidades é recorrentemente associado aos personagens memorializados e homenageados – e, por extensão, ao seu grupo familiar e às iniciativas empresariais familiares –, tais como: a disposição para o trabalho, a industriiosidade, a resiliência, o esforço, o pioneirismo, o empreendedorismo, a modernidade, o caráter visionário e precursor e, sobretudo, a contribuição legada ao “progresso” e ao desenvolvimento social e econômico do país. Se tais características decorrem, na visão dos herdeiros dos grupos empresariais, da condição étnica dos fundadores das empresas, constata-se que, mais do que promover a memória e o legado de empresários singulares, tais iniciativas de memorialização estão promovendo também o legado da imigração e da colonização de origem germânica no Brasil. Em outras palavras, a institucionalização e a musealização de acervos pessoais, familiares e empresariais pelas elites étnicas “alemãs” têm por objetivo a preservação e a promoção da memória sobre a imigração e a colonização alemã no país. Nesse sentido, as iniciativas de memorialização das elites empresariais “alemãs” estão engajadas no trabalho de construção e de representação do grupo étnico e de definição dos traços característicos da etnicidade teuto-brasileira.

No que se refere especificamente ao discurso do pioneirismo, deve-se pontuar que os agentes memorializados constituem-se em “pioneiros”, no limite, no que tange à atuação empresarial, industrial e aos negócios que implementaram no contexto brasileiro. Dito de outro modo, os alemães afixados no país não podem ser considerados pioneiros em termos de povoamento e de ocupação territorial, mas sim “imigrantes”, na medida em que as regiões nas quais se assentaram já estavam previamente ocupadas – ainda que, muitas vezes, de modo esparso – por outros grupos sociais e étnicos. Tal assertiva nos conduz, uma vez mais, à dimensão do poder implicada nas narrativas de memória, visto que, ao enfatizar o “pioneirismo”

do grupo étnico teuto-brasileiro, os discursos veiculados pelas instituições de memória contribuem para o apagamento da contribuição de outros grupos nas representações públicas sobre a história e a formação social de territórios e cidades. Dessa forma, se o “pioneirismo” configura um símbolo étnico importante ao grupo teuto-brasileiro, esse discurso mostra-se possível apenas a partir de uma amnésia em relação aos elementos que já habitavam os territórios aos quais os imigrantes se direcionaram, notadamente os grupos indígenas²³.

Quanto à “ética do trabalho”, pode-se afirmar que a mesma é assumida, na visão interna do grupo étnico teuto-brasileiro, como um dos principais elementos diferenciadores frente aos demais agrupamentos étnicos e sociais localizados no território nacional. A representação do imigrante alemão a partir do apanágio do trabalho – isto é, do imigrante como um agente civilizador e introdutor do progresso e do desenvolvimento econômico – encontra expressão, por exemplo, em museus públicos dedicados à história da imigração e da colonização alemã, tanto no Rio Grande do Sul quanto em Santa Catarina (GEVEHR, MEYRER & NEUMANN, 2016; NEDEL, 2020). O discurso sobre o trabalho, obviamente, se faz presente nas instituições de memória em análise, configurando-se como um dos recursos discursivos mais recorrentes nas narrativas veiculadas pelas entidades e associadas aos personagens memorializados.

Não obstante, quando consideramos os discursos e as representações veiculadas por e sobre grupos migrantes de outras origens étnicas, constatamos que o principal traço distintivo do grupo étnico teuto-brasileiro – ou seja, o trabalho – constitui, na verdade, uma diferença indistinta. Em notas de pesquisa sobre um projeto acerca de museus dedicados à imigração no Rio Grande do Sul, Ramos (2007) salienta que o trabalho se apresenta como um elemento valorizado em tais espaços museológicos para todas as etnias analisadas. Tal assertiva é reforçada no estudo da autora acerca do Monumento Nacional aos Imigrantes em Caxias do Sul (RS), inaugurado em 1954 e associado ao grupo étnico ítalo-brasileiro, no qual um dos painéis temáticos é dedicado à “vitória dos imigrantes pelo trabalho” (RAMOS, 2017, p. 239).

Um conjunto amplo de trabalhos sobre grupos familiares e empresariais com origem étnico-migrante, assim como vários estudos sobre a construção de identidades hifenizadas no Brasil, têm apontado o papel central da dimensão econômica para a definição e a representação

²³ Em análise enfocando o contexto de Santa Catarina, Florit *et al.* (2016) destacam o processo de invisibilidade de comunidades indígenas – mormente o povo *XoklengLaklãnõ* – nos discursos oficiais que conformam a identidade do “Vale Europeu” para o Vale do Itajaí, na região de Blumenau. Na perspectiva dos autores, a invisibilidade dos indígenas produz efeitos até os dias atuais, sobretudo na exposição desproporcional a desastres ambientais (como enchentes), o que resulta na defesa por parte dos autores de uma perspectiva de justiça ambiental, bem como do reconhecimento intercultural dos grupos indígenas na região.

das etnicidades, bem como a valorização do trabalho nas narrativas produzidas e disseminadas por imigrantes e/ou seus descendentes, realidade constatada em grupos das mais variadas origens e procedências²⁴. Além da ética do trabalho e das virtudes profissionais, estão presentes em tais discursos outros atributos característicos das narrativas veiculadas pelas instituições de memória em análise, tais como o pioneirismo, a modernidade, o espírito de sacrifício, a austeridade e o papel civilizador e heroico dos imigrantes.

Tais constatações podem ser encontradas, por exemplo: no trabalho de Piscitelli (1999) acerca de grupos empresariais expressivos do passado e do presente, fundados por imigrantes ou descendentes de imigrantes de origem italiana (Matarazzo e Sadia), portuguesa (Pão de Açúcar) e sueca (Pernambucanas); no estudo de Gonçalves (2004) sobre o Grupo Odebrecht, estabelecido por uma família de origem alemã; na investigação de Mocellin (2008) acerca das representações da italianidade entre intelectuais e empresários da região de Caxias do Sul, na qual é argumentado que a representação do trabalho como distinção étnica configura-se, a partir da década de 1970, como um importante recurso discursivo do empresariado de origem italiana; e na obra de Karam (2007), que tematiza a etnicidade sírio-libanesa no Brasil e o papel de elites étnicas e empresariais para a conformação dessa identidade hifenizada, na qual o autor argumenta que o aspecto econômico – ou, mais precisamente, a habilidade de negociação – constitui um dos principais fundamentos da arabicidade.

Nesse sentido, o discurso étnico veiculado por famílias empresariais de origem alemã é estruturalmente semelhante às narrativas associadas a empresas e empresários de outras origens étnicas. Ademais, se tomarmos a valoração do trabalho em seu sentido puro, como um discurso de natureza meritocrática – isto é, como um recurso legitimador de uma posição social de elite, que fundamenta representações públicas laudatórias com base nas virtudes do labor –, não é difícil compreender que esse é um discurso disseminado e característico de grupos de elite, independentemente da presença do marcador étnico. Assim, o trabalho pode ser compreendido como um elemento central à autoimagem e às estratégias de legitimação de grupos de elite, de empresários e de imigrantes.

Na generalidade da legitimação via trabalho reside, em minha visão, um dos potenciais heurísticos deste estudo; isto é, pelo fato da capacidade de trabalho configurar uma diferença indistinta do grupo étnico alemão, as constatações desta pesquisa podem contribuir para a elucidação de um discurso bastante disseminado e que se mostra estruturalmente semelhante

²⁴ No que se refere ao contexto mexicano, Buchenau (2004) constatou igualmente as relações entre práticas empresariais e construções de identidade de base étnica, tomando por objeto uma família de elite de origem alemã.

no contexto de outros grupos de elite, independentemente da existência de condição étnica ou da origem específica dos grupos imigrantes. Em outras palavras, as iniciativas de memorialização de famílias empresariais de elite teuto-brasileiras são “boas para pensar” as inter-relações entre elites, memória e etnicidade, mas seu conteúdo específico não encerra as potencialidades heurísticas e empíricas do problema teórico subjacente, a saber, as estratégias de legitimação e de consagração social de grupos dominantes por meio dos usos sociais da memória.

Desse modo, deve-se salientar que a presente investigação se orienta a partir de um problema de pesquisa teórico, isto é, a relação entre elites e memória ou, mais precisamente, as estratégias de consagração de elites mediante a institucionalização da memória. Assim, se para a análise empírica foram selecionadas instituições de memória de elites empresariais ligadas ao grupo étnico teuto-brasileiro, pode-se afirmar que, independentemente do recorte étnico, do tipo de elite (econômica, política, intelectual etc.) ou mesmo da modalidade de memorialização (estabelecimento de instituição de memória, elaboração de biografias e de livros de memória, promoção de eventos comemorativos, criação de monumentos etc.), a indagação teórica – e, por extensão, as pretensões e as contribuições teóricas – deste estudo permanecem as mesmas, isto é, trata-se de analisar o fenômeno da dominação social e simbólica executada pelas elites a partir da interface entre consagração social e a experiência da memória.

1.5 APONTAMENTOS TEÓRICO-METODOLÓGICOS E AS TÉCNICAS DE PESQUISA

A escolha pelo grupo étnico “alemão” se justifica, sobretudo, em função das “ideias de valor” deste pesquisador. Toda e qualquer investigação sociológica é marcada por escolhas, que possuem um componente subjetivo, especialmente no que se refere à definição do objeto de pesquisa. Como argumentava Max Weber (2006) em um de seus mais famosos escritos epistemológicos, nas “ciências do espírito” (*Geisteswissenschaften*) a definição do objeto e do desenho de um estudo científico é determinada por fatores subjetivos e por uma certa carga valorativa. Nesse sentido, deve-se pontuar que o presente pesquisador se enquadra e se identifica com a categoria de teuto-brasileiro, possuindo antepassados imigrantes e uma origem familiar e trajetória social marcadas pela influência de atributos e de valores associados à germanidade.

É desnecessário dizer, todavia, que este estudo possui rigor e natureza científica e que, portanto, após a definição do objeto, a realidade social e empírica acessada mediante a pesquisa foi objetivada, o que se expressa na vigilância e no distanciamento em relação à visão e às

formulações “nativas” dos sujeitos de pesquisa. Assim, de um ponto de partida subjetivo, pretendeu-se alcançar um ponto de chegada objetivado, valendo-se, para tanto, dos métodos, das técnicas e das teorias oriundas das ciências sociais. Em tal processo, procurou-se exercer sempre aquilo que Pierre Bourdieu (1989b) denominou de “objetivação participante”, isto é, a objetivação da relação subjetiva do sociólogo com o seu objeto de pesquisa.

De certo modo, esta pesquisa representa a culminância de um longo ciclo de estudos e de reflexões sobre o fenômeno da germanidade no Brasil, iniciado, de modo sistemático, exatamente há uma década. A primeira investigação aprofundada realizada por este autor acerca da problemática da etnicidade germânica versou sobre a questão da memória – compreendendo narrativas orais, documentos históricos preservados em círculos familiares e objetos e mementos legados por antepassados – e seu papel para a conformação de sentidos e de autoimagens identitárias em descendentes de imigrantes alemães no contexto de Santa Catarina, mais precisamente na região de origem do pesquisador, o Alto Vale do Itajaí. O trabalho, apresentado como monografia de conclusão de curso em 2014, foi publicado em livro alguns anos mais tarde (VOIGT, 2017).

Em minha dissertação de mestrado, desenvolvida entre os anos de 2015 e 2018, analisei o espaço voltado à prática e à legitimação do folclore “alemão” no Brasil, isto é, à performance de danças germânicas de origem popular e à utilização de indumentárias folclóricas. No estudo, foi possível constatar o papel determinante de uma elite cultural, responsável pela definição dos critérios de “autenticidade” do folclore, bem como os usos e os significados dessa prática cultural para a construção de identificações de base étnica por parte dos agentes nela engajados. Além da publicação em formato monográfico (VOIGT, 2018), o estudo rendeu a publicação de vários artigos científicos, alguns dos quais serão mobilizados no decorrer da argumentação apresentada nesta tese.

Portanto, a presente pesquisa é resultado de uma trajetória acadêmica prolongada e de uma reflexão amadurecida ao longo dos anos a partir da realização de um conjunto sistemático de investigações. De certo modo, este estudo conjuga as perspectivas e as constatações desenvolvidas nas duas monografias previamente mencionadas – a saber, o problema da memória e a questão das elites – para a análise de um novo e original objeto de pesquisa. Assim, o trabalho doravante apresentado se situa no contexto de uma agenda mais abrangente de pesquisas sobre o fenômeno da germanidade no Brasil.

Este trabalho analisa as estratégias de consagração social de elites empresariais “alemãs” e, ao mesmo tempo, as definições e as apropriações da germanidade produzidas em instituições de memória destinadas à promoção de representações públicas e laudatórias sobre

empresários com origem étnica alemã – que, segundo o discurso de legado construído e veiculado por seus herdeiros, constituem-se como pioneiros, visionários, heróis e agentes do desenvolvimento. Valendo-se, sobretudo, das perspectivas teórico-metodológicas da sociologia das elites e da sociologia da memória, este estudo analisa o investimento de famílias que ocupam posições econômicas dominantes – em âmbitos local, estadual ou nacional – nas esferas da história e da cultura, materializado e institucionalizado em lugares de memória que, em última instância, visam operar a consagração social dos personagens homenageados e, por extensão, do seu grupo familiar. Minha expectativa é de que, ao elucidar o objeto de pesquisa, seja possível acumular constatações que contribuam para o esclarecimento do fenômeno mais amplo que orienta e motiva a realização de pesquisas por parte do autor.

Para o desenvolvimento da análise baseei-me em um conjunto amplo e diversificado de fontes de pesquisa, empregando, de modo combinado, diversos métodos e técnicas de pesquisa. O estudo foi realizado com base em dados empíricos produzidos a partir de distintas estratégias metodológicas e da análise de um conjunto vasto de materiais e de recursos, tais como: narrativa expográfica veiculada pelas instituições de memória; material de cunho etnográfico; informações obtidas a partir de entrevistas; publicações biográficas, genealógicas e sobre memória empresarial produzidas sob os auspícios das instituições e/ou das famílias que as administram; trabalhos acadêmicos que tematizam a história das empresas familiares; sites das instituições de memória e dos grupos empresariais na internet; notícias veiculadas na imprensa, sobre o grupo familiar e/ou empresarial; publicações oriundas de redes sociais (textos, imagens e vídeos) produzidos por e/ou sobre os grupos empresariais, a família e as suas iniciativas de memorialização etc. De modo complementar, foram consultados e analisados documentos – sejam de natureza mais “histórica”, sejam publicações institucionais mais recentes elaboradas pelas próprias entidades –, além de dados pertinentes ao contexto sociodemográfico e político das cidades onde as instituições estão localizadas. O conjunto de fontes mobilizadas, que possui pequenas variações considerando cada uma das instituições de memória, está listado ao fim do trabalho, organizado e categorizado de acordo com a instituição de memória/grupo familiar de referência.

Deve-se pontuar que esta investigação não consiste em um estudo documental, ou seja, uma pesquisa no e acerca do arquivo pessoal e empresarial dos grupos familiares em análise. Isso porque, como se verá, a história das famílias e de suas empresas já havia sido submetida à análise no contexto de trabalhos acadêmicos prévios. Além disso, os arquivos das famílias e das empresas já haviam sido previamente processados, organizados e analisados pelos próprios grupos familiares, o que resultou na publicação de livros de memória e, ademais, no

estabelecimento de entidades onde essa memória foi institucionalizada. O que não havia sido analisado até a realização desta pesquisa – e o que, portanto, constitui o cerne e a originalidade do estudo – são as modalidades de autoapresentação pública dos grupos familiares e empresariais e as formas que constroem e promovem a sua história e memória publicamente. Disso resulta a predileção deste trabalho pelas publicações biográficas e de memória patrocinadas por tais grupos²⁵ e, especialmente, pela narrativa expográfica e institucional veiculada a partir dos museus por eles estabelecidos.

Mostram-se necessários alguns comentários teórico-metodológicos mais aprofundados sobre as principais técnicas de pesquisa empregadas no estudo, a saber, a análise expográfica, a etnografia e as entrevistas. No que se refere à análise e à “descrição densa” da narrativa museal e expográfica veiculada pelas instituições de memória, inspiro-me nas reflexões oriundas, sobretudo, dos campos da antropologia e da história, produzidas no contexto dos chamados estudos de cultura material e de antropologia dos objetos, dos museus e das coleções etnográficas (POMIAN, 1984; CLIFFORD, 1994, 2009; MILLER, 2010; APPADURAI, 2008; GONÇALVES, 2007a, 2007b, 2007c, 2007d; CARVALHO, 2008; ABREU, 2019; ATHIAS, 2019; BAXANDALL, 1991; RODRIGUES, 2017).

Com base nessa bibliografia, constata-se a relevância de uma consideração acerca da história dos objetos e da constituição dos acervos agregados em coleções e em instituições museais, bem como da reflexão sobre os modos de exposição dos objetos de museu, sobre as relações estabelecidas entre esses objetos – que constituem sistemas integrados de comunicação que contam histórias e disseminam narrativas de memória –, sobre as técnicas e os recursos museográficos empregados – painéis, vitrines, fichas museográficas, barreiras ao visitante, iluminação, dispositivos multimídia etc. – e, sobretudo, como esse conjunto de elocubrações contribui para a compreensão dos grupos, das culturas e das identidades constituídas e representadas no espaço e nas narrativas museais.

Na visão de Clifford (1994), os artefatos operam, de modo metonímico, a representação de totalidades culturais. A perspectiva que Miller (2010) desenvolve para os estudos de cultura material, por sua vez, sugere que os objetos não são apenas signos que operam representações, mas elementos constitutivos da experiência dos sujeitos, através dos quais se constitui o próprio *self* dos indivíduos. Isto é, de acordo com o autor, os sujeitos criam a si mesmos ao criarem objetos (MILLER, 2010). Em minha visão, tal perspectiva adquire ainda mais pertinência

²⁵ Desse modo, aquilo que alguns autores denominaram de *ego sources* (PANAYI, 2017, p. 5) – isto é, a literatura memorialista e biográfica produzida pelos próprios sujeitos – adquiriu um papel central neste estudo enquanto fonte de pesquisa primária.

quando se considera o conjunto de artefatos culturais que podemos denominar de “objetos de memória”.

Instituir um estabelecimento de memória dedicado a um personagem do grupo familiar é, via de regra, narrar a história e a biografia desse personagem através dos seus objetos. Tal agenciamento supõe que algo da história está inscrita nos objetos, isto é, que os artefatos carregam parte do seu proprietário original, o que permite a produção de representações sobre o passado familiar por parte dos descendentes e herdeiros de tais objetos. Se a memória é sabidamente um mecanismo produtor de identidades, os objetos associados à memória de um antepassado constituem elementos relevantes para a construção da autoimagem dos sujeitos que herdaram esse passado materializado. Nesse sentido, podemos estabelecer a dimensão de agência (MILLER, 2010) implicada nos objetos de memória: tais artefatos agem através do passado neles acumulado, sendo depositários e veículos de memória que, por sua vez, serve à produção de autoimagens e de identificações de base étnica nos sujeitos. Em última instância, possuir um artefato que contém parte da história de um antepassado – isto é, um objeto de memória – é aproximar-se desse personagem, o que implica a construção de uma identificação com o grupo familiar – e, especialmente relevante no caso aqui em análise –, com o grupo étnico no qual a família se insere e ao qual é atribuído boa parte dos traços e das características familiares.

A perspectiva desenvolvida por Appadurai (2008) para o estudo da cultura material, que enfoca a trajetória social e a história de vida de mercadorias e de artefatos culturais, oferece elementos igualmente relevantes à compreensão das instituições de memória em análise. Na visão do autor, as “coisas” não devem ser compreendidas como entidades inertes; ao contrário, os objetos são dotados de uma “vida social”. Em tal perspectiva, o foco se direciona à análise da biografia social de objetos, coleções e acervos museológicos, da sua trajetória e circulação social, bem como dos usos sociais de tais artefatos pelos seus distintos proprietários.

Com base nas formulações de Appadurai (2008), pode-se afirmar que a produção e a atribuição de valor – seja econômico, histórico, estético etc. – para um determinado objeto depende de agenciamentos individuais e/ou institucionais e de um trabalho de mediação, processos eminentemente políticos. Dessa forma, compreender como um objeto adquire valor é analisar os distintos regimes de valor – histórica e socialmente referenciados – pelos quais esse objeto circulou. Na medida em que as instituições de memória de elites empresariais, via de regra, abrigam e exibem artefatos industriais e de trabalho utilizados pelas empresas no passado – que possuíam, portanto, um valor econômico e produtivo –, a atribuição de um novo sentido a tais objetos – isto é, de um valor histórico e cultural, enquanto relíquias de tempos

passados – depende de um processo de transfiguração e de reorientação de significado, que se executa precisamente por meio da passagem do artefato de um regime de valor a outro (a saber, do econômico ao histórico) e de um espaço institucional a outro (ou seja, da empresa ao museu).

No que tange à entrevista enquanto técnica de pesquisa, esta é compreendida como uma interação social na qual o pesquisador procura obter dados e informações do entrevistado (HAGUETTE, 1999). Foram entrevistados agentes responsáveis pela fundação e administração das instituições de memória, procedimento profícuo para identificar as percepções nativas dos sujeitos acerca de suas estratégias de memorialização, expressas de modo relativamente formalizado e refletido por meio de entrevistas. Foi possível realizar uma entrevista presencialmente, ao passo que, após o advento da pandemia de COVID-19, as entrevistas foram realizadas de modo tecnologicamente mediado. As interações entre pesquisador e sujeitos de pesquisa – isto é, as entrevistas – basearam-se em um roteiro semiestruturado de questões, tendo sido registradas em áudio ou vídeo e, posteriormente, transcritas. Ao término das entrevistas, procedeu-se à assinatura voluntária de um Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE), no qual todos os entrevistados autorizaram a utilização das informações fornecidas e a identificação de seus nomes próprios no contexto deste estudo.

Deve-se registrar que esta pesquisa foi impactada pelas condições sanitárias e de saúde desencadeadas pela pandemia de COVID-19, o que impossibilitou, por exemplo, a realização de entrevistas com representantes de uma das instituições de memória. Os percalços, os bloqueios, os recuos, os limites e os avanços sinalizados pela realidade empírica e experienciados no decorrer do desenvolvimento da pesquisa, bem como as alternativas e as estratégias metodológicas adotadas, serão explicitados no decorrer da argumentação e dos capítulos que compõem esta tese.

Se toda pesquisa possui uma trajetória – no sentido de Bourdieu (2006) –, que não é linear nem integralmente coerente, mas, ao contrário, marcada por obstáculos, contingências, transformações e reconversões, é mister que tais processos sejam explicitados, problematizados e objetivados, o que será realizado, no contexto deste estudo, a partir de seções metodológicas e etnográficas inseridas em cada um dos capítulos da tese, dedicadas a uma instituição de memória e universo empírico singular. Ademais, discussões de ordem metodológica serão acionadas sempre que as condições de produção dos dados da pesquisa demandarem esclarecimentos e problematizações. Desse modo, os comentários metodológicos apresentados nesta seção não encerram as discussões acerca das condições de execução da pesquisa. Nas seções metodológicas e etnográficas apresentadas nos capítulos, em que emprego, em larga medida, um estilo de escrita narrativo, procuro apresentar e (auto)analisar a inserção no campo

de pesquisa, os aspectos interacionais com os sujeitos de pesquisa, os modos de operacionalização das técnicas de pesquisa e as condições de produção das fontes e dos dados empíricos.

Essa discussão relaciona-se à concepção adotada para a técnica da etnografia que, para além da sua dimensão mais substantiva – isto é, a incursão e a descrição etnográfica de espaços institucionais e de objetos –, compreende, em sentido bastante amplo, o conjunto de interações sociais desenvolvidas entre pesquisador e sujeitos de pesquisa. A etnografia é concebida, desse modo, nos marcos daquilo que Pierre Bourdieu (1989b) denominou de “sociologia da sociologia”, isto é, a análise sociológica dos passos e dos atos do pesquisador no campo de pesquisa, a incorporação dos aspectos interacionais e sua influência nas técnicas de pesquisa e na revisão analítica e argumentativa, bem como a consideração acerca do papel do pesquisador, da sua subjetividade e dos caracteres sociais inerentes à sua condição enquanto agente social – isto é, sua origem social, trajetória e capitais – para a produção das evidências científicas.

2 CARL HOEPCKE, O “HOMEM MAIS MODERNO DE SANTA CATARINA”

Dentre as instituições de memória das elites étnicas alemãs em análise nesta tese, o Instituto Carl Hoepcke (ICH) representa a primeira instituição da qual este pesquisador tomou conhecimento e em relação à qual estabeleceu contato. Descobri o ICH muito antes de ter idealizado este projeto de pesquisa, estabelecendo e desenvolvendo uma relação com a instituição antes mesmo de ter iniciado a realização do curso de doutorado. De certo modo, a relação e a familiaridade estabelecidas pelo pesquisador com o Instituto Carl Hoepcke serviu de estímulo à imaginação sociológica, tendo inspirado o desenho desta pesquisa, oferecendo elementos para a identificação de outras instituições de memória e estabelecendo parâmetros para a análise de tais instituições enquanto um mecanismo de consagração social.

O Instituto Carl Hoepcke possui especificidades que logram grande interesse à análise. Em primeiro lugar, a instituição está localizada numa capital de estado, Florianópolis, a segunda maior cidade de Santa Catarina. Em função de tal característica e, sobretudo, em virtude das redes familiares dos Hoepcke, que compreendem agentes com posições dominantes no espaço da política estadual, a instituição mostra-se de grande interesse para uma consideração acerca das relações entre as elites imigrantes alemãs emergentes e as elites tradicionais luso-brasileiras. Desse modo, uma análise do ICH possibilita uma reflexão sobre um grupo familiar imigrante e uma instituição de memória que operam no campo do poder em âmbito estadual.

Em segundo lugar, o fato de o ICH estar localizado em Florianópolis ganha relevância uma vez mais na medida em que – ao contrário das cidades de Blumenau e Forquethina, como veremos nos próximos capítulos – a capital do estado catarinense não é conhecida nem reconhecida como uma cidade “germânica”. Em Florianópolis, a história e a identidade dominantes e publicamente chanceladas referem-se à origem portuguesa, especialmente à colonização açoriana. Em tal contexto de ausência de produção e de disseminação de uma imagem germanizada da cidade por parte dos discursos públicos e oficiais, podemos vislumbrar a atuação do ICH também como um investimento na promoção e na difusão do elemento germânico no repertório de imagens públicas sobre Florianópolis, circunscrevendo um lugar para os alemães no contexto da história da cidade. Desse modo, deve-se reter que o contexto socioespacial no qual se insere o ICH é bastante distinto – e menos “favorável” – se comparado aos contextos em que se inserem as outras duas instituições de memória, sendo caracterizado por uma competição com imagens concorrentes – e que detêm maior poder simbólico – acerca da história e da identidade representativas do lugar.

Por fim, uma terceira característica de relevância do Instituto Carl Hoepcke é a ênfase no discurso da modernidade e do progresso. Se é lugar comum nos estudos sobre imigrantes europeus direcionados a países periféricos a constatação de que, em nível discursivo – seja por parte dos agentes oficiais e estatais promotores da imigração, seja nas autoimagens dos próprios grupos imigrantes –, tais imigrantes são considerados agentes introdutores do progresso – ou, mais precisamente, das “ferramentas do progresso”, para empregarmos a expressão de Jürgen Buchenau (2004) –, tal discurso pode ser analisado de modo privilegiado no ICH a partir das narrativas veiculadas pela instituição e até mesmo por meio das exposições e das peças de museu. Dito de outro modo, a centralidade que o discurso do progresso assume no caso da memória sobre Carl Hoepcke – que chega a constituir-se num apanágio, de modo mais acentuado quando comparado às demais instituições de memória em análise nesta tese – pode ser abordado, de modo interessante, por meio dos objetos e da narrativa expográfica veiculada pelo Instituto Carl Hoepcke.

2.1 NOTAS ETNOGRÁFICAS PRELIMINARES

Tendo em mente que as instituições analisadas nesta pesquisa constituem-se como entidades privadas, vinculadas a grupos de elite detentores de elevado capital econômico, e que tais instituições são dedicadas à memória dos fundadores de genealogias familiares e, de modo geral, à memória e à autoimagem de grupos familiares como um todo – ou seja, tais instituições lidam com temas sensíveis e importantes para as representações que os agentes constroem sobre si mesmos –, o contato e a aproximação com tais entidades devem ser realizados com cautela e com o máximo de reflexão. Os procedimentos de contato e de aproximação a tais entidades, via de regra, demandam um tempo significativo, necessário para a aquisição da confiança e do respeito por parte dos interlocutores.

Nesse contexto, gostaria de salientar dois pontos. De um lado, deve-se ter em mente as dificuldades inerentes ao estudo dos grupos dominantes, dotados de um volume de capital econômico e cultural muitas vezes superior ao do próprio pesquisador. Se a sociologia e os sociólogos estão habituados e transitam facilmente no universo da “pobreza” e dos desfavorecidos, realizando pesquisas que dependem da interação com interlocutores que possuem um capital econômico e/ou cultural inferior ou equivalente ao do pesquisador, o estudo das elites representa um verdadeiro desafio à sociologia em ato, haja vista que as assimetrias sociais entre o pesquisador e os sujeitos de pesquisa tornam-se evidentes no decorrer das interações. Dito de outro modo, no estudo dos grupos dominantes, as ações e as condutas dos

interlocutores demarcam – e, por vezes, são pensadas intencionalmente para demarcar – a posição social, as fronteiras de classe e as distinções de natureza simbólica entre os agentes²⁶.

Uma anedota etnográfica – nem tão anedótica assim, se considerarmos sua significação sociológica – serve bem para a ilustração desse argumento. Em um dos primeiros contatos que estabeleci com o Instituto Carl Hoepcke, dirigi-me à entidade para a realização de uma reunião agendada com a presidente da instituição, Annita Hoepcke da Silva, e seu superintendente, Max José Müller. Enquanto aguardava ambos para a reunião, a secretária da entidade ofereceu-me um café, ao que respondi algo como: “apenas se o café já estiver pronto, não precisa passá-lo para mim”. Um tipo de reação que, manifestamente, expressa distinções sociais e simbólicas. Ora, se me ofereciam o café, obviamente a bebida estava pronta, e a reação adequada e “natural” seria simplesmente aceitá-lo ou recusá-lo.

Eu bebi o café, com um tanto de receio, se considerarmos que ele foi servido em uma pequena e delicada xícara de porcelana. Certamente eu não queria causar nenhum acidente com uma xícara tão importante – que, muito possivelmente, era dotada de um elevado valor simbólico – e, por consequência, na imagem e na relação que eu tentava estabelecer com a instituição.

Após terminar a minha xícara de café, esperei mais alguns minutos, quando Dona Annita e o Senhor Max enfim me receberam. O Senhor Max desculpou-se pelo atraso, dizendo que não era do feitio dos dirigentes da entidade. Convidaram-me a adentrar um dos cômodos da instituição. O cenário dessa interação ocorreu na sede do Instituto Carl Hoepcke, em um casarão na região nobre do centro de Florianópolis, que havia sido a residência de um ex-governador catarinense, Aderbal Ramos da Silva, casado com uma neta de Carl Hoepcke. A decoração e o mobiliário do recinto, bastante imponentes e suntuosos, eram os originais da época do governador. Toda essa narrativa serve-nos para compreender as nítidas distinções sociais entre o pesquisador e seus interlocutores.

E, com isso, chego ao segundo ponto. Não possuindo a mesma origem social e o mesmo volume de capitais que os meus interlocutores – isto é, não sendo este pesquisador um membro integrante das “elites” –, como foi possível estabelecer contatos e relações com os mesmos?

²⁶ Para apontamentos metodológicos sobre o estudo dos grupos dominantes, que salientam a inibição dos sociólogos frente às classes abastadas e, de modo correlato, a sua desenvoltura frente aos grupos situados no polo da pobreza, ver Pinçon e Pinçon-Charlot (2007). Ainda que desde outra perspectiva teórica, Cattani (2014) desenvolve um argumento semelhante. Pulici (2016) levanta outra dificuldade quanto ao estudo dos grupos dominantes, que se refere ao fato dos indivíduos abastados tenderem a dominar a situação de entrevista. Para apontamentos metodológicos sobre o estudo dos empresários enquanto elite, consultar ainda Costa (2015).

Ou, perguntando de outro modo, quais os trunfos sociais que o pesquisador poderia lançar mão para atingir seu objetivo, isto é, o contato e a aproximação com interlocutores que são indispensáveis à realização de sua pesquisa?

A minha entrada no campo de pesquisa é, indubitavelmente, étnica. Possuir uma ascendência alemã, facilmente perceptível nos meus traços físicos, certamente me possibilitou e facilitou a entrada no campo de pesquisa. Assim, a despeito das diferenças em termos de origem social e econômica, eu possuía algo em comum com meus interlocutores; de algum modo, eu era parte de algo que eles também integravam, isto é, um grupo étnico.

Sobre tal pertença, é válido relatar outra breve anedota sociológica e etnográfica: em uma atividade ocorrida no Instituto Carl Hoepcke, uma das participantes, ao ser apresentada ao presente pesquisador por Dona Annita Hoepcke da Silva, olhou para a anfitriã e comentou: “*Ah, das ist ein ganz Deutsch!*” (algo como: “Ah, esse é um alemão mesmo!”²⁷). Assim, até certo ponto, eu era um *insider*, mais do que um *outsider*.

A primeira vez que adentrei o Instituto Carl Hoepcke foi em setembro de 2016. À época, eu realizava a minha dissertação de mestrado sobre o espaço de práticas do folclore “alemão” no Brasil (VOIGT, 2018). O ICH promove periodicamente *Simpósios sobre Imigração e Cultura Alemãs*, que contam com a participação de pesquisadores e agentes envolvidos com a promoção da germanidade. Em minha dissertação, eu objetivava – entre outras coisas – mapear a produção escrita do conjunto de agentes que defini como a “elite cultural do folclore alemão”. Realizando um campo de pesquisa na cidade de Gramado (RS), em maio de 2016, foi-me indicado que um texto importante de uma historiadora e folclorista havia sido publicado nos anais de um dos Simpósios do ICH (KLEINE, 2009). Assim, dirigi-me até a entidade, para uma consulta ao material.

Portanto, a minha primeira incursão no ICH voltava-se a uma consulta à biblioteca da entidade. E, ademais, deve-se assinalar, a visita era motivada pelo desejo em conhecer uma instituição ligada à promoção da germanidade radicada em Florianópolis. Eu residia nessa cidade há alguns anos e, apesar de já ter ouvido menções ao Instituto Carl Hoepcke, a entidade era efetivamente desconhecida para mim. O mais surpreendente e interessante a este

²⁷ Uma tradução mais literal seria: “Ah, esse é um alemão completo”, ou “inteiro”. A frase, todavia, certamente fazia referência às propriedades fenotípicas, de base étnica, do pesquisador.

pesquisador, enquanto um estudioso catarinense da germanidade no Brasil, era constatar a existência de uma entidade “germânica” e germanista em Florianópolis, onde as marcas e a herança alemãs foram menos expressivas – se comparadas, por exemplo, com o contexto verificado em Blumenau – ou, talvez mais precisamente, foram *apagadas* no processo de “açorianização” da história florianopolitana²⁸.

A imersão na biblioteca do Instituto Carl Hoepcke foi extremamente produtiva. Ela era composta pelas principais obras e estudos históricos sobre a germanidade no Brasil, muitas delas já esgotadas, e que eu conhecia apenas por título. Passei uma tarde consultando o acervo bibliográfico da instituição, com o auxílio do bibliotecário e arquivista que atuava na entidade à época.

Após esse primeiro contato, mantive interações esporádicas com o Instituto Carl Hoepcke. Outro acontecimento chave na relação desenvolvida com a entidade ocorreu em maio de 2017. Nos primeiros meses desse ano, obtive o aceite de uma editora para a publicação da minha monografia de conclusão de curso no formato de um livro (VOIGT, 2017). Como se tratava de uma obra sobre a memória de descendentes de alemães, e como eu residia em Florianópolis – local onde esse trabalho foi escrito e onde estavam meus principais colegas e interlocutores acadêmicos –, não foi possível pensar em um lugar mais apropriado do que o Instituto Carl Hoepcke, uma instituição de memória florianopolitana, para o lançamento da obra.

Após algumas conversas e negociações com os dirigentes da entidade, procedemos à organização do evento de lançamento. Ele ocorreu em junho de 2017, na data em que se comemoravam os treze anos de fundação do Instituto. Assim, um evento de interesse do presente pesquisador serviu, concomitantemente, à celebração e à promoção da própria entidade. A minha relação e interlocução com o Instituto Carl Hoepcke fortaleceram-se imensamente com essa atividade.

²⁸ Tratarei desse tema em maiores detalhes adiante.

Imagem 1 – Registro fotográfico do lançamento do livro no Instituto Carl Hoepcke, em 07/06/2017. Na fotografia, Dona Annita Hoepcke da Silva e pesquisador.



Fonte: Acervo pessoal de Lucas Voigt, fotografia elaborada por Anderson Henrique Lucht (junho de 2017).

O terceiro e último acontecimento crucial na relação deste pesquisador com o Instituto Carl Hoepcke ocorreu em maio de 2018, portanto, já na condição de doutorando, com o projeto de pesquisa da presente tese esboçado e delineado. Realizei uma visita ao ICH para entregar uma cópia da minha dissertação de mestrado para a incorporação na biblioteca da entidade²⁹. Nessa ocasião, conversei com o Senhor Müller, que me garantiu a possibilidade de incluir o ICH em minha pesquisa. Em algumas palavras com Dona Annita, ela concordou com a realização de uma entrevista futuramente, colocando as portas da entidade abertas para a realização da pesquisa.

A pesquisa de campo mais direta e sistemática sobre o Instituto Carl Hoepcke foi realizada no primeiro semestre de 2021. A execução da pesquisa sofreu atrasos consideráveis em função da pandemia de COVID-19. Em outubro de 2020, restabeleci contato com a instituição, inicialmente por e-mail – seguido por vários contatos por telefone e *WhatsApp* –, com vistas à realização de entrevistas e de uma visita ao espaço. As entrevistas foram

²⁹ A ocasião foi registrada na página da instituição. Ver: INSTITUTO CARL HOEPCKE. **Visita do sociólogo Lucas Voigt**. 17 maio 2018. Disponível em: <http://www.institutocarlhoepcke.com.br/visita-do-sociologo-lucas-voigt/>. Acesso em: 15 abr. 2019.

efetivamente realizadas apenas em fevereiro de 2021 (com o Sr. Müller, por texto) e em março de 2021 (com Dona Annita Hoepcke da Silva, via videoconferência)³⁰.

A visita presencial ao Instituto Carl Hoepcke, por sua vez, foi realizada em 21 de junho de 2021, ao longo de uma tarde, tendo sido possível somente após o avanço das campanhas de vacinação contra a COVID-19 no estado de Santa Catarina. Esse *tour* ao ICH – que será analisado em detalhes nas próximas seções – teve como objetivo principal a análise dos objetos e das exposições contidas na instituição. Ao longo da incursão etnográfica, acompanhada e guiada pelo superintendente da entidade, realizei a produção de aproximadamente 250 fotografias, que auxiliaram na reconstituição e na análise da expografia presente no Instituto Carl Hoepcke.

2.2 CARL HOEPCKE, O PATRONO

Carl Hoepcke foi um megaempresário, com atuação nos ramos comercial, industrial, financeiro e de navegação. As iniciativas de propriedade de Carl Hoepcke representavam o maior conglomerado empresarial de Santa Catarina – e um dos maiores do Sul do Brasil –, entre fins do século XIX e as primeiras décadas do século XX.

O alemão Carl Franz Albert Hoepcke, patrono do Instituto que leva o seu nome, nasceu em Striesa, no estado de Brandemburgo, em 25 de junho de 1844³¹. Em 1863 (aos dezenove anos de idade), partindo de Hamburgo, Carl Hoepcke imigrou para o Brasil, na condição de chefe de família. Carl estava acompanhado da mãe viúva Liptée³², do irmão Paul (com 16 anos)³³ e da irmã Caroline (13 anos)³⁴.

³⁰ Após a realização das entrevistas, procedi à elaboração de um Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE), assinado por ambos os entrevistados, que garante a utilização das informações fornecidas no contexto desta pesquisa com a menção dos nomes próprios dos entrevistados. O contexto de produção das entrevistas, bem como seu impacto no que tange aos dados produzidos, serão problematizados adiante, quando as entrevistas forem mobilizadas no decorrer da argumentação.

³¹ As informações apresentadas nesta seção baseiam-se em um conjunto amplo e diversificado de fontes. Em primeiro lugar, baseio-me em livros e publicações que tratam da biografia e da história das empresas de Carl Hoepcke, dentre os quais deve-se mencionar destacadamente os trabalhos de Reis, Oliveira & Klug (1999) e Müller (2007). Também constituíram fontes relevantes de informação o folder de divulgação institucional do Instituto Carl Hoepcke, as informações disponibilizadas por essa instituição por meio das suas exposições, bem como a entrevista que realizei com a presidente da entidade, Annita Hoepcke da Silva. O conjunto de fontes utilizadas para a reconstituição da biografia social de Carl Hoepcke será mencionado ao longo da seção.

³² Henriette Caroline Friederike Hackradt.

³³ Franz Paul Gustav Hoepcke (1847-?).

³⁴ Bertha Caroline Louise Hoepcke (1850-1880). Após o casamento, adicionou o sobrenome Meyer.

Como se mostra bastante comum nas biografias sobre famílias teuto-brasileiras, poucas são as informações sobre a história da família na Alemanha, antes da emigração. Sabe-se que Carl Hoepcke era filho de Ludwig Heinrich Carl Höpke (1810-1853), cuja profissão referida pela literatura biográfica era a de “inspetor florestal” (REIS, OLIVEIRA & KLUG, 1999, p. 32; MÜLLER, 2007, p. 29). O pai de Carl Hoepcke faleceu prematuramente em 1853, aos 43 anos de idade. Alguns anos antes, o avô paterno de Carl Hoepcke também havia falecido de modo prematuro, o que ocasionou a perda da propriedade senhorial da família, nas proximidades de Spandau (atualmente, um dos distritos de Berlim). Em tal cenário, a mãe de Carl Hoepcke, Henriette Caroline Friederike Hackradt, teve que esforçar-se para garantir a educação dos filhos. Henriette trabalhou como governanta em uma propriedade rural; posteriormente, mudou-se para Berlim, onde adquiriu uma tabacaria (REIS, OLIVEIRA & KLUG, 1999, p. 57-8). Com base em tais informações, podemos deduzir que a família Hoepcke ocupava uma posição intermediária na estrutura social, experienciando um processo de decadência e de empobrecimento no período anterior à emigração.

Inicialmente, Carl Hoepcke e a família estabeleceram-se na colônia Blumenau, tendo recebido um lote colonial pouco produtivo do tio de Carl, Ferdinand Hackradt. Três anos mais tarde a família se mudou para Florianópolis (ou Desterro, como era chamada à época), após o convite de Hackradt para que Carl Hoepcke fosse o “guarda-livros” (isto é, o contador) de sua casa comercial. Desse modo, Carl Hoepcke iniciou as suas atividades empresariais no ano de 1866.

O papel de Ferdinand Hackradt (1817-1887), tio materno e figura paterna de Carl Hoepcke, para o desenvolvimento de suas atividades comerciais é um fator recorrentemente mencionado na literatura que discute a sua biografia (REIS, OLIVEIRA & KLUG, 1999, cap. 5; MÜLLER, 2007; HERING, 1987, p. 61, CZESNAT, 1980). Tendo imigrado ao Brasil em 1847 e se afixado originalmente no Rio de Janeiro, Hackradt era um comerciante estabelecido na capital catarinense Desterro, possuindo – em sociedade fundada em 1863 com André Carlos Ebel³⁵ – um moinho de arroz, uma venda de fumo e uma casa comercial (REIS, OLIVEIRA & KLUG, 1999; CZESNAT, 1980). Ademais, deve-se registrar que Hackradt foi sócio do Dr. Hermann Blumenau no empreendimento da colônia que recebeu o nome do último. O título de cessão de terras por parte do governo imperial para a instalação da colônia está em nome de ambos, Blumenau e Hackradt (REIS, OLIVEIRA & KLUG, p. 361-2). Posteriormente, a sociedade com Blumenau foi rompida.

³⁵ A bibliografia também menciona o nome Karl Andreas Ebel (CRUZ, 2008).

Atuando na casa comercial do tio, voltada para a venda de produtos manufaturados a varejo, em pouco tempo Carl Hoepcke ascendeu à posição de gerente. Hoepcke redirecionou o negócio, passando a realizar a importação direta – por intermédio do fretamento de navios provenientes da Europa e dos Estados Unidos, além de praças nacionais – de produtos para a venda em atacado (REIS, OLIVEIRA & KLUG, 1999; CZESNAT, 1980; CRUZ, 2008; MÜLLER, 2007)³⁶. Em 1869, a sociedade entre Hackradt e Ebel foi desfeita³⁷, e Carl e Paul Hoepcke adentraram no negócio na qualidade de sócios – 50% dos lucros cabendo a Hackradt, a outra metade aos irmãos. Em 1871, Hackradt se retirou da firma, deixando o filho Fernando Hackradt Júnior no comando (CZESNAT, 1980, p. 74). Hackradt Júnior enfocou a carreira política, tendo sido deputado provincial por três legislaturas, tendo chegado a ocupar a presidência da Assembleia entre 1886 e 1887 (CRUZ, 2008, p. 83). Com o advento da República e, em função da sua orientação política monarquista, exilou-se na Alemanha, temendo represálias (REIS, OLIVEIRA & KLUG, 1999).

Com o falecimento de Hackradt em 1887 e o exílio de Hackradt filho, Carl Hoepcke assumiu integralmente os negócios, processo que já havia se iniciado alguns anos antes. Informa-nos Czesnat (1980, p. 74) que, em 1881, Carl Hoepcke já era o maior acionista, com 40% da firma. A Sociedade Fernando Hackradt & Cia., criada em 1873, assumiu a razão social Carl Hoepcke & Cia. em 1883³⁸. Assim, a firma de Carl Hoepcke teve origem na antiga casa comercial do tio Ferdinand Hackradt.

Data de 1883 o primeiro balanço comercial da Carl Hoepcke & Cia., tendo como sócios solidários Carl Hoepcke, Paul Hoepcke e Carl Scharf³⁹ e, como sócio comanditário, Fernando Hackradt Júnior. Com a retirada de Scharf e a ida de Hackradt Júnior à Alemanha nos anos 1890, e com o desligamento e o retorno de Paul Hoepcke à Alemanha em 1894⁴⁰, Carl Hoepcke assumiu o controle total da empresa. Com a retirada dos antigos sócios, entraram no negócio o

³⁶ Segundo Müller (2007, p. 33-36), em 1877, Carl Hoepcke fez chegar pela primeira vez ao porto de Desterro veleiros trazendo mercadorias oriundas da Europa. Antes disso, as mercadorias chegavam a Florianópolis a partir do Rio de Janeiro, que operava como porto intermediário. A importação direta acarretou um enorme barateamento do frete. Em 1892, já se registrava o centésimo veleiro que chegava à Ilha de Santa Catarina.

³⁷ Czesnat (1980) menciona o ano de rompimento da sociedade como 1868.

³⁸ Czesnat (1980) aponta que a Carl Hoepcke & Cia. foi fundada, mais precisamente, em 1º de agosto de 1882. O trabalho de história econômica de Czesnat (1980), que utiliza como fonte a escrituração contábil, é um rico repositório de informações acerca das atividades comerciais da firma Hoepcke, enfocando o período que vai da sua fundação (1882) até as primeiras décadas do século XX.

³⁹ A bibliografia também grafa o nome Carl Scharff (CZESNAT, 1980).

⁴⁰ No que tange a Paul Hoepcke, não teve descendentes. Como nos informa Hering (1987), Paul Hoepcke foi um dos primeiros sócios da importante Fábrica de Tecidos Renaux, de Brusque, fundada em 1892, conjuntamente a Carlos Renaux e Augusto Klappoth (ou Klappoth).

filho de Carl Hoepcke, Carlos Hoepcke Júnior, e o genro, Carl Malburg (REIS, OLIVEIRA & KLUG, 1999; CZESNAT, 1980). Em 1916, o outro filho de Carl Hoepcke, Max Hoepcke, adentrou no negócio como sócio solidário (CZESNAT, 1980)⁴¹.

Com o passar dos anos, Carl Hoepcke desenvolveu e diversificou os negócios, estabelecendo uma rede de lojas, escritórios e representantes, posteriormente ampliada pelos herdeiros. Na década de 1920, a Casa Hoepcke possuía filiais espalhadas pelo território catarinense, abrangendo os municípios de São Francisco do Sul (de 1906), Laguna (1911), Blumenau (1907), Joinville, Tubarão (ca. 1917), Joaçaba, Lages (1918), Itajaí, Criciúma (criada em 1965) e São Miguel do Oeste (MÜLLER, 2007; REIS, OLIVEIRA & KLUG, 1999). Na capital Desterro, além do escritório central, a firma possuía lojas especializadas: de Fazendas, de Ferragens, setor de Máquinas e seção de Drogas⁴². Anos mais tarde, passou a atuar em outros estados, com escritórios de representação em cidades como Curitiba, Santos, São Paulo e Rio de Janeiro (REIS, OLIVEIRA & KLUG, 1999).

No ano de 1895, Carl Hoepcke fundou a Empresa Nacional de Navegação Hoepcke (ENHH), visando facilitar o transporte e a distribuição de mercadorias. A companhia realizava navegação de cabotagem, com o transporte de cargas e de passageiros. A ENNH atuava no ramo de importação e de exportação, realizando o fretamento de navios com mercadorias provenientes da Europa e dos Estados Unidos que, posteriormente, eram distribuídas e revendidas pela casa comercial, além de abasteceram o comércio varejista da província. Além de vapores para a realização de viagens entre os portos catarinenses e de outros estados, a empresa possuía embarcações para a realização da descarga de navios que atracavam na Ilha dos Ratores, trazendo as mercadorias até o Cais da Rita Maria e aos depósitos da empresa, no centro de Florianópolis (REIS, OLIVEIRA & KLUG, 1999; CZESNAT, 1980).

O primeiro navio de grande porte da frota Hoepcke foi o Vapor Max⁴³, adquirido em 1897, que fazia viagens principalmente a Laguna. Em 1905, foi adquirido o Vapor Meta, que realizava viagens a Araranguá até 1912, quando foi vendido. Alguns anos antes, em 1909, chegou a Florianópolis o Vapor Anna, que realizava viagens ao Rio de Janeiro, com escalas em Itajaí, São Francisco do Sul e Angra dos Reis; e, no retorno, escalas em Santos, Paranaguá, São

⁴¹ Como apontado por Czesnat (1980, p. 169), a Hoepcke é um dos exemplos do padrão clânico adotado pelas empresas criadas por alemães em Santa Catarina, caracterizadas pela unidade familiar e pela liderança do chefe do clã (isto é, o pai ou a figura mais velha).

⁴² De acordo com Cruz (2008, p. 146), a partir da década de 1950 a burguesia comercial atacadista passou a ser substituída, no contexto de Florianópolis, por comerciantes de ramos especializados, dos quais as Lojas Koerich são um dos melhores exemplos.

⁴³ Os nomes dos navios homenageavam membros da família Hoepcke.

Francisco do Sul e Itajaí. Esse vapor também realizou viagens a Laguna. Em 1927, após o falecimento de Carl Hoepcke, a empresa adquiriu mais um navio para a linha Florianópolis-Rio de Janeiro, batizado com o nome do seu fundador. O Vapor Carl Hoepcke representou o maior e principal navio da frota. Deve-se pontuar que todos os navios foram fabricados e importados da Alemanha. De acordo com Reis, Oliveira & Klug (1999, p. 141-4), em 1929, a ENNH contava em sua frota com três vapores, uma lancha, onze chatas, quatro rebocadores e um iate; em 1952, foram listados quatro navios e 26 embarcações auxiliares, ano em que a empresa contava com quase 300 empregados no seu quadro de funcionários.

De acordo com Czesnat (1980), ao fim do século XIX e início do XX, a firma Hoepcke articulava três zonas catarinenses, o Litoral Norte (São Francisco do Sul e Bacia do Itajaí), o Litoral Centro (Desterro) e o Litoral Sul (Laguna). Em 1913, a empresa controlava o circuito de ação comercial no litoral catarinense, além de comercializar com as principais praças portuárias do país e do exterior, notadamente Rio de Janeiro, Londres, Hamburgo e Nova York. A empresa oferecia serviços regulares entre portos catarinense, além de contato semestral com os portos de Paranaguá, Santos e Rio de Janeiro.

As atividades comerciais e de navegação de Carl Hoepcke estavam intimamente interligadas. Segundo Hering (1987, p. 61), o comércio de produtos manufaturados pela casa comercial era realizado a partir da importação e do fretamento de navios provenientes do exterior. A firma realizava a importação de produtos industrializados, como implementos para a agricultura, matérias-primas, equipamentos e maquinário, atendendo as demandas do parque industrial catarinense em gestação. Também comercializava a produção agrícola das zonas coloniais do estado, bem como atuava na distribuição da produção industrial catarinense⁴⁴. De acordo com Hering (1987, p. 137), a Hoepcke era distribuidora, por exemplo, dos produtos de importantes indústrias têxteis do Vale do Itajaí, como a Gebrüder Hering⁴⁵ e a Fábrica de Tecidos Renaux.

⁴⁴ Segundo Czesnat (1980, p. 81), tratava-se de uma empresa eminentemente importadora, que realizava a distribuição de mercadorias no estado catarinense.

⁴⁵ Czesnat (1980) e Müller (2007) também mencionam as relações comerciais entre a Hoepcke e a Hering, o que demonstra a existência de redes de relações e parcerias entre os alemães da capital e do Vale do Itajaí. Para além de relações econômicas estabelecidas entre os dois grupos familiares e empresariais no passado, é interessante pontuar que, nos dias atuais, verificamos a manutenção de relações sociais e institucionais em nível de práticas museológicas, o que se explicita, por exemplo, na visita técnica realizada pela equipe do ICH à Fundação Hermann Hering. Ver: INSTITUTO CARL HOEPCKE. **Visita técnica a Fundação Hermann Hering**. 24 set. 2019. Disponível em: <http://www.institutocarlhoepcke.com.br/visita-tecnica-a-fundacao-hermann-hering/>. Acesso em: 30 out. 2019.

Segundo Reis, Oliveira & Klug, as lojas Hoepcke realizavam a comercialização de um amplo leque de produtos industrializados:

[...] tecidos, máquinas, ferragens, louças, armas, artigos sanitários, bicicletas, cutelaria, utensílios para cozinha, para navios e carros, querosene, breu, tintas, drogas, artigos de estiva, aço em barras e muitos outros artigos, tais como: máquinas de todos os sistemas para agricultura e beneficiamento de café e arroz, moinhos, moendas para açúcar, fábrica de gasosa; máquinas e ferramentas para funileiros, oficinas mecânicas, serrarias, ferreiros, marceneiros, para padeiros e para diversos ramos de profissão e indústria; todos os artigos para uso a bordo de navios (REIS, OLIVEIRA & KLUG, 1999, p. 106).

As redes e as conexões internacionais com o país de origem de Carl Hoepcke e com demais países do continente europeu contribuíram sobremaneira para o desenvolvimento dos negócios. Em tal contexto, pode-se mencionar o fato de a firma Carl Hoepcke & Cia. também exercer funções de intermediação, atuando como representante de várias firmas estrangeiras no Brasil, mormente da Alemanha, da Inglaterra e dos Estados Unidos, dentre as quais podemos mencionar, por exemplo: a Hamburg Südamerikanische Dampfschiffahrts-Gesellschaft e a Norddeutsche Versicherungs-Gesellschaft, de Hamburgo; a Norddeutscher Lloyd de Bremen; a Prince Line de Liverpool; e a Ford Motor Company e a Goodyear Tire & Rubber Company, dos Estados Unidos⁴⁶.

Além de atuar no ramo de importação e de exportação, a firma Hoepcke também possuía atuação no setor bancário, como agente de bancos internacionais e nacionais, tais como: Banco do Brasil, Banco Francês e Italiano, Brasilianische Bank für Deutschland, Deutsche Bank, London & Brazilian Bank Ltd., dentre outros (REIS, OLIVEIRA & KLUG, 1999). Ademais, de acordo com Czesnat (1980, p. 88), a seção bancária do grupo foi importante para a capitalização de novas atividades⁴⁷.

Pode-se argumentar que as propriedades sociais e as características da atuação empresarial da família Hoepcke comportam semelhanças com as de outra família alemã de elite no contexto latino-americano, os Boker – comerciantes de origem alemã com atuação no México –, analisados por Jürgen Buchenau (2004). A Casa Boker foi fundada na Cidade do México, em 1865. Com existência até os dias atuais, essa casa comercial adquiriu grande

⁴⁶ A extensa lista de empresas das quais a Hoepcke era representante pode ser encontrada em Reis, Oliveira & Klug (1999, p. 103).

⁴⁷ No que tange às atividades empresariais de Carl Hoepcke, Müller (2007, p. 61) nos informa ainda que o mesmo se tornou, em 1906, sócio comanditário da importante Companhia Industrial Catharinense, que atuava na exploração de erva-mate.

projeção e prestígio no contexto mexicano – que perduraram até o início da II Guerra Mundial –, importando àquele país aquilo que Buchenau definiu como as “ferramentas do progresso”, isto é, utensílios e objetos industrializados produzidos no exterior⁴⁸. Além de mobilizarem uma etnicidade hifenizada – considerando-se mexicanos de origem alemã, isto é, atuando simultaneamente enquanto capitalistas mexicanos e como uma família alemã (BUCHENAU, 2004, p. 8) –, outra semelhança considerável entre os Boker e os Hoepcke reside na concepção da posição da família e da empresa na “vanguarda da modernização”, desempenhando um papel importante para a introdução do progresso (a partir da tecnologia) e da civilização (ligada aos valores ocidentais) no contexto do país receptor⁴⁹.

A partir de uma potente casa comercial, Carl Hoepcke ampliou as suas atividades empresariais (CZESNAT, 1980). Em 1907, construiu o Estaleiro Arataca, localizado na cabeceira insular onde seria instalada, cerca de duas décadas mais tarde, a famosa ponte Hercílio Luz⁵⁰. O estaleiro servia principalmente à manutenção da frota da ENNH, além de realizar a construção de pequenas embarcações e a ampliação de navios (REIS, OLIVEIRA & KLUG, 1999; CZESNAT, 1980).

A importância do mar e da navegação para a paisagem de Florianópolis e, dentro de tal contexto, a proeminência das atividades e dos empreendimentos econômicos da Empresa Nacional de Navegação Hoepcke – que, igualmente, marcaram a paisagem da Ilha de

⁴⁸ As “ferramentas do progresso” introduzidas pela Casa Boker referem-se a objetos domésticos industrializados para as classes médias emergentes, equipamentos técnicos empregados em obras de infraestrutura nacional, bem como implementos agrícolas.

⁴⁹ A despeito das inúmeras diferenças entre os contextos do México e do Brasil no que tange ao fenômeno das migrações, mais uma semelhança notável entre o contexto mexicano analisado por Buchenau (2004) e o contexto brasileiro analisado nesta tese, reside no fato da Casa Boker ter sofrido impactos em função da II Guerra Mundial. Em virtude dos laços econômicos da empresa com a Alemanha, a Boker sofreu intervenção estatal durante o período da guerra, além de ter sido incluída na *Blacklist* elaborada pelo governo americano, que impedia relações comerciais com empresas suspeitas de serem colaboradoras do Eixo. Tal realidade, constatada também no caso da Hoepcke e da Hering, será analisada em detalhes adiante.

⁵⁰ O grupo Hoepcke, ademais, atuou no fornecimento de materiais importados utilizados na construção da ponte. Além disso, é sabido que os navios da empresa traziam cargas para obras do governo, além de realizarem o transporte de técnicos e de oficiais do governo (REIS, OLIVEIRA & KLUG, 1999).

Florianópolis –, fez Klug (1999) postular um papel de destaque à empresa para a própria conformação de uma “identidade marítima” para a cidade⁵¹.

Como é recorrentemente salientado pela bibliografia que tematiza os primórdios da industrialização em Santa Catarina (HERING, 1987, SEYFERTH, 1999; CZESNAT, 1980; REIS, OLIVEIRA & KLUG, 1999, MÜLLER, 2007), processo que se desenvolveu entre 1880 e os primeiros anos do século XX – mais precisamente 1914, data que marca o início da I Guerra Mundial –, há uma precedência do capital comercial sobre o capital industrial, isto é, o capital adquirido por comerciantes será o ponto de partida para a industrialização no estado. Como é sabido, no contexto catarinense, os imigrantes alemães ocuparam um papel destacado em tal processo, especialmente no contexto do Vale do Itajaí.

Tal realidade é comprovada no caso do grupo Hoepcke, radicado na capital Florianópolis, contexto em que a industrialização foi bem menos expressiva, se comparado ao das colônias alemãs do Vale do Itajaí⁵². Os investimentos de Carl Hoepcke no setor industrial tiveram como finalidade suprir o mercado interno e local, bem como as próprias atividades mercantis da empresa (CRUZ, 2008).

A primeira das iniciativas industriais de Carl Hoepcke foi a Fábrica de Pontas “Rita Maria”, inaugurada em 1896, voltada à fabricação de pontas de Paris (pregos) e arames para construção, desativada apenas na década de 1980 (REIS, OLIVEIRA & KLUG, 1999). Segundo Cruz (2008, p. 79), tratava-se da quinta fábrica mais antiga do gênero no país, possuindo bastante projeção até a década de 1950, quando começou a decair⁵³. Em 1903, Carl Hoepcke fundou uma Fábrica de Gelo (CZESNAT, 1980; MÜLLER, 2007), que permaneceu sob o controle da família até 1999, tendo sido fechada pouco tempo depois (CRUZ, 2008)⁵⁴.

Em 1917, Carl Hoepcke adquiriu o controle total de uma fábrica de rendas e bordados, indústria do ramo têxtil, fundada em 1913 por Ricardo Ebel (filho de André Carlos Ebel), com

⁵¹ Identidade que, segundo o autor, tem desaparecido em tempos recentes (KLUG, 1999). O porto de Florianópolis foi desativado na década de 1960 e a região foi aterrada na década seguinte. Depreende-se de Cruz (2008, p. 81), que tal movimento acompanhou a tendência nacional de rodoviarização.

⁵² Como argumenta Hering (1987), no início do século XX a economia de Florianópolis girava em torno das atividades enquanto centro administrativo e do setor terciário, cenário no qual Carl Hoepcke possuía a principal casa comercial da cidade. Os empreendimentos fabris e industriais de Hoepcke representam, precisamente, uma exceção em tal contexto.

⁵³ Sobre a Fábrica de Pontas “Rita Maria”, ver também o trabalho de Piazza, Barreto & Souza (1980).

⁵⁴ Os edifícios industriais e os armazéns da Hoepcke estavam localizados nas proximidades do antigo porto, no bairro conhecido à época como Rita Maria. A empresa possuía também uma vila operária, onde atualmente está localizada a Rua Hoepcke, em Florianópolis.

a participação de Hoepcke como um dos sócios⁵⁵. A Fábrica de Rendas e Bordados Hoepcke, como passou a ser chamada, foi transferida para o município vizinho de São José, em 1979. A empresa possui existência até os dias atuais, sob a presidência de uma das bisnetas de Carl Hoepcke, Silvia Hoepcke da Silva⁵⁶. Em 1999, a empresa possuía um total aproximado de 500 funcionários (REIS, OLIVEIRA & KLUG, 1999).

Desse modo, no dizer de Cruz, constatamos que:

[...] a inserção da firma Hoepcke nos ramos industriais que implantou em Florianópolis, está ligada, efetivamente, ao suprimento de demandas locais, como aconteceu com o prego para as necessidades de construção, o gelo necessário ao condicionamento de pescado e outros gêneros transportados pelos navios, o estaleiro na manutenção das embarcações da ENNH, e a fábrica de rendas e bordados, ligada ao pioneirismo da firma referente à sua inserção em novos mercados (CRUZ, 2008, p. 78).

Carl Hoepcke teve igualmente uma expressiva atuação social e comunitária no contexto de Florianópolis e de Santa Catarina⁵⁷. No que tange às suas ações de natureza não empresarial, os apontamentos mais sistemáticos são encontrados no trabalho de João Klug (1996), que trata das ações de Hoepcke em prol da “manutenção da germanidade em Santa Catarina” (KLUG, 1996, p. 49). Na visão do autor, a germanidade no estado decorre em larga medida da atuação de Carl Hoepcke.

Klug (1996) menciona basicamente três exemplos da atuação social e comunitária de Carl Hoepcke. Em primeiro lugar, a sua nomeação como Cônsul Geral do Império Alemão em Desterro, em 1885. Em segundo lugar, as suas ações em prol do fomento da educação alemã em Santa Catarina: Hoepcke foi presidente da Escola Alemã de Florianópolis, ligada à Igreja Luterana, tendo realizado uma doação expressiva para a construção do prédio da escola, além de ter mediado a contratação de um professor⁵⁸. Por fim, Klug (1996) menciona o fato de

⁵⁵ Sobre a Fábrica de Rendas e Bordados Hoepcke, ver também Lira (2018), trabalho que trata do cotidiano de trabalho das operárias da empresa – enfocando, portanto, as chaves do trabalho e do gênero.

⁵⁶ Em 2017, a Federação das Indústrias do Estado de Santa Catarina (FIESC) produziu um vídeo sobre a história da fábrica, protagonizado por Silvia Hoepcke da Silva, integrando a série “Histórias da Indústria”. Ver: FIESC. **Histórias da Indústria**: Silvia Hoepcke da Silva. 2017. 5m15s. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=LAAXVb4QxQU>. Acesso em: 21 jul. 2021.

⁵⁷ Vale destacar que Carl Hoepcke não ocupou cargos políticos.

⁵⁸ A escola foi criada em 1867. Data de 1905 a construção do prédio próprio para a escola a partir de uma campanha liderada por Carl Hoepcke. Registros apontam que Hoepcke era presidente da escola em 1902 e 1909 (REIS, OLIVEIRA & KLUG, 1999, p. 172-3).

Hoepcke ter presidido o Clube Germânia, atuando em prol da construção da sede da entidade e proferindo o seu discurso inaugural, em 1900⁵⁹.

No que tange à função de cônsul, nos informam Reis, Oliveira & Klug (1999), que se trata de mais um caso em que Carl Hoepcke sucedeu o tio, Ferdinand Hackradt. Este assumiu o posto de cônsul em 1868, sendo substituído de modo definitivo pelo sobrinho em 1885. Hoepcke ocupou o cargo de Cônsul Geral até 1904. Com a chegada do primeiro cônsul de carreira em Florianópolis, Reinhart Freiherr von Wangenheim, Carl Hoepcke passou a ocupar a posição de Cônsul Honorário a partir de 1904 até a sua morte, em 1924.

Como argumenta Cruz (2008, p. 69-70), os cônsules em Santa Catarina costumavam ser recrutados dentre os membros mais expressivos do empresariado de origem alemã, executando funções mais econômicas do que diplomáticas. Desse modo, os negócios levados a cabo por tais empresários favoreciam a assunção desse tipo de posto. Dentre as atividades consulares de Carl Hoepcke, podemos mencionar a elaboração de relatórios periódicos ao governo alemão, abrangendo temas como as atividades econômicas no estado, as condições de navegação e de transporte e a situação dos colonos na província (REIS, OLIVEIRA & KLUG, 1999).

No que tange à atuação social de Carl Hoepcke, deve-se mencionar ainda a sua ação filantrópica por meio do apoio a hospitais e asilos. Além disso, Carl Hoepcke foi um dos fundadores da Associação Commercial da Cidade de Desterro e membro da sua diretoria, entre 1890 e 1892. Essa entidade foi precursora da Associação Comercial e Industrial de Florianópolis (ACIF), fundada em 1915, com existência até os dias atuais. A ACIF, na ocasião da inauguração da sua nova sede, em 1997, prestou homenagem a Carl Hoepcke (REIS, OLIVEIRA & KLUG, 1999, p. 167-71).

É pertinente, neste momento, uma consideração acerca das publicações biográficas sobre Carl Hoepcke patrocinadas pela família, bem como uma análise preliminar do discurso veiculado pelo Instituto Carl Hoepcke acerca do seu patrono. A principal, mais extensa e detalhada obra sobre Carl Hoepcke é, sem dúvida, o trabalho de Reis, Oliveira & Klug (1999). Com o patrocínio das empresas Hoepcke e com contracapa assinada pelo então governador de

⁵⁹ O Clube Germânia foi fundado em 1866 como uma sociedade de coro (REIS, OLIVEIRA & KLUG, 1999, p. 181).

Santa Catarina – e atual senador da República –, Esperidião Amin⁶⁰, a obra é assinada pelas autoras convidadas Sandra Regina Poyares dos Reis – historiadora, membra do Instituto Histórico e Geográfico de Santa Catarina (IHGSC) e sobrinha de um dos mais famosos historiadores catarinenses, Oswaldo Rodrigues Cabral – e Sandra Regina Ramalho e Oliveira – professora do Departamento de Artes Visuais da Universidade do Estado de Santa Catarina (UDESC) –, além de João Klug – professor do Departamento de História da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC) –, a quem é creditado o trabalho de pesquisa para o livro. Na apresentação da obra, que conta com textos das bisnetas de Carl Hoepcke, Annita Hoepcke da Silva menciona que o projeto de reconstituição da história do bisavô, visando tornar pública a “sua vitoriosa e exemplar trajetória de vida” (HOEPCKE DA SILVA, 1999, p. 11), e que culminou com a publicação da sua biografia, teve início de modo mais concreto e sistemático em 1993⁶¹.

A obra, que discute e apresenta um conjunto de documentos históricos e fotografias, representa uma fonte valiosíssima de pesquisa⁶². O texto possui uma escrita bela e estilizada, fruto de um esforço de poetização da linguagem, possuindo o objetivo declarado de “trazer para a imortalidade a vida de Carl Hoepcke” (REIS, OLIVEIRA & KLUG, p. 22). O livro pode ser descrito como uma biografia laudatória e hagiográfica de Carl Hoepcke, em que o biografado é apresentado como um “homem ímpar”, membro da rara classe de indivíduos que mudam a história (REIS, OLIVEIRA & KLUG, 1999, p. 15), dotado de um “espírito indomável” (*ibidem*, p. 49), de um “raciocínio matemático prodigioso” (p. 40) e de uma “inquebrantável disposição para o trabalho” (p. 194).

A preocupação com o delineamento do caráter e das qualidades psicossociais dos biografados – propriedades individuais e excepcionais, que auxiliariam a explicar o sucesso nos

⁶⁰ Em seu texto, Amin afirma que: “A vida e a obra de Carl Hoepcke se confundem com o próprio desenvolvimento do Estado de Santa Catarina”.

⁶¹ É interessante pontuar que as contínuas atividades de pesquisa, de resgate e de promoção da memória da família são amplamente noticiadas na imprensa local, o que atesta a existência de boas relações com a esfera do jornalismo. Ver, por exemplo: SCHMITZ, Paulo Clóvis. Família de Carl Hoepcke conhece na Alemanha as origens de um dos grandes empresários de Santa Catarina. **ND Mais**, Florianópolis, 27 set. 2015. Disponível em: <https://ndmais.com.br/noticias/familia-de-carl-hoepcke-conhece-na-alemanha-as-origens-de-um-dos-grandes-empresarios-de-sc/>. Acesso em: 3 jul. 2021.

⁶² Dentre as fontes coligidas no trabalho, podemos mencionar: cartas escritas por Carl Hoepcke; o diário de bordo escrito por Hoepcke durante a viagem migratória para o Brasil; o discurso proferido por Hoepcke na ocasião da inauguração do Clube Germânia; um rico conjunto de fotografias históricas retratando personagens da família e empreendimentos da firma Hoepcke – que retratam, igualmente, a paisagem de Florianópolis; dentre outras (REIS, OLIVEIRA & KLUG, 1999). Desse modo, a obra representa uma excelente fonte de pesquisa sobre a história de Santa Catarina e da imigração alemã no estado.

negócios e a construção de impérios empresariais –, bastante característica das publicações biográficas sobre empresários, pode ser constatada no trabalho de Max José Müller (2007)⁶³. A obra de Müller define o perfil de Carl Hoepcke a partir de um conjunto de adjetivos, que dão título a pequenos excertos em que o autor procura determinar as características e as qualidades da personalidade do biografado: “meticuloso”, “atento e observador”, “esmerado”, “religioso”, “divertido”, “sensível, criativo e culto”, “perfeccionista”, “determinado”, “irônico”, “reconhecido e grato”, “preciso e laborioso”, “planejador”, “ligado à Alemanha”, “requintado”, “orgulhoso”, “empreendedor”, “assumiu integralmente a nacionalidade brasileira” (MÜLLER, 2007, p. 92-100). A principal característica imputada a Carl Hoepcke pela literatura biográfica pode ser vislumbrada a partir do seguinte excerto da obra de Reis, Oliveira & Klug: “Se tivéssemos que definir Carl Hoepcke em uma palavra, esta palavra seria trabalho. Assim, é provável que esta tenha sido a característica mais importante da sua personalidade: a dedicação ao trabalho” (REIS, OLIVEIRA & KLUG, 1999, p. 322-3)

Os discursos biográficos sobre Carl Hoepcke também explicitam o legado – isto é, o discurso sobre as realizações individuais consideradas de relevância pública – associado ao personagem. No folder institucional do Instituto Carl Hoepcke, lê-se que: “Já se disse com muita propriedade que CARL FRANZ ALBERT HOEPCKE foi o homem mais moderno de Santa Catarina, em todos os tempos, inclusive os atuais”⁶⁴. Ademais, segundo o folder da instituição, Hoepcke teria sido o grande responsável por estabelecer as “condições necessárias para a industrialização e o desenvolvimento do Estado de Santa Catarina”. No que tange à Empresa Nacional de Navegação Hoepcke, afirma-se que a mesma teve um papel determinante na distribuição das “sementes do progresso e da industrialização” no território catarinense.

Na orelha do livro de Müller (2007), as bisnetas de Carl Hoepcke, Annita e Silvia Hoepcke da Silva, descrevem-no como um “homem à frente de seu tempo, empreendedor e visionário [...]”. Na biografia de autoria de Müller (2007), o título da obra define Carl Hoepcke como o “estruturador do desenvolvimento catarinense”. Além disso, afirma-se o papel de Hoepcke “[...] para a construção do estado de excelência de Santa Catarina, na esfera nacional, que hoje vivemos” (MÜLLER, 2007, p. 87). Segundo o trabalho de Reis, Oliveira & Klug (1999), Hoepcke teria deixado uma marca em Santa Catarina, conectando Florianópolis com o

⁶³ A obra é resultado de um trabalho de pesquisa elaborado pelo autor para apresentação no 2º Simpósio sobre Imigração e Cultura Alemãs na Grande Florianópolis, promovido pelo ICH, em 2007. A obra, ricamente ilustrada com fotografias históricas, foi publicada em livro a convite da Associação Catarinense de Imprensa. A apresentação é assinada por Moacir Pereira, então presidente da entidade, e um dos jornalistas mais conhecidos de Florianópolis.

⁶⁴ INSTITUTO CARL HOEPCKE. **Instituto Carl Hoepcke**. Florianópolis. 1 folder.

restante do estado e do país, gerando empregos e trazendo bem-estar material. Desse modo, segundo os autores, a história do introdutor do progresso e do desenvolvimento em Santa Catarina se confunde com a própria história do estado e da sua capital.

Carl Hoepcke teve dois casamentos. Em 1871, casou-se em Florianópolis com Bertha Pirath, nascida na Alemanha em 1852, e falecida em 1879, pouco após o nascimento do último filho do casal. Desse casamento, nasceram cinco filhos. O primogênito, Carlos Hoepcke Júnior (Carl Hermann Ferdinand Hoepcke), nascido em Florianópolis em 1872, e falecido em Hamburgo em 1931. Carlos Hoepcke Júnior casou-se com a alemã nata de origem nobre Anna von Wangenheim (1875-1949)⁶⁵, irmã do cônsul alemão em Desterro, Reinhart Freiherr von Wangenheim, e tia de Hans e Dietrich von Wangenheim. Em seguida, o casal Carl e Bertha Hoepcke teve três filhas: Bertha (1874-1952), casada com o industrial alemão Max Weineck; Helene (1875-1928), casada com o comerciante Carl (ou Carlos) Malburg, de Itajaí⁶⁶; e Meta Louise (1877-1968), casada (na Alemanha) com o industrial austríaco Eduard Zipster⁶⁷. Por fim, nasceu em 1879 o caçula, Max Eduard Hoepcke, falecido em 1881, com pouco mais de dois anos de idade (REIS, OLIVEIRA & KLUG, 1999).

Após o falecimento da primeira esposa, em 1880, Carl Hoepcke casou-se novamente, com Anna Haendchen (1851-1929), natural de São Pedro de Alcântara. Anna Haendchen era irmã da esposa de Ferdinand Hackradt, Maria Haendchen. Desse segundo casamento resultaram dois filhos: Paul, nascido em 1881 e falecido com pouco mais de um mês de idade; e Max Bruno Hoepcke, nascido em 1884 e falecido em 1928 (REIS, OLIVEIRA & KLUG, 1999).

⁶⁵ Anna von Wangenheim veio à Santa Catarina acompanhando o irmão, tendo posteriormente retornado à Alemanha. Regressou ao Brasil após contrato de casamento com Carlos Hoepcke Júnior, firmado em 1909. Esse casamento, como veremos, é extremamente relevante, uma vez que se refere aos antepassados diretos da presidente do ICH, Annita Hoepcke da Silva – seu avô e sua avó.

⁶⁶ De acordo com Hering (1987, p. 61) e Cruz (2008, p. 74), Carl Hoepcke atraiu novos acionistas para a sua firma por intermédio do casamento das filhas. É o caso de Carl Malburg que, no início dos anos 1890, já era sócio da Hoepcke & Cia. De tal modo, pode-se afirmar que Carl Hoepcke valeu-se de estratégias matrimoniais como meio de obtenção de recursos financeiros mobilizados na sua atuação econômica.

⁶⁷ Tais informações sugerem ainda que, além da circulação de mercadorias e de objetos entre a Europa e o Brasil executada pela empresa, a própria família Hoepcke circulava entre o país de imigração e o velho continente. As três filhas de Carl Hoepcke residiram de modo temporário ou permanente na Alemanha. A circulação internacional de pessoas da família, por meio de viagens frequentes, pode ser constatada também no fato de a filha de Carlos Hoepcke Júnior ter nascido em Berlim, em 1913. O ato de circular e de fazer circular, portanto, é uma experiência constitutiva da família Hoepcke.

Carl Hoepcke teve uma das trajetórias economicamente mais bem-sucedidas no contexto da imigração alemã em Santa Catarina, tendo enriquecido e obtido uma posição social de prestígio na sociedade florianopolitana. O empresário faleceu em Florianópolis, capital catarinense, em 8 de janeiro de 1924, com 79 anos de idade. O fato foi amplamente noticiado na imprensa local. O longo obituário laudatório dedicado a Carl Hoepcke no jornal *O Estado*, que apresenta um esboço biográfico de Hoepcke e fornece detalhes sobre as homenagens recebidas na ocasião do seu falecimento, tece elogios à sua figura e descreve o empresário como um “abastado capitalista e figura de maior destaque do commercio catharinense [sic]”⁶⁸.

O episódio do falecimento de membros das elites, as cerimônias de velório e de enterro – e, concomitantemente, as “últimas homenagens” prestadas ao finado – representam um profícuo indicador – relativamente ignorado pelo sociólogo das elites – das redes de relação e do prestígio social gozado por determinado agente. No que tange à morte de Carl Hoepcke, o acontecimento foi acompanhado de um grande número de honrarias e homenagens.

Informam-nos Reis, Oliveira & Klug (1999) que o governador à época, Hercílio Luz, ao saber do falecimento de Hoepcke, enviou seu ajudante de ordens à residência da família para o préstimo das condolências oficiais. As coroas de flores foram abundantes, assim como o número de pessoas que visitaram o cadáver na residência dos Hoepcke – dentre elas, várias autoridades e pessoas detentoras de prestígio social. O comércio da capital e as repartições públicas encerraram as suas atividades naquele dia às 15 horas, para que a população pudesse acompanhar o cortejo. O caixão de Carl Hoepcke foi carregado por seus filhos, Carlos e Max Hoepcke, pelo Major Elpídio Fragoso (Oficial de Gabinete do Governador), pelo Capitão João Câncio de Souza Siqueira (Ajudante de Ordens), por Joe Collaço (Secretário do Interior e Justiça) e por Victor Konder (Secretário da Fazenda) (REIS, OLIVEIRA & KLUG, 1999, p. 294).

Como última homenagem, junto ao túmulo de Carl Hoepcke, o advogado e presidente do Conselho Municipal, Fúlvio Aducci, proferiu um discurso. É profícuo reproduzirmos um trecho do discurso, uma vez que o mesmo dá a tônica da imagem pública associada a Hoepcke na ocasião da sua extinção; ademais, algumas das ideias contidas no discurso serão mobilizadas

⁶⁸ CARL Hoepcke. *O Estado*, Florianópolis, a. 9, n. 2859, 9 jan. 1924. Disponível em: <http://hemeroteca.ciasc.sc.gov.br/oestadofpolis/1924/EST19242859.pdf>. Acesso em: 14 maio 2021.

novamente, décadas mais tarde, na narrativa consagrada produzida pelos descendentes de Carl Hoepcke com vistas à atualização e à alimentação do legado associado ao personagem:

Consola-nos, porém, a certeza de que teu nome ficará para todo o sempre. Não é só nos campos de batalha, derramando o sangue pela pátria, ou na calma dos laboratórios onde se cultiva a ciência, ou na prática das bellas artes, ou a frente dos destinos da nação, conduzindo e orientando homens e multidões, não é somente nessas posições que se contribue para o progresso da humanidade. Também no commercio e na indústria, em ambas hoje como nunca, e daqui por diante cada vez mais, pode o cidadão honrar a pátria, ser útil à sociedade, impulsionar poderosamente o progresso material, a civilização, a cultura material e intelectual dos povos e das nações. Nos tempos modernos, os grandes vultos do commercio e da indústria, creadores das mais sólidas riquezas, que installam uzinas, fábricas, minas, explorações agrícolas, transportes marítimos e terrestres, aquelles que, com intelligência acima do comum, aproveitam e desenvolvem as forças econômicas do paiz, não tanto com o objetivo de acumular maior riqueza pessoal, antes com intenção altruística de dar à collectividade nacional todos os elementos indispensáveis para a vida sã e forte, esses contribuem para a grandeza da Pátria tanto quanto os melhores estadistas [*sic*] (citado em REIS, OLIVEIRA & KLUG, 1999, p. 296-7).

2.3 A SUCESSÃO E AS DUAS GUERRAS MUNDIAIS

De acordo com Reis, Oliveira & Klug (1999, p. 283), Carl Hoepcke retirou-se dos negócios em 1918 em função das pressões e dos desgastes ocasionados pela I Guerra Mundial⁶⁹. As empresas Hoepcke foram largamente afetadas pelo contexto da I Guerra⁷⁰. A ENNH foi incluída em uma lista negra, elaborada pelo governo da Inglaterra (REIS OLIVEIRA & KLUG, 1999). A ausência de carvão para os navios da empresa, importado da Inglaterra, teve grande impacto nos negócios, fazendo até mesmo com que as atividades de algumas das embarcações fossem temporariamente suspensas – como se verificou no caso do Vapor Meta, entre os anos de 1916 e 1917 (MÜLLER, 2007, p. 88).

Um conjunto de fatores fazia com que a firma Hoepcke fosse considerada suspeita. Em primeiro lugar, o fato de Carl Hoepcke ocupar a posição de Cônsul Honorário da Alemanha. Em segundo lugar, a própria natureza das atividades executadas pela empresa, que atuava no

⁶⁹ Segundo Müller (2007), algumas fontes apontam que a aposentadoria de Carl Hoepcke ocorreu em 1919. Existe a possibilidade, todavia, da retirada dos negócios ter ocorrido no final de 1917 em função do contexto da guerra, com a transferência da administração dos negócios para o filho Carlos Hoepcke Júnior, brasileiro nato (MÜLLER, 2007, p. 39). O que se tem por certo é que a aposentadoria de Carl Hoepcke teve a ver com o contexto da I Guerra, tendo ocorrido durante ou pouco após o seu término.

⁷⁰ Para uma análise acerca dos impactos da I Guerra Mundial sobre as minorias étnicas alemãs na América Latina, sobretudo no Brasil, consultar Rinke (2014).

ramo de navegação e era representante de companhias alemãs no Brasil. Soma-se a isso, por fim, o fato de armas e munições serem um dos produtos comercializados pela empresa Hoepcke.

Segundo Reis, Oliveira & Klug (1999), uma série de denúncias e de notícias veiculadas na imprensa à época – nunca comprovadas, o que faz sentido se considerarmos a primazia ocupada pelas questões econômicas em detrimento da política no contexto da empresa – imputavam à firma Hoepcke a participação no contrabando e no transporte de cargas estratégicas ao Império Alemão. Tais denúncias, inclusive, ocasionaram episódios em que embarcações da empresa foram impedidas de atracar em portos catarinenses.

No que se refere ao período entreguerras, o grupo Hoepcke apresentou crescimento e expansão. Com a saída de Carl Hoepcke da direção da empresa, foi firmado um contrato de sociedade mercantil, tendo como sócios os seus filhos Carlos Hoepcke Júnior e Max Hoepcke e seu genro, Carl Malburg. A partir desse momento, a firma passou a empregar a razão social Hoepcke, Irmão & Cia. (REIS, OLIVEIRA & KLUG, 1999, p. 105). Com o falecimento de Carl Hoepcke, em 1924, Carl Malburg retirou-se da sociedade, que passou a utilizar a razão social Hoepcke & Cia., tendo Carlos e Max Hoepcke como sócios (*ibidem*).

Em 1928, ocorreu o falecimento de Max Hoepcke. Um ano depois, a viúva e a filha menor⁷¹ desligaram-se da empresa, recebendo a parte do finado em dinheiro (REIS, OLIVEIRA & KLUG, 1999, p. 344). Com o falecimento de Max Hoepcke, teve surgimento uma nova razão social e composição acionária: a Sociedade Anônima Carlos Hoepcke (Carlos Hoepcke S.A.), com os sócios Carlos Hoepcke Júnior, Jorge Boettger, Willy Hoffmann e Dietrich von Wangenheim (*ibidem*, p. 105).

Em 1931, faleceu Carlos Hoepcke Júnior. A firma foi transferida para os herdeiros como uma sociedade anônima e, na ausência de sucessores diretos, a diretoria passou a ser ocupada por Dietrich von Wangenheim, Carlos Leisner, Jorge Boettger, Willy Hoffmann e Otto Selinke. A essa altura, restavam ainda vivas duas filhas de Carl Hoepcke, Bertha e Meta; seus maridos, Max Weineck e Eduard Zispter, respectivamente, não podiam ocupar a direção da firma, uma vez que possuíam negócios próprios na Europa. O genro Carl Malburg, casado com a filha Helene (falecida em 1928), havia morrido em 1927. As filhas de Carl Hoepcke também estavam impossibilitadas de dirigir a firma, uma vez que não era “[...] hábito mulheres assumirem as incumbências que lhe seriam exigidas à frente das empresas da organização Hoepcke” (REIS,

⁷¹ Max Hoepcke teve dois casamentos, primeiro com Elza Maria (falecida durante a lua de mel) e, depois, com a alemã nata Margarete (ou Margaretha) Brohme; desse último casamento nasceu uma filha, Úrsula Hoepcke (REIS, OLIVEIRA & KLUG, 1999).

OLIVEIRA & KLUG, 1999, p. 277)⁷². Desse modo, o cargo de diretor-presidente do grupo Hoepcke passou a ser ocupado pelo barão Dietrich von Wangenheim, sobrinho de Anna von Wangenheim e Carlos Hoepcke Júnior, que veio a Florianópolis, em 1921, a convite do tio (REIS, OLIVEIRA & KLUG, 1999).

A direção da firma por parte de von Wangenheim perdurou até 1942, quando foi assumida por Aderbal Ramos da Silva⁷³, marido da única herdeira de Carlos Hoepcke Júnior, Ruth Hoepcke da Silva. A troca no comando da firma está relacionada aos impactos da II Guerra Mundial nos negócios da Hoepcke. Como argumentam Reis, Oliveira & Klug, Aderbal representava um “sobrenome bem brasileiro para a ocasião que se apresentava” (REIS, OLIVEIRA & KLUG, 1999, p. 105), visando dissipar as suspeitas que recaíram sobre empresas administradas por alemães e seus descendentes durante a guerra.

Em 17 de julho de 1941, o governo dos Estados Unidos publicou a primeira versão da famosa *The Proclaimed List of Certain Blocked Nationals*, ampliada e revista ao longo dos anos da guerra, até 1946⁷⁴. O documento listava indivíduos e organizações, em países latino-americanos – listagem posteriormente ampliada a países de outros continentes –, considerados colaboradores ou suspeitos de colaborarem com os países do Eixo, para os quais a exportação de produtos americanos era considerada prejudicial à segurança nacional⁷⁵. Ser listado significava: “[...] o impedimento para contrair empréstimos, o corte do fornecimento de produtos importados, principalmente aqueles originários dos Estados Unidos e da Inglaterra, além da suspensão de representações e a exigência de substituição nas suas diretorias por cidadãos brasileiros” (REIS, OLIVEIRA & KLUG, 1999, p. 280).

Na primeira versão da lista, de julho de 1941, a firma Carlos Hoepcke S.A. já se encontrava listada⁷⁶. Ao longo de 1942, foram incluídas e especificadas na lista negra o conjunto de empresas do grupo: a Fábrica de Pontas “Rita Maria”, a Fábrica de Gelo, a Fábrica de Rendas e Bordados Hoepcke, a Empresa Nacional de Navegação Hoepcke e o Estaleiro

⁷² No que se refere a herdeiros de Carlos Hoepcke Júnior, havia igualmente uma única herdeira mulher, Ruth Hoepcke (posteriormente Ruth Hoepcke da Silva). À época do falecimento do pai, Ruth tinha 18 anos e era solteira. Voltarei a tratar dessa personagem em detalhes adiante.

⁷³ Do mesmo modo, tratarei de Aderbal Ramos da Silva e do casamento com Ruth Hoepcke adiante.

⁷⁴ Reis, Oliveira & Klug (1999, p. 280) afirmam, equivocadamente, que a lista foi publicada em 1942.

⁷⁵ A lista impactou várias empresas catarinenses fundadas por alemães. Outro exemplo, como veremos, é o caso da Hering.

⁷⁶ THE NATIONAL ARCHIVES OF THE UNITED STATES. Proclaimed List of Certain Blocked Nationals and Controlling Certain Exports. **Federal Register**, Washington, v. 6, n. 140, 19 jul. 1941, p. 3555-3573. Disponível em: <https://www.govinfo.gov/content/pkg/FR-1941-07-19/pdf/FR-1941-07-19.pdf>. Acesso em: 26 jun. 2021.

Arataca⁷⁷.

A declaração de guerra do Brasil aos países do Eixo, em 22 de agosto de 1942, certamente representou um acirramento das tensões. A Marinha Nacional realizou uma intervenção na ENNH, nomeando um oficial para a sua direção. É nesse contexto que Aderbal Ramos da Silva assumiu a presidência do grupo, em outubro de 1942. A iniciativa de abasileiração dos nomes dos diretores da empresa surtiu efeito, uma vez que em 2 de julho de 1943 todas as empresas do grupo Hoepcke foram retiradas da lista⁷⁸. Também no ano de 1943, a direção da firma passou às mãos de Acelon Dário de Souza, que ocupou o cargo até 1964 (REIS, OLIVEIRA & KLUG, 1999). Desse modo, a entrada de Ramos da Silva na firma e a sua curta permanência na direção do grupo sugerem que tal movimento teve por objetivo tão somente a retirada dos embargos às empresas Hoepcke, possibilitando que normalizassem as suas atividades⁷⁹.

2.4 ANNITA HOEPCKE DA SILVA, A HERDEIRA

Como foi sinalizado, o primogênito e principal sucessor de Carl Hoepcke, Carlos Hoepcke Júnior, e sua esposa, Anna von Wangenheim, tiveram uma única filha. Ruth Hoepcke (posteriormente Ruth Hoepcke da Silva) nasceu em Berlim⁸⁰, em 11 de maio de 1913, tendo

⁷⁷ UNITED STATES OF AMERICA. Department of State. **The Proclaimed List of Certain Blocked Nationals**, Supplement 1-4 to Revision I. 28 fev. a 1º maio 1942. Government Printing Office: Washington, 1942. Disponível em:

https://www.google.com.br/books/edition/The_Proclaimed_List_of_Certain_Blocked_N/Q7JOAQA_AIAAJ?hl=pt-BR&gbpv=1. Acesso em: 26 jun. 2021.

⁷⁸ UNITED STATES OF AMERICA. Department of State. **The Proclaimed List of Certain Blocked Nationals**, Supplement 3 to Revision V. 2 jul. 1943. Government Printing Office: Washington, 1943. Disponível em:

https://www.google.com.br/books/edition/The_Proclaimed_List_of_Certain_Blocked_N/EFbPAAA_AMAAJ?hl=pt-BR&gbpv=1. Acesso em: 26 jun. 2021.

⁷⁹ Informam-nos Reis, Oliveira & Klug (1999) que, na década de 1940, Aderbal Ramos da Silva adquiriu veículos de comunicação, como o jornal *O Estado* e a rádio *Guarujá* – esta última com funcionamento até os dias atuais. As empresas foram incorporadas ao espólio do grupo Hoepcke herdado por suas filhas. Aderbal também realizou investimentos na aquisição de imóveis e terrenos (CRUZ, 2008, p. 104).

⁸⁰ A família estava completamente estabelecida em Florianópolis à época. O nascimento ter ocorrido em Berlim se deve, possivelmente, a maior segurança que um parto em um hospital na Alemanha poderia oferecer.

falecido em Florianópolis, em 2 de novembro de 2007⁸¹. Ruth teve uma preceptora alemã, recebendo a instrução fundamental em Florianópolis. Posteriormente, completou os estudos na Alemanha, tendo passado o ano de 1934 naquele país.

Em 1936, Ruth Hoepcke se casou com Aderbal Ramos da Silva. Nascido em 1911 e falecido em 1985, Aderbal era filho do desembargador João Pedro da Silva e da primogênita de Vidal Ramos, Rachel Ramos da Silva⁸². Após concluir os estudos secundários no tradicional Colégio Catarinense (de orientação jesuíta), dirigiu-se ao Rio de Janeiro, bacharelado-se em direito na Universidade do Rio de Janeiro (URJ). Aderbal Ramos da Silva ocupou destacados postos na política: foi deputado estadual (1935-1937) e deputado federal (1955-1959), além de governador do estado de Santa Catarina pelo Partido Social Democrático (PSD), entre 1947 e 1951⁸³. No que tange à sua atuação empresarial, destacam-se a presidência do Banco Nacional Paraná e Santa Catarina e a direção do Banco Regional de Desenvolvimento do Extremo Sul (BRDE), além das atividades no setor de comunicações, tendo sido proprietário do jornal *O Estado* e da Rádio *Guarujá*. Foi ainda sócio-fundador da Companhia Cacique de Café Solúvel e presidente da Ordem dos Advogados do Brasil de Santa Catarina.

Aderbal Ramos da Silva integrava uma das maiores oligarquias da história catarinense, a família Ramos. Seu avô materno, Vidal Ramos, foi deputado provincial, estadual, governador do estado, deputado federal e senador. A família Ramos, oriunda de Lages (cidade localizada no Planalto Serrano, fazendo fronteira com o Rio Grande do Sul), possuía conexões com

⁸¹ As informações desta seção baseiam-se na entrevista que realizei com Dona Annita Hoepcke da Silva, em informações disponibilizadas na expografia do Instituto Carl Hoepcke, em notas biográficas diversas e no livro de Reis, Oliveira & Klug (1999). No que tange à entrevista com Dona Annita, um breve comentário de ordem metodológica. Em função da pandemia de COVID-19, a entrevista foi realizada via videoconferência e gravada em vídeo digital, procedimento que se mostrou interessante, uma vez que – ao contrário das entrevistas registradas apenas em áudio – permitiu um registro mais completo da interação social implicada na entrevista, possibilitando captar reações e expressões faciais da entrevistada. A principal limitação dessa modalidade de entrevista, a saber, a ausência do componente etnográfico que permite ao pesquisador captar informações a partir de sua entrada nos espaços físicos próprios ao mundo do entrevistado, foi suprida com a posterior pesquisa etnográfica que realizei no Instituto Carl Hoepcke.

⁸² MEMÓRIA POLÍTICA DE SANTA CATARINA. **Biografia Aderbal Ramos**. 2020. Disponível em: http://memoriapolitica.alesc.sc.gov.br/biografia/4-Aderbal_Ramos. Acesso em: 12 maio 2021; CPDOC/FGV. **Dicionário Histórico-Biográfico Brasileiro: Aderbal Ramos da Silva**. Disponível em: <http://www.fgv.br/cpdoc/acervo/dicionarios/verbete-biografico/silva-aderbal-ramos-da>. Acesso em: 12 maio 2021.

⁸³ Em virtude de problemas de saúde, Aderbal licenciou-se do governo no início de 1948, retornando ao cargo apenas em 1950. Tais afastamentos acarretaram uma paralisia da máquina estadual, o que produziu muitas críticas por parte dos opositores ao governo. Ver: SECRETARIA EXECUTIVA DA CASA MILITAR. **Governadores de Santa Catarina: Aderbal Ramos da Silva – 1947 a 1951**. Disponível em: <http://www.scm.sc.gov.br/scm/cool/timeline/aderbal-ramos-da-silva-1947-1951/>. Acesso em: 12 maio 2021.

Getúlio Vargas, tendo ocupado a interventoria federal durante o Estado Novo, na pessoa de Nereu Ramos (1937-1945), período no qual foi o responsável pelas campanhas de nacionalização no estado. Nereu Ramos, que também ocupou o posto de governador entre 1935 e 1937, era tio materno de Aderbal Ramos da Silva, tendo ocupado ainda os postos de deputado estadual, deputado federal, senador e vice-presidente da República (1946-1951), além de ter sido o único catarinense a ocupar o cargo de presidente da República (entre novembro de 1955 e janeiro de 1956). A lista de membros da família com notável carreira política é quase inesgotável. Podemos mencionar ainda, dentre os mais destacados e de modo não exaustivo, os nomes de: Aristiliano Ramos, interventor federal (1933-1935), primo de Nereu Ramos; Celso Ramos, governador do estado e senador; e Mauro Ramos, prefeito de Florianópolis (os dois últimos eram irmãos de Nereu Ramos e tios maternos de Aderbal Ramos da Silva).

O casamento entre Ruth e Aderbal é extremamente significativo, uma vez que representa o primeiro casamento interétnico do clã dos Hoepcke, realidade que começa a ser verificada a partir da terceira geração da família no Brasil⁸⁴. Mais importante, o casamento representa uma aliança matrimonial entre, de um lado, as elites tradicionais de origem luso-brasileira, provenientes de Lages, proprietárias de terras e dedicadas à pecuária e, de outro, as elites emergentes teuto-brasileiras, dedicadas ao comércio e à indústria. Desse modo, o casamento representa uma estratégia bem-sucedida de integração social por parte de uma família de origem alemã e com posição economicamente dominante no seio das elites tradicionais do estado com larga inserção na esfera da política.

No que tange a essa aliança matrimonial, deve-se reter dois pontos. Em primeiro lugar, o casamento rendeu dividendos imediatos aos negócios dos Hoepcke. Em 1942, Aderbal Ramos da Silva assumiu a direção do grupo com o objetivo de refrear os embargos em função do contexto da II Guerra Mundial. A iniciativa, como vimos, foi bem-sucedida. Em segundo lugar, faz pleno sentido que um casamento de natureza interétnica com as elites locais – realidade que começa a se tornar comum entre famílias de empresários de origem alemã no Brasil, especialmente a partir da segunda geração (cf. BOSENBECKER, 2017, p. 128-9) – tenha ocorrido no contexto de Florianópolis. Diferentemente das cidades fundadas como colônias alemãs rurais, relativamente isoladas – como é o caso de Blumenau e Joinville –, a capital de Santa Catarina era menos homogênea em termos de composição étnica; ademais, era o centro de poder do estado e, por extensão, o lugar de residência das suas elites políticas.

⁸⁴ Há uma possível exceção, na segunda geração: o casamento de Max Hoepcke com Elza Maria. Tal casamento, entretanto, teve curta duração, em função do falecimento precoce da esposa. Em segundas núpcias, Max Hoepcke se casou com uma alemã nata (REIS, OLIVEIRA & KLUG, 1999).

Do casamento entre Ruth Hoepcke e Aderbal Ramos da Silva, resultaram duas filhas: Annita Hoepcke da Silva, nascida em Florianópolis em 28 de março de 1937, e Silvia Hoepcke da Silva, nascida na mesma cidade em 28 de maio de 1945⁸⁵. Essas duas personagens serão as responsáveis pela fundação, em 2004, do Instituto Carl Hoepcke, em homenagem ao bisavô materno⁸⁶.

Annita Hoepcke da Silva se casou aos 20 anos de idade com Francisco Arcanjo Grillo, de origem étnica italiana, de quem posteriormente se divorciou. Grillo (1934-2012) era economista e professor universitário na Universidade Federal de Santa Catarina. Ademais, ocupou cargos diretivos no Banco Regional de Desenvolvimento do Extremo Sul (BRDE) e no Banco do Estado de Santa Catarina (BESC), além de ter exercido mandato de deputado federal pela ARENA (1971-1975), tendo sido o mais votado nas eleições de 1970⁸⁷. Do casamento entre Grillo e Annita, nasceram os filhos Aderbal da Silva Grillo, Patrícia da Silva Grillo e Guilherme da Silva Grillo. Silvia Hoepcke da Silva, por sua vez, foi casada com o advogado José Matusalém Comelli, de quem posteriormente se separou, e com quem teve dois filhos, Luciana e Fábio da Silva Comelli.

De acordo com Reis, Oliveira & Klug (1999, p. 106), na década de 1960, os genros de Aderbal Ramos da Silva, Grillo e Comelli, assumiram a direção das empresas do grupo Hoepcke. Em 1988, o grupo foi dividido em duas *holdings*, a Carlos Hoepcke S. A. Administração, Participação e Empreendimentos, sob a administração de Annita Hoepcke da Silva, e a Companhia Farebo S. A., administrada por Silvia Hoepcke da Silva⁸⁸. A cisão separou o patrimônio da Hoepcke entre as suas duas herdeiras. Annita ficou a cargo de imóveis, tendo investido também na revenda de automóveis, ao passo que Silvia passou a administrar a Fábrica

⁸⁵ As informações mencionadas a seguir foram obtidas em entrevista: HOEPCKE DA SILVA, Annita. [2021]. Entrevista concedida a Lucas Voigt (videoconferência). Florianópolis, 9 mar. 2021. 1 arquivo .mp4 (1h11min). As informações se baseiam também no trabalho de Reis, Oliveira & Klug (1999, p. 337).

⁸⁶ No contexto desta pesquisa, a ênfase atribuída à Annita Hoepcke da Silva se justifica em função do seu envolvimento mais direto e ativo com o ICH. Dona Annita sempre ocupou a posição de presidente da entidade.

⁸⁷ CÂMARA DOS DEPUTADOS. **Francisco Grillo**: biografia. Disponível em: <https://www.camara.leg.br/deputados/131415/biografia>. Acesso em: 10 fev. 2021; MEMÓRIA POLÍTICA DE SANTA CATARINA. **Biografia Francisco Grillo**. 2020. Disponível em: http://memoriapolitica.alesc.sc.gov.br/biografia/1177-Francisco_Grillo. Acesso em: 10 fev. 2021.

⁸⁸ Silvia chegou a ocupar, ademais, o cargo de vice-presidente da Associação Comercial e Industrial de Florianópolis (ACIF).

de Rendas e Bordados Hoepcke, além de controlar o segmento de comunicação do grupo – do qual faz parte, ainda hoje, a Rádio Guarujá⁸⁹.

Annita Hoepcke da Silva realizou seus estudos – desde o jardim de infância, passando pelos cursos ginásial e normal – no Colégio Coração de Jesus, escola tradicional de Florianópolis⁹⁰. Em função das “barreiras” sociais da época e apesar do seu desejo latente, não realizou curso superior, tendo se casado muito jovem. O sonho de realizar uma faculdade foi concretizado apenas nos anos 1970, quando tinha 39 anos de idade (e após os filhos estarem criados), ocasião em que prestou vestibular – conjuntamente à sua irmã Silvia – para o curso de administração da Universidade Federal de Santa Catarina⁹¹. Desse modo, pode-se afirmar que a herança da parte que lhe cabia nas empresas do grupo Hoepcke foi precedida pela aquisição de capital escolar e técnico, em âmbito universitário. A própria escolha do curso, isto é, a administração, relacionava-se às necessidades das empresas da família e da assunção da herança, que demandavam habilidades e competências especializadas no tocante à gestão empresarial⁹².

Conforme relatou-me em entrevista, realizada em 2021, Dona Annita já havia passado o “bastão” aos seus filhos⁹³. Os três filhos de Annita Hoepcke da Silva atuam no setor imobiliário e de construção civil⁹⁴. A Hoepcke Administração e Incorporação administra imóveis para aluguel, além de planejar e executar obras para venda e locação⁹⁵. Dentre as iniciativas do grupo, deve-se mencionar o Centro Executivo Carl Hoepcke, recentemente finalizado. O empreendimento está localizado na região da Rita Maria (com vista para a ponte

⁸⁹ Informações sobre a cisão do grupo foram obtidas também em: BENETTI, Estela. Morre a empresária Annita Hoepcke da Silva, em Florianópolis. **NSC Total**, Florianópolis, 22 mar. 2021. Disponível em: <https://www.nsctotal.com.br/colunistas/estela-benetti/morre-a-empresaria-annita-hoepcke-da-silva-em-florianopolis>. Acesso em: 23 mar. 2021.

⁹⁰ O Grupo Educacional Bom Jesus, de orientação franciscana, é formado por uma rede de escolas – denominadas Colégios Bom Jesus –, que oferecem desde o ensino infantil até o ensino médio, atuando em cinco estados da federação, nas regiões Sul e Sudeste. Ver: BOM JESUS. **Quem somos**. Disponível em: <https://bomjesus.br/sobre/quem-somos.vm>. Acesso em: 14 jun. 2021.

⁹¹ HOEPCKE DA SILVA, Annita. Entrevista citada.

⁹² Dona Annita manifestou, em entrevista, a sua predileção pelas humanidades, e áreas como a história, a filosofia e as letras. Segundo a entrevistada, com a fundação do Instituto Carl Hoepcke, instituição voltada ao trabalho com a história e a memória, “eu me encontrei mesmo” (frase expressa com um sorriso).

⁹³ Segundo Dona Annita, a sucessão foi realizada com base em uma consultoria especializada. Sobre a questão da sucessão em empresas familiares, enfocando o recorte do gênero, ver o trabalho de Piscitelli (1999).

⁹⁴ Quanto aos filhos de Silvia Hoepcke da Silva, ambos atuam na Fábrica de Rendas e Bordados Hoepcke, administrada pela mãe.

⁹⁵ HOEPCKE ADMINISTRAÇÃO E INCORPORAÇÃO. **Sobre nós**. Disponível em: <http://www.hoepckemoveis.com.br/sobre-nos/>. Acesso em: 7 maio 2021.

Hercílio Luz), no centro de Florianópolis. Trata-se de um empreendimento de alto padrão, com quatro torres e 93 espaços comerciais, exclusivos para locação.

O Centro Executivo Carl Hoepcke integra o Complexo Rita Maria, em que estão localizados os antigos armazéns da Empresa Nacional de Navegação Hoepcke, seis galpões do fim do século XIX que foram preservados e restaurados pela família com o objetivo de serem transformados em um centro de gastronomia, cultura e lazer, cuja abertura está prevista para o final de 2021⁹⁶. Além de ser batizado com o nome do patriarca da família, o Centro Executivo possui em sua entrada um mural de exposição com fotografias e linha do tempo dedicada à memória de Carl Hoepcke⁹⁷. Desse modo, constata-se que as iniciativas econômicas do grupo familiar promovem a memória do patrono, da família e da imigração alemã em Santa Catarina, mobilizando-a como um recurso considerado importante e valioso aos empreendimentos.

Annita Hoepcke da Silva faleceu na cidade de Florianópolis, em 22 de março de 2021, no decorrer do desenvolvimento deste estudo, e duas semanas após ter concedido entrevista a este pesquisador. Essa foi a última entrevista concedida por Dona Annita.

2.5 O INSTITUTO CARL HOEPCKE

O Instituto Carl Hoepcke foi fundado em 7 de junho de 2004, por iniciativa das bisnetas de Carl Hoepcke, Annita e Silvia Hoepcke da Silva. De acordo com informações constantes no folder institucional da entidade, o objetivo do ICH é: “[...] promover a cultura em geral, bem como a preservação do patrimônio histórico material e imaterial que envolve a memória de seu patrono, Carl Franz Albert Hoepcke – o estruturador do desenvolvimento catarinense e, por consequência [*sic*] a imigração alemã, cenário em que esta história se desenvolveu”⁹⁸. No excerto, pode-se antever dois elementos estruturantes da narrativa promovida pela instituição: em primeiro lugar, o postulado de que Carl Hoepcke foi o “estruturador do desenvolvimento catarinense” – expressão que, como vimos, dá título à biografia sobre Carl Hoepcke publicada pelo superintendente do ICH (MÜLLER, 2007); e, em segundo lugar, a associação peremptória

⁹⁶ Informações extraídas de: ALICE, Maria. Centro de Floripa recebe novo ponto de encontro de cultura, lazer, gastronomia e história. **ND Mais**, Florianópolis, 2 jul. 2021. Disponível em: <https://ndmais.com.br/gastronomia/centro-de-floripa-recebe-novo-ponto-de-encontro-de-cultura-lazer-gastronomia-e-historia/>. Acesso em: 2 jul. 2021.

⁹⁷ Em entrevista, Dona Annita mencionou o projeto de expor, nesse empreendimento, o leme do Navio Carl Hoepcke, resgatado pelo Instituto Carl Hoepcke em um ferro velho na cidade de Santos. Segundo Dona Annita, algumas peças do maquinário das indústrias Hoepcke também serão expostas no espaço. Ao falar do espaço, Dona Annita mencionou o objetivo do empreendimento – encarado como um imperativo – de fazer o moderno conviver com o antigo.

⁹⁸ INSTITUTO CARL HOEPCKE. Folder citado.

entre a trajetória e as realizações do patrono da entidade e a sua origem étnica, o que opera, por extensão, uma associação entre a imigração alemã e o desenvolvimento econômico do estado catarinense⁹⁹.

O ICH está sediado no Centro Cultural Ruth Hoepcke da Silva, localizado na Avenida Trompowsky, em área nobre do centro de Florianópolis. A edificação que abriga a instituição foi inaugurada em 1937, como residência do casal Aderbal Ramos da Silva e Ruth Hoepcke da Silva¹⁰⁰. Dona Ruth residiu no espaço até o seu falecimento, em 2007. A partir dessa data, o ICH passa a ser transferido para a antiga residência. Em 2013, foi inaugurado ainda, no subsolo da edificação de três andares, o Centro de Documentação e Memória do ICH¹⁰¹.

Imagem 2 – Fotografia da fachada do Centro Cultural Ruth Hoepcke da Silva, sede do Instituto Carl Hoepcke.



Fonte: Elaborada pelo autor, 2021.

A diretoria do ICH contava com a presidência de Annita Hoepcke da Silva. A vice-presidência era ocupada por Silvia Hoepcke da Silva e Luiz Henrique Tancredo¹⁰², ao passo

⁹⁹ Voltarei a esse ponto em detalhes adiante.

¹⁰⁰ Tratarei detalhadamente desse espaço nas seções subsequentes.

¹⁰¹ PEREIRA, Moacir. Instituto Carl Hoepcke inaugura hoje Centro de Memória Alemã. **Diário Catarinense**, Florianópolis, 7 jun. 2013. Disponível em: <http://wp.clicrbs.com.br/moacirpereira/2013/06/07/instituto-carl-hoepcke-inaugura-hoje-centro-de-memoria-alema/?topo=67,2,18,,67>. Acesso em: 15 maio 2021.

¹⁰² Luiz Henrique Tancredo, amigo da família, é jornalista, autor de uma biografia sobre Aderbal Ramos da Silva, intitulada *Doutor Deba: Poder e Generosidade* (TANCREDO, 1998).

que a superintendência da entidade é exercida por Max José Müller¹⁰³. Na primeira presidência da instituição, mais recentemente, Silvia Hoepcke da Silva foi substituída por Guilherme da Silva Grillo¹⁰⁴, filho de Annita Hoepcke com envolvimento mais direto com o ICH. Em termos de quadro de funcionários, atuam de modo direto no ICH, além do superintendente, uma bibliotecária, uma assistente administrativa e um(a) funcionário(a) encarregado(a) dos serviços gerais. Os recursos econômicos para o desenvolvimento das ações da entidade, bem como para a manutenção da instituição e da sua sede, se originam do próprio grupo familiar.

O acervo abrigado no Instituto Carl Hoepcke é constituído, basicamente, por três grandes conjuntos de objetos, documentos e fotografias, inseridos nos campos da museologia, da arquivologia e da biblioteconomia: o acervo das empresas Hoepcke, da família Hoepcke e de Aderbal Ramos da Silva. Conforme relatou-me Annita Hoepcke da Silva em entrevista, a descoberta dos arquivos das empresas Hoepcke, quando assumiu a direção do grupo junto de sua irmã, em fins da década de 1980 – acervo utilizado, posteriormente, como fonte de pesquisa para a elaboração da biografia de Carl Hoepcke, assinada por Reis, Oliveira & Klug (1999) – serviu de impulso inicial para a idealização de um espaço de memória que pudesse abrigá-los. Como afirmou Dona Annita, “os alemães guardavam tudo”¹⁰⁵; assim, as bisnetas de Carl Hoepcke decidiram dar continuidade ao ímpeto preservacionista da família e do grupo étnico, criando uma instituição que pudesse conservar tais documentos históricos.

¹⁰³ De acordo com informações fornecidas em entrevista, Max José Müller nasceu em Florianópolis, em 3 de agosto de 1958. Seu bisavô era imigrante alemão, atuando – assim como o avô e o pai – com o comércio e a indústria, no ramo madeireiro. Realizou formação superior em filosofia (concluída em 1981) e, posteriormente, especialização em administração e gerenciamento de arquivos, ambas pela Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). Sua trajetória profissional envolve postos na Fundação Catarinense de Cultura (Técnico em Assuntos Culturais, tendo atuado como diretor da Casa dos Açores – Museu Etnográfico) e na Assembleia Legislativa do Estado de Santa Catarina (ALESC) (assessor da gerência cultural da presidência da casa). Na seção “sobre o autor” disponibilizada em Müller (2007, p. 103), é referido como “museólogo provisionado”, tendo sido coordenador do Sistema Estadual de Museus, além de ter implantado projetos museográficos em distintas instituições museológicas catarinenses: Museu Histórico de Santa Catarina – Palácio Cruz e Sousa, Museu Histórico Antonio Granemann de Souza, Museu Entomológico Fritz Plaumann, Museu Histórico Dr. Felipe Maria Wolff, Museu Histórico de Urussanga, dentre outros. Foi diretor do Centro Integrado de Cultura entre 1991 e 1994 e é membro do Instituto Histórico e Geográfico de Santa Catarina (IHGSC).

¹⁰⁴ Guilherme da Silva Grillo, nascido em 5 de junho de 1963, é filho de Annita Hoepcke da Silva e Francisco Grillo. Economista e empresário, atuou no grupo Hoepcke, tendo dirigido algumas de suas empresas. Ademais, ocupou cargos políticos – ou na intersecção entre sistema financeiro e política –, como postos diretivos no BESC (Banco do Estado de Santa Catarina) e presidência da Companhia de Desenvolvimento de Santa Catarina (CODESC) (entre 1999-2000), além de ter sido vereador em Florianópolis (2005-2008) pelo Partido Progressista (PP). Um breve esboço biográfico pode ser consultado em Schmitt (2007, p. 122-3).

¹⁰⁵ HOEPCKE DA SILVA, Annita. Entrevista citada.

Os documentos que compõem os três grandes conjuntos abrigados pelo ICH estão localizados no subsolo da sede da entidade, catalogados e armazenados em pastas acondicionadas em armários-arquivo, de modo profissionalizado e com climatização. Também no subsolo encontra-se a biblioteca da instituição, com cerca de cinco mil itens, obras em português e em alemão, com ênfase na temática da imigração alemã para o Sul do Brasil. A biblioteca é composta pelo acervo de livros de membros da família, além de livros antigos doados à instituição e de publicações mais recentes.

Ao passo que o subsolo do ICH – que, à época em que o casal Aderbal e Ruth Hoepcke da Silva ocupou a casa, consistia em uma área de serviço – foi transformado e convertido em um centro de memória¹⁰⁶, com biblioteca e arquivo para pesquisa, os dois andares superiores foram mantidos em sua estrutura e disposição originais – em termos arquitetônicos e de mobiliário –, no formato de uma casa-museu. No que tange aos objetos, a maior parte deles está exposta no primeiro e no segundo pisos da sede da entidade, de acordo com a disposição e o arranjo original dos moradores da casa, isto é, Ruth Hoepcke e Aderbal Ramos da Silva.

O público atendido pelo Centro de Documentação e Memória é composto basicamente por pesquisadores e acadêmicos. No que tange à casa-museu, esta recebe a visita de pequenos grupos, mediante agendamento. O Centro Cultural Ruth Hoepcke da Silva é utilizado para a realização de pequenos eventos, como lançamento de livros, exibição de filmes e demais eventos culturais (como o Sarau Natalino do ICH). Ademais, a entidade serve como um espaço de recepção e de reunião com parceiros de projetos culturais da entidade, tendo recebido também a visita de autoridades políticas (prefeitos e parlamentares, tanto do Brasil como da Alemanha), além de visitas regulares de cônsules e embaixadores do governo alemão.

Desse modo, o Instituto Carl Hoepcke pode ser compreendido como um meio e uma modalidade de atuação e de agenciamento na esfera pública por parte das suas fundadoras, servindo à criação e à manutenção de redes de relações sociais – a partir da organização de eventos e da recepção social realizada em atividades promovidas na e/ou pela instituição –, à produção de reconhecimento e de prestígio social, além de disseminar uma representação pública elogiosa sobre o patrono e, por extensão, seus descendentes. Nesse sentido, o ICH cumpre, em certa medida, um papel político – se compreendermos o “político”, aqui, como uma modalidade de inserção e de atuação pública. Tal assertiva se comprova se considerarmos, por exemplo, que no evento de fundação do ICH, em 2004, realizado no auditório da Associação

¹⁰⁶ O projeto de reforma do espaço foi executado pelo arquiteto Paulo Boabaid.

Comercial e Industrial de Florianópolis (ACIF), pôde ser constatada a presença de destacados empresários catarinenses, além do ex-governador do estado, Ivo da Silveira¹⁰⁷.

Outra comprovação pode ser obtida por meio de uma consideração acerca dos simpósios de pesquisa organizados pelo ICH, um dos carros-chefes da entidade. O ICH promoveu bianualmente, entre 2005 e 2011¹⁰⁸, quatro edições do “Simpósio sobre Imigração e Cultura Alemãs na Grande Florianópolis”, com a posterior publicação de anais. Além de reunir alguns dos nomes mais conhecidos no que tange aos estudos da germanidade no Brasil – como Giralda Seyferth, Martin Dreher, Maria Luiza Renaux, dentre muitos outros –, tais eventos contavam com a participação de autoridades – como o Cônsul Geral da Alemanha, Dieter Fuchsenthaler, e o Secretário de Estado de Turismo, Cultura e Esporte, Cesar Souza Júnior, que participaram da quarta edição do simpósio (SIMPÓSIO SOBRE IMIGRAÇÃO E CULTURA ALEMÃS NA GRANDE FLORIANÓPOLIS, 2011) –, cuja presença é um profícuo indicador do prestígio e do capital de relações sociais da família Hoepcke.

Dentre as atividades e ações levadas a cabo pelo Instituto Carl Hoepcke, podemos mencionar: a oferta de cursos de língua alemã, atividade bastante característica das entidade ligadas à promoção da germanidade; a promoção de entrevistas com pesquisadores e pessoas ligadas ao ICH, utilizando um espaço na Rádio Guarujá de Florianópolis, de propriedade da família; e a atuação, conjuntamente a outras instituições, em prol de atividades relacionadas à celebração do bicentenário do naturalista alemão radicado em Santa Catarina, Fritz Müller.

É digno de nota, ainda, o projeto História Repatriada. Com o apoio da Lei Municipal de Incentivo à Cultura de Florianópolis, fruto de uma parceria entre o ICH e a Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), com o apoio da Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos) e do Consejo Superior de Investigaciones Científicas (CSIC) da Espanha, o projeto consistiu na digitalização de cerca de cinco mil documentos localizados no Arquivo Central do Governo da Espanha (em Alcalá de Henares), provenientes da Embaixada, do Consulado (em Porto Alegre) e dos Vice-Consulados (Florianópolis e São Francisco do Sul) da Espanha. Os cinco mil documentos, selecionados dentre um universo de 40 mil, dizem respeito à situação dos alemães no Sul do Brasil no período que compreende a II Guerra, entre 1942 e 1945. Além de uma exposição itinerante no formato de painéis, o projeto teve como objetivo a disponibilização dos documentos a pesquisadores por meio de uma plataforma acessível

¹⁰⁷ INSTITUTO CARL HOEPCKE. **ICH 17 anos**. 7 jun. 2021. Disponível em: <http://www.institutocarlhoepcke.com.br/ich-17-anos/>. Acesso em: 7 jun. 2021.

¹⁰⁸ Uma nova edição do Simpósio estava prevista para 2020, tendo sido cancelada em função da pandemia de COVID-19.

presencialmente no Instituto Carl Hoepcke, etapa que se encontra em fase de processamento e finalização¹⁰⁹.

Uma última iniciativa a ser mencionada refere-se ao Centro Cultural Casa de São Pedro, “braço”¹¹⁰ do Instituto Carl Hoepcke localizado no município de São Pedro de Alcântara, na Grande Florianópolis. São Pedro de Alcântara é considerado o berço da imigração alemã em Santa Catarina, onde foi estabelecida a primeira colônia de alemães no estado, em 1829. Em 2006, o ICH adquiriu uma edificação – que funcionou como armazém e residência da família Schweitzer –, iniciando os processos de restauração em 2012. Ainda que a edificação não tenha sido de propriedade de Carl Hoepcke, ela está ligada à história do empresário: foi nesse local, antigo armazém comercial, que Hoepcke teria encontrado a sua segunda esposa, Anna Haendchen. O Centro foi inaugurado em 2014, celebrando os dez anos de fundação do ICH. Após a inauguração, foi assinado um convênio com a Prefeitura Municipal, tornando-a responsável pela conservação e pelo uso do local. No espaço, idealizado como centro cultural e que oferece cursos à comunidade, foi instalado um museu com uma exposição permanente sobre a história da imigração alemã, com expografia que apresenta objetos ligados aos hábitos e costumes dos colonizadores¹¹¹.

2.6 O TIMÃO DO PROGRESSO

Ao adentrar o Centro de Documentação e Memória do Instituto Carl Hoepcke, no subsolo do Centro Cultural Ruth Hoepcke da Silva, o primeiro objeto visualizado pelo visitante é um timão do Navio Carl Hoepcke, que constituía a principal embarcação da frota da Empresa Nacional de Navegação Hoepcke. O objeto está posicionado, de modo significativo, imediatamente na entrada do centro, à direita da porta de vidro que dá acesso à instituição. O timão é acompanhado, ainda, pela bússola do navio e por duas escotilhas, objetos resgatados de

¹⁰⁹ INSTITUTO CARL HOEPCKE. **História Repatriada revela documentos inéditos sobre alemães em Santa Catarina durante a 2.^a Guerra Mundial**. 6 ago. 2018. Disponível em: <http://www.institutocarlhoepcke.com.br/historia-repatriada/>. Acesso em: 14 jul. 2021.

¹¹⁰ HOEPCKE DA SILVA, Annita. Entrevista citada.

¹¹¹ Ver: INSTITUTO CARL HOEPCKE. **Centro Cultural Casa de São Pedro**. 9 maio 2016. Disponível em: <http://www.institutocarlhoepcke.com.br/centro-cultural-casa-de-sao-pedro/>. Acesso em: 7 jun. 2021; SÃO PEDRO de Alcântara resgata memória da imigração alemã em Santa Catarina. **Balanço Geral Florianópolis (ND Mais)**, Florianópolis, 20 jun. 2019. Disponível em: <https://ndmais.com.br/noticias/sao-pedro-de-alcantara-resgata-memoria-da-imigracao-alema-em-santa-catarina/>. Acesso em: 7 jun. 2021.

um colecionador de antiguidades de Santos, em São Paulo¹¹². Nas paredes ao fundo dos objetos, encontramos um banner do Navio Carl Hoepcke, conjuntamente a três painéis que trazem informações detalhadas sobre a ENNH e sua frota, servindo de contextualização aos objetos.

Imagem 3 – Fotografia do timão (ao centro), bússola (à esquerda) e escotilhas (à direita) do Navio Carl Hoepcke, objetos em exposição no Instituto Carl Hoepcke.



Fonte: Elaborada pelo autor, 2021.

A preocupação esboçada por Svetlana Alpers (1991) no que tange à instalação de objetos no museu – que tem impacto na exposição e na experiência do observador/visitante – pode auxiliar-nos a refletir sobre o papel ocupado por determinado objeto no contexto narrativo museal, bem como oferecer indícios à sua compreensão e interpretação. Alguns dos elementos a serem considerados no que tange à instalação de um objeto, segundo Alpers (1991, p. 31), são: a sua posição em relação ao observador (se está no mesmo nível, acima ou abaixo do observador); a iluminação aplicada ao objeto; se o objeto pode ser tocado; a posição do objeto em relação às demais peças da exposição etc.

No que tange ao timão e demais objetos do Navio Carl Hoepcke, sua iluminação e posição destacada no espaço museal indicam a sua relevância para o conjunto expográfico, bem como para a narrativa promovida pela instituição. Além disso, o isolamento dos objetos por meio de uma barreira de proteção, que impede o toque e mesmo a aproximação do visitante,

¹¹² Segundo placa informativa posicionada junto aos objetos, trata-se de Gastone Righi Cuoghi, ex-deputado federal por São Paulo. Os objetos foram doados ao ICH em agosto de 2016. De acordo com Reis, Oliveira & Klug (1999, p. 160-3), o Navio Carl Hoepcke sofreu um incêndio em 1956. Foi reformado no Estaleiro Arataca e transformado em um cargueiro. Alguns anos mais tarde, foi vendido a um grupo de São Paulo e, por fim, desmontado.

sinaliza o valor patrimonial dos objetos expostos, que devem ser contemplados, mas não tocados. Nesse contexto, é importante lembrar que os objetos estão instalados no subsolo do ICH, no seu centro de memória, que consiste no espaço mais frequentemente acessado da instituição, seja por pesquisadores, alunos dos cursos de alemão, participantes de eventos ou visitantes em geral – fato que auxilia a explicar a existência de um cordão de proteção no local, o que não se verifica nos demais espaços expositivos.

O timão e os demais objetos do Navio Carl Hoepcke configuram-se como semióforos, na acepção clássica atribuída ao termo por Krzysztof Pomian (1984). Segundo a análise magistral do autor, os semióforos constituem a classe de objetos que operam uma mediação entre o visível e o invisível. Em outras palavras, os objetos expostos ao olhar e abrigados no espaço do museu, destituídos de utilidade prática, executam uma intermediação entre o espectador e o invisível, sendo depositários e veículos de significado. Na visão de Pomian (1984), o invisível constitui uma dimensão oculta, ausente, longínqua, intangível e simbólica que, a depender do objeto e da sociedade em que está inserido, pode remeter aos deuses, ao mundo dos mortos, à memória dos antepassados, à natureza, ao belo etc. Nas palavras do autor:

De um lado estão *as coisas, os objectos úteis*, tais como podem ser consumidos ou servir para obter bens de subsistência, ou transformar matérias brutas de modo a torná-las consumíveis, ou ainda proteger contra as variações do ambiente. Todos estes objectos são manipulados e todos exercem ou sofrem modificações físicas, visíveis: consomem-se. De um outro lado estão os *semióforos, objectos que não têm utilidade*, no sentido que acaba de ser precisado, mas que representam o invisível, *são dotados de um significado*; não sendo manipulados, mas expostos ao olhar, não sofrem usura (POMIAN, 1984, p. 71, grifos do autor).

Nesse sentido, cabe-nos o questionamento: a qual invisível o timão do Navio Carl Hoepcke faz referência? Em um sentido mais geral, os objetos constantes nas instituições de memória em análise nesta tese remetem, obviamente, à história e à cultura dos antepassados. De modo mais específico, o timão do navio inserido no espaço museal do Instituto Carl Hoepcke – e, portanto, retirado do circuito de atividades econômicas e destituído de seu valor de uso e sentido prático imediato –, remete-nos a um invisível que evoca imagens e representações acerca do progresso, da modernidade, da técnica, do desenvolvimento e do “trabalho alemão”, atreladas à figura de Carl Hoepcke.

Podemos ler o timão, a bússola e os demais objetos do Navio Carl Hoepcke e a posição destacada que ocupam no espaço museal interpretando-os como objetos que simbolizam e remetem a três funções de direção, operando em níveis distintos. Em primeiro lugar, no nível

mais superficial e objetivo, que remete ao contexto histórico subjacente ao objeto, sabemos que o timão dirigia uma das embarcações da frota Hoepcke; tais navios, por sua vez, eram um dos carros-chefes das iniciativas empresariais de Carl Hoepcke. Em segundo lugar, em termos da narrativa expográfica, remetendo ao contexto subjacente à própria instituição de memória, o timão e a bússola guiam e orientam a visitação, dirigindo a narrativa e a comunicação visada pela instituição a partir do estabelecimento de elementos visuais e expográficos elementares. Por fim, em um nível mais profundo e metafórico, que articula o contexto histórico do objeto e o contexto narrativo da instituição de memória, podemos afirmar que, a partir da instalação de um objeto que remete à técnica e aos negócios no espaço do museu, o timão e a bússola simbolizam o direcionamento rumo ao progresso, à modernidade e à civilização em Santa Catarina, processo que teria sido capitaneado e dirigido pelos empreendimentos econômico-comerciais da ENNH e pelo “tirocínio” e pelo “espírito empreendedor”¹¹³ de seu fundador, o imigrante alemão Carl Hoepcke.

Na narrativa do Instituto Carl Hoepcke, um objeto que remete a funções objetivas de direção e de comando – isto é, o timão de um navio –, opera como uma metáfora da posição social e das funções exercidas pelo personagem consagrado pela instituição de memória. Desse modo, a partir do timão do navio, objeto que faz alusão às atividades objetivamente levadas a cabo pela Empresa Nacional de Navegação Hoepcke, começa-se a contar a história de sucesso do imigrante alemão e de suas realizações significativas no e para o estado de Santa Catarina. Essa é, em última instância, a narrativa basilar veiculada pelo Instituto Carl Hoepcke, que expressa a estratégia de consagração social subjacente à instituição: a partir de objetos que remetem à técnica, aos negócios e ao “progresso”, conta-se uma história laudatória e elogiosa sobre o personagem fundador de empreendimentos econômicos precursores em Santa Catarina, produzindo uma representação pública e legitimada sobre a importância histórica do agente – isto é, sobre o seu legado histórico – e, por extensão, sobre a relevância e a deferência devidas a Carl Hoepcke e ao grupo familiar como um todo, inclusive seus herdeiros.

Em excelente trabalho em que analisa a Coleção Miguel Calmon no Museu Histórico Nacional do Rio de Janeiro, Regina Abreu (1996) oferece elementos profícuos que nos servem à reflexão acerca das estratégias de consagração e de memorialização levadas a cabo pela família Hoepcke. Miguel Calmon du Pin e Almeida (1879-1935), de origem aristocrática e engenheiro de formação, ocupou importantes cargos políticos, como deputado federal, senador

¹¹³ Termos empregados no folder institucional do ICH. Ver: INSTITUTO CARL HOECPKE. Folder citado.

e Ministro da Viação e Obras Públicas e Ministro da Agricultura, Indústria e Comércio. A coleção foi doada ao Museu Histórico Nacional pela viúva, Alice Calmon, servindo à construção de uma representação pública laudatória do seu titular, imortalizando – por meio das suas obras e realizações – um homem público característico do início da República.

O ideário das elites da época – isto é, das primeiras décadas do século XX – era marcado pela influência de valores iluministas, positivas e europeus. Aos homens públicos do período, era necessário o domínio de uma competência técnico-científica para a execução dos projetos de modernização e de urbanização do país – ou seja, para que se pudesse levar a cabo a “civilização” e o “progresso” da nação.

Dentre os objetos da coleção analisada por Abreu (1996), destacam-se as fotografias de obras públicas de infraestrutura e de reforma urbana executadas por Calmon, à época em que ocupava postos políticos. De modo especial, adquirem proeminência as fotografias de trens, bastante recorrentes na coleção. Segundo a autora: “Os trens significavam o poder do maquinismo, o domínio do homem sobre as forças da natureza. Sinalizavam, também, a integração das populações dispersas no território nacional” (ABREU, 1996, p. 103). Nesse sentido, o trem ocupa, na Coleção Miguel Calmon, posição homóloga àquela ocupada pelo timão do navio no Instituto Carl Hoepcke. Tais objetos evocam e tematizam o progresso e a civilização, baseados no poder da técnica e seu papel para o desenvolvimento socioeconômico do país. Desse modo, tanto o trem como o navio – e os fluxos, movimentos e trocas que implicam – constituem-se como signos visuais do ideário de progresso¹¹⁴.

As fotografias das obras executadas por Calmon adquirem papel relevante naquela coleção, uma vez que, como argumenta Abreu (1996), a eternização e a glorificação de Miguel Calmon se dão precisamente por meio de suas obras e realizações públicas. Assim, a introdução da coleção no Museu Histórico Nacional implicava um esforço de consagração de um personagem que representa um tipo específico de “homem público” que, segundo o ideário da época, seria aquele que constrói o Estado-nação a partir da execução de grandes obras e da introdução da modernidade.

Carl Hoepcke, assim como os demais personagens imortalizados pelas instituições de memória em análise nesta tese, constitui-se essencialmente em um “homem privado” – isto é, em um empresário –, em oposição ao “homem público” – ou seja, o político e homem de Estado,

¹¹⁴ Nesse contexto, é válido destacarmos ainda que uma fotografia do Navio Hoepcke ilustra também a capa da biografia sobre Carl Hoepcke escrita por Reis, Oliveira & Klug (1999), sob o patrocínio da família, operando como um símbolo da introdução do progresso e do desenvolvimento em terras catarinenses.

que dirige os interesses da nação. Nesse contexto, é válido lembrarmos uma vez mais que Carl Hoepcke nunca ocupou cargos políticos. Ademais, devemos ter em mente que a própria instituição de memória dedicada a Carl Hoepcke é uma instituição privada, diferentemente das instituições museais públicas – como o Museu Histórico Nacional –, que usualmente são depositárias das coleções e dos arquivos de agentes políticos.

Não obstante, é extremamente sugestiva a similaridade entre a narrativa promovida pelo Instituto Carl Hoepcke e os esforços de “imortalização por meio das obras” (ABREU, 1996, p. 99), característicos da construção do legado de políticos. Ao analisar a narrativa subjacente à Coleção Miguel Calmon, Abreu (1999) aponta o trabalho de construção da imagem do homem público como aquele que “[...] instaura as condições necessárias para o progresso da nação moderna” (ABREU, 1999, p. 154). Tal citação poderia, inadvertidamente, ser atribuída ao conjunto de discursos produzidos pela família Hoepcke, seja a partir do ICH ou das biografias elaboradas sobre o seu patrono. Na narrativa associada a Carl Hoepcke, o empresário teria sido o responsável, por meio da sua ação econômica e iniciativa privada, pelo estabelecimento de condições para o comércio e a indústria catarinenses, promovendo o desenvolvimento e o progresso do estado. Sua grande obra pública – isto é, o seu legado – consistiria, assim, na introdução, via navegação e comércio, de equipamentos, maquinário e tecnologia que representavam o advento do progresso em Santa Catarina, realizações social e economicamente relevantes para o estado.

Ainda que empresários desenvolvam atividades econômicas – e, portanto, privadas, cujo *leitmotiv* está voltado à produção do lucro e da riqueza, para usufruto individual e familiar –, seu trabalho contribuiria para o desenvolvimento do país por meio da oferta de serviços, do estabelecimento de infraestrutura, da criação de empregos e da promoção do bem-estar geral. Na biografia sobre Carl Hoepcke, esse argumento é desenvolvido pelos autores do seguinte modo: “Carl Hoepcke fez fortuna. Mas fez fortuna fazendo também a fortuna de outros. Fez fortuna desenvolvendo a Capital. Fez fortuna modernizando o Estado. Fez fortuna gerando empregos. Fez fortuna arriscando seus próprios bens, ganhos com muito sacrifício. Fez fortuna ajudando muitas pessoas. E, sobretudo, fez fortuna com muito trabalho” (REIS, OLIVEIRA & KLUG, 1999, p. 21).

Dessa forma, pode-se afirmar que, nos discursos memorialísticos sobre personagens das elites empresariais, o privado é, de certo modo, alçado ao público; isto é, constata-se a construção do legado de empresários como homens públicos, numa formulação que os aproxima das ações e das realizações do político. Nas palavras dos biógrafos de Carl Hoepcke: “Se a política é a arte e a ciência da organização dos seres humanos em comunidades, pode-se

dizer, sem medo de errar, que falamos de um grande político, embora não tenha ele exercido qualquer cargo na estrutura oficial da administração pública” (REIS, OLIVEIRA, KLUG, 1999, p. 20). Assim, constatamos uma formulação em que a imagem do empresário é associada à figura e às características do homem público, enquanto agente promotor do desenvolvimento e do progresso da nação¹¹⁵. São precisamente as obras e as realizações de um empresário os elementos que justificariam a sua imortalização e consagração.

De acordo com Abreu (1996, p. 180 *et seq.*), no Museu Histórico Nacional, instituição preocupada com a conformação da nacionalidade brasileira, verificava-se a influência de dois modelos de história, a “clássica” e a “moderna”. Ao passo que a concepção moderna de história, de orientação científica, envolvia uma preocupação com a periodização e um anseio de compreensão global da realidade histórica – modernidade que se expressava também a partir da valorização do progresso presente na narrativa do museu –, a concepção clássica de história compreendia o culto nostálgico a épocas passadas e o uso da história para a afirmação de valores. Para essa afirmação ética e valorativa, eram produzidas biografias exemplares, em que a história, “mestra da vida”, fornecia modelos para a conduta e para a construção da nação. Tal combinação entre uma história moderna e uma história clássica tem expressão também no Instituto Carl Hoepcke e nos discursos memorialísticos produzidos pelo grupo familiar, uma vez que tais discursos executam a construção de uma biografia exemplar de Carl Hoepcke, aproximando o imigrante da figura de um herói civilizador. Tal assertiva tem comprovação, por exemplo, a partir da entrevista com Annita Hoepcke da Silva, em que descreve seu bisavô como um “belo exemplo” e um “homem a ser imitado”¹¹⁶.

Em tal contexto, mostra-se proveitoso problematizarmos o discurso do progresso veiculado pelo Instituto Carl Hoepcke, considerando as distintas temporalidades implicadas. Se parece ser de comum acordo dentre os estudiosos da memória que, em face do dinamismo da modernidade e da crise da ordem do tempo, verificamos um regime de historicidade marcado pelo investimento disseminado em memória e em patrimônio e, portanto, um investimento no “passado” – o que faz com que, como argumenta François Hartog (2006, p. 268), “o mais autenticamente moderno” seja o passado histórico –, no caso do Instituto Carl Hoepcke constata-se a produção de uma narrativa histórica e memorialista que enfatiza o progresso – e, por consequência, o “futuro”. Em nível discursivo, a fundadora do ICH menciona o ímpeto em

¹¹⁵ Para que os homens privados se tornem homens públicos, é necessário que a sua “vida privada” – isto é, as suas realizações empresariais, sua personalidade e vida familiar – tornem-se publicamente conhecidas. As biografias e as instituições de memória dedicadas a empresários executam precisamente esse papel.

¹¹⁶ HOEPCKE DA SILVA, Annita. Entrevista citada.

fazer o antigo conviver com o moderno¹¹⁷ – compreendido no sentido de progresso material –, objetivo que estrutura as estratégias de memorialização desenvolvidas pelo grupo familiar.

Como sugere Andreas Huyssen (2000), o retorno ao passado característico de nossa época contrasta com o privilégio dado ao futuro nas primeiras décadas do século XX. A narrativa veiculada pelo ICH adquire interesse na medida em que constitui um discurso produzido no presente, sob a égide de tendências e de processos modernos característicos da sua época, promovendo, em contraste, uma história e um passado orientados ao futuro. Em outras palavras, não deixa de ser intrigante que o discurso que remete ao progresso, a um processo civilizador e ao desenvolvimento – característico do início do século XX, época em que as atividades do grupo Hoepcke atingiram o seu auge¹¹⁸ –, ao ser invocado no presente, constitua um “discurso de museu”. O paradoxo, me parece, reside no fato de um investimento em memória como o Instituto Carl Hoepcke, característico do regime de historicidade moderno que vivenciamos, evocar um passado orientado ao futuro que, no futuro que se tornou presente, apresenta um relativo deslocamento do seu regime de historicidade, se consideramos a falência do ideário modernista do progresso – um dos elementos que, segundo os estudiosos da memória, constitui o sistema de valores da temporalidade atual.

Assim, se temos, de um lado, uma sintonia entre o investimento em memória e patrimônio por parte do Instituto Carl Hoepcke e o regime de historicidade em que tal investimento ocorre e, de outro lado, uma adequação e uma similaridade do discurso memorialístico do ICH com os valores e discursos do contexto narrativo de referência do museu – isto é, o contexto histórico em que as atividades de Carl Hoepcke se desenvolveram –, esse último alinhamento aponta para uma relativa dessintonia do discurso veiculado pelo museu – orientado ao progresso e ao futuro – e o regime de historicidade presente – orientado ao passado. Em outras palavras, para empregarmos os termos de Huyssen (2000), no caso do ICH não verificamos apenas uma narrativa que torna o “passado presente”, mas que transfigura um “futuro passado” em presente.

Por fim, podemos argumentar que o Instituto Carl Hoepcke se insere e é produto do conjunto de transformações ocorridas no campo museológico brasileiro a partir da década de 1970. Como argumenta José Reginaldo Gonçalves (2007d), a partir desse período, sob o

¹¹⁷ HOEPCKE DA SILVA, Annita. Entrevista citada.

¹¹⁸ A atuação empresarial de Carl Hoepcke, desenvolvida entre fins do século XIX e as primeiras décadas do século XX, situa-se precisamente no período auge do ideário do progresso e da modernização, em que ocorreram as grandes reformas urbanas e obras de infraestrutura no país, bem como as feiras de exposição (nacionais e internacionais) de produtos e de equipamentos tecnológicos. Sobre tais questões, consultar também o trabalho de Abreu (1996).

impacto da chamada “nova museologia” e com a crescente profissionalização do campo, o museu deixa de ser compreendido como o espaço de representação da totalidade nacional, isto é, como a instituição responsável pela produção de narrativas formadoras da nação, que tomam por base a história e os objetos das elites. Em contraposição a esse modelo de museu – cujo paradigma é precisamente o Museu Histórico Nacional do Rio de Janeiro – proliferam concepções e espaços museológicos que produzem representações mais fragmentárias e particulares, representando uma multiplicidade de identidades sociais e culturais de grupos singulares e específicos.

Ainda que o Instituto Carl Hoepcke certamente constitua uma representação singular e fragmentada – afinal, representa e promove a memória de um grupo familiar e de um grupo étnico –, sendo uma instituição de memória recente que integra o movimento contemporâneo de valorização de identidades particulares e localizadas, deve-se pontuar, não obstante, que o modo de construção dessa representação opera, paradoxalmente, segundo a concepção “clássica” da história – ou seja, da história como repositório de biografias exemplares, com caráter edificante –, tendo por finalidade a promoção da memória de um “grande personagem” da nação, isto é, produzindo uma narrativa consagrada acerca de um dos integrantes mais representativos da elite teuto-brasileira no contexto de Santa Catarina.

2.7 “O MUNDO QUE O ALEMÃO CRIOU”: TRABALHO ALEMÃO E A CONSTRUÇÃO DO LEGADO

O discurso sobre o progresso e a modernidade, que atribui um efeito e uma ação civilizatória à imigração alemã, relaciona-se diretamente às concepções sobre o chamado “trabalho alemão”, que está na base das formulações étnicas da teuto-brasilidade. Se podemos constatar um ímpeto de imortalização de Carl Hoepcke por meio de suas obras e realizações, tal narrativa opera, simultaneamente, uma eternização e glorificação do personagem por meio do trabalho, peça chave na narrativa consagrada acerca desse imigrante alemão.

O mundo que o português criou é o título de uma célebre coletânea de conferências de Gilberto Freyre, grande ideólogo da miscigenação racial e da base lusitana da identidade nacional brasileira, ministradas na Europa e publicadas em livro pela José Olympio (FREYRE, 1940). A obra tece comentários sobre a assimilação dos alemães – processo em curso e desejável, na perspectiva do autor –, tomando por base uma visita realizada por Freyre a núcleos coloniais alemães no Sul do Brasil. Ao parafrasear a expressão de Freyre – tematizando, em contraste, o mundo que o *alemão* criou –, tenho por objetivo tecer algumas considerações acerca

das concepções étnicas internas ao grupo teuto-brasileiro, que tematizam a contribuição alemã à construção do Brasil e à formação da sua nacionalidade, contribuição que estaria ancorada, precisamente, no trabalho alemão.

De acordo com Giralda Seyferth (1982, 1999), o discurso sobre o “trabalho alemão” é um importante marcador étnico do grupo teuto-brasileiro. A suposição de uma maior capacidade de trabalho, isto é, a crença na excelência do próprio grupo e na superioridade do trabalho alemão – em contraposição, especialmente, aos luso-brasileiros habitantes do litoral –, configura-se como um dos principais componentes da teuto-brasilidade (*Deutschbrasilianertum*).

Segundo Seyferth (1982), a ideologia do *Deutschbrasilianertum* foi concebida entre fins do século XIX e as primeiras décadas do século XX, sendo promovida a partir da imprensa teuto-brasileira e das instituições comunitárias do grupo étnico. Em tal sistema de ideias, constata-se uma distinção fundamental entre os termos alemães *Vaterland* (pátria, no sentido de lugar de nascimento) e *Heimat* (pátria construída, no sentido de lar, onde o indivíduo possui a sua casa). Na visão da autora, a concepção de pátria implicada na noção de *Heimat* possibilitou que o trabalho alemão se tornasse o elemento fundador da identidade teuto-brasileira. Por meio do trabalho alemão, responsável pela introdução do progresso e pelo desenvolvimento socioeconômico no Sul do Brasil, os imigrantes alemães e seus descendentes teriam construído uma *Heimat* no país, tornando-se cidadãos brasileiros.

Seyferth (1982) argumenta que a identidade teuto-brasileira supõe uma origem e uma nacionalidade alemãs (em sentido cultural), conjuntamente à cidadania brasileira (no sentido político). Segundo a autora, tal concepção étnica pressupõe, de um lado, que a etnicidade alemã é herdada e, de outro, que o povo alemão independe da ligação ou de uma unidade territorial para formar uma nação. No sistema de ideias da teuto-brasilidade, a nacionalidade é definida por laços de sangue; o Brasil, considerado um Estado sem nação, teria recebido dos alemães uma contribuição relevante, justamente pelo trabalho alemão e pelo pioneirismo dos imigrantes.

Desse modo, nas concepções da teuto-brasilidade, é precisamente a partir da construção de uma *Heimat* no Brasil, pelo trabalho alemão, que o grupo etnicamente alemão assume a cidadania brasileira. Essa capacidade de trabalho consiste em uma característica étnica e, portanto, herdada. Nesse sentido, compreende-se a defesa da não assimilação do grupo étnico, uma vez que representaria o declínio da superioridade do trabalho alemão. Ademais, se a capacidade de trabalho é uma herança étnica, depreende-se, por extensão, que o êxito econômico dos alemães decorreria igualmente da sua condição étnica (SEYFERTH, 1982).

Nas palavras de Seyferth:

A palavra *Deutschtum* tem dois sentidos que convergem para compor a etnicidade teuto-brasileira: expressa o sentimento de superioridade do “trabalho alemão” – e, neste caso, remete ao progresso trazido pelos pioneiros à “selva” brasileira – e define o pertencimento à etnia alemã, estabelecendo seus critérios – língua, raça, usos, costumes, instituições, cultura alemães. [...] A definição da categoria teuto-brasileiro (*Deutschbrasilianer*) combina *jus sanguinis* e *jus soli*: origem alemã e cidadania brasileira, pertencimento à nação alemã e ao Estado brasileiro visualizado como multirracial ou multiétnico (SEYFERTH, 1999, p. 74).

Dessa forma, segundo a autora, o termo *Deutschtum* (“germanidade”) representa, de um lado, a comunidade étnica e suas características (língua, costumes, cultura etc.); de outro, a palavra remete ao pioneirismo e ao progresso introduzido pelos imigrantes alemães, a partir do trabalho alemão, que culminaram com o estabelecimento de uma pátria construída no Sul do Brasil. É válido destacar, ainda, que tal concepção de identidade – que articula etnicidade alemã e cidadania brasileira – não impossibilita a integração econômica e política à sociedade nacional – isto é, à sociedade brasileira –, mas defende a manutenção da cultura e da condição alemãs (SEYFERTH, 1999).

Assim, alterando mais uma vez a fórmula de Gilberto Freyre, podemos afirmar que, segundo a autoimagem identitária teuto-brasileira, o “mundo que o alemão criou” é aquele construído por meio do trabalho alemão. Por meio do trabalho, apanágio da etnicidade alemã, os imigrantes e seus descendentes criaram uma pátria marcada pelo desenvolvimento e pelo progresso. Essa contribuição alemã ao Brasil representou, ao mesmo tempo, a construção de uma nova *Heimat*, em que indivíduos cultural e etnicamente alemães tornaram-se cidadãos brasileiros exemplares.

No que tange às narrativas associadas à figura de Carl Hoepcke, se são recorrentemente constatadas as referências à sua origem étnica alemã, verificamos, igualmente, uma ênfase no fato de Hoepcke ser também um cidadão brasileiro¹¹⁹. Informam-nos Reis, Oliveira & Klug (1999, p. 284) que, em 9 de abril de 1920, Carl Hoepcke tornou-se oficialmente um cidadão brasileiro a partir de uma carta de naturalização concedida pelo Ministério de Estado da Justiça e Negócios Interiores. Dessa forma, Carl Hoepcke é definido pelas narrativas produzidas por seus descendentes como um teuto-brasileiro, reproduzindo as concepções identitárias desenvolvidas nos marcos da *Deutschbrasilianertum*.

¹¹⁹ Tal fato é sublinhado na entrevista com Annita Hoepcke da Silva, além de ser destacado no folder institucional de divulgação do Instituto Carl Hoepcke, que define o patrono como um imigrante alemão e um “cidadão brasileiro”.

Mostra-se extremamente pertinente considerarmos o modo que o próprio patrono, Carl Hoepcke, constrói e define a sua origem étnica e a sua autoimagem identitária. Em um dos raros textos produzidos por Carl Hoepcke a que temos acesso¹²⁰, o seu discurso na ocasião da inauguração do Clube Germânia em Florianópolis, proferido em 1900, o empresário afirmou:

São de estirpe alemã os membros da Germânia! A a [sic] luta pela sobrevivência nos separou da terra pátria e nos jogou em um país estranho. E nós criamos raízes firmes neste novo país. O que o homem almejou e concretizou em lutas de muitos anos, isto para ele significa mais do que bens materiais, pois com isto ele se solidifica.

Lá, onde ele por força própria formou sua casa, lá é a sua pátria – tanto faz se sob o ramalhar dos carvalhos, ou se são as palmeiras que farfalham sobre o seu telhado! A maioria de nós tornou-se cidadão de nosso país, assim como nossos filhos o são, cidadãos do país que nos recebeu com hospitalidade; e daqui em diante, os teuto e os luso-brasileiros devem conviver e trabalhar em amizade e harmonia, para a grandeza e a honra do país, cujos cidadãos em comum somos.

Porém, assim como a mulher, que parte para a vida na casa que o homem de sua escolha lhe preparou, vê nela, daí em diante, a sua pátria; mas não se esquece a casa paterna, mas sim dela se lembra com orgulho, e leva junto o bom que lá lhe foi dado; que lá lhe foi ensinado, para o novo círculo de atividades, e lá o aplica; assim também nós não devemos jogar longe o que é símbolo de estirpe alemã! (grifos meus)¹²¹.

No excerto do discurso de Carl Hoepcke, podemos identificar claramente a concepção do trabalho como base da etnicidade alemã, operando como elemento de transição e de ligação entre a pátria natal – a Alemanha, referida no discurso a partir da metáfora dos “carvalhos” – e a pátria construída – o Brasil, aludido a partir da menção às “palmeiras”. É a partir da “força própria”, isto é, do trabalho, que um indivíduo estabelece as suas raízes no novo país. Ao falar da nova pátria, Carl Hoepcke emprega precisamente o termo “casa”, isto é, afirma que a pátria de um indivíduo é o lugar em que constrói o seu lar. No discurso, constatamos ainda a completa assunção e afirmação da cidadania brasileira, combinada à necessidade da manutenção da cultura alemã de origem. Em suma, verificamos uma formulação exemplar acerca do que constituiria a etnicidade teuto-brasileira.

¹²⁰ O discurso integrava o acervo particular de Vera Molenda, bisneta de Carl Hoepcke e prima de Annita Hoepcke da Silva.

¹²¹ HOEPCKE, Carl. Discurso festivo por ocasião da inauguração da Casa da Germânia (Proferido por Carl Hoepcke, em 15 de setembro de 1900). Disponível em: REIS, Sara Regina Poyares dos; OLIVEIRA, Sandra Regina Ramalho e; KLUG, João. **Carl Hoepcke: a marca de um pioneiro.** Florianópolis: Insular, 1999. p. 377-382 (Anexo VI). Documento em alemão, traduzido para o português por Vera Molenda. O trecho citado encontra-se às páginas 380-1.

Se João Klug, ao analisar o discurso de Carl Hoepcke, está correto ao afirmar que o projeto “de ser bom cidadão brasileiro de cultura alemã” (KLUG, 1996, p. 58) representava a mentalidade da maioria dos alemães e teuto-brasileiros da época – isto é, do início do século XX –, é válido acrescentarmos que tal concepção de etnicidade mostrar-se-á muito influente ao longo das décadas subsequentes, tendo expressão até mesmo nos dias atuais. Annita Hoepcke da Silva, mais de um século após o discurso de Carl Hoepcke, expressou uma concepção de etnicidade bastante similar, referindo-se ao bisavô nos seguintes termos: “[...] ele fincou aqui o seu trabalho, fincou as raízes, se naturalizou brasileiro”. Ademais, ao contar a história de seu bisavô, Dona Annita tangencia a história da família, mencionando a transmissão de valores étnicos no contexto do grupo familiar, trabalho que procura reproduzir também a partir do Instituto Carl Hoepcke:

E você sabe porque eu conto com muito orgulho que nós estamos hoje na sexta geração. Isso pra mim é um motivo de grande orgulho, porque... *É todo um passado de trabalho, de disciplina, não é?* Então... *Eu acho muito importante que você transmita aos filhos aqueles valores que você recebeu.* E a gente faz isso aqui muito no Instituto, não é?! (grifos meus)¹²².

Com base na discussão apresentada até o momento, é possível avançarmos na compreensão das relações imputadas entre a ação econômica de Carl Hoepcke e a sua etnicidade e, por extensão, acerca das relações entre legado empresarial e legado étnico-migratório. O legado associado a Carl Hoepcke – isto é, as suas realizações individuais alçadas a um patamar de relevância pública e histórica – é precisamente o seu trabalho; a partir da sua iniciativa econômica privada, Carl Hoepcke teria estabelecido as condições do desenvolvimento do estado catarinense e do Sul do país, promovendo o progresso e o bem-estar geral.

A competência e a aptidão para o trabalho, segundo a autoimagem identitária teuto-brasileira, decorrem da condição étnica. Em outras palavras, as características imputadas a Carl Hoepcke por seus herdeiros – trabalho, modernidade, tirocínio, empreendedorismo etc. – são compreendidas enquanto apanágios étnicos. Assim, podemos afirmar que, nos discursos consagradores e laudatórios dedicados a Carl Hoepcke, o patrono representa uma expressão do “trabalho alemão” em ato. Por extensão, o legado de Carl Hoepcke constitui também o legado da imigração e da colonização alemã no Brasil, compreendido como o desenvolvimento – pelo trabalho – das regiões e estados em que ocorreu. Por intermédio do trabalho alemão, que

¹²² HOEPCKE DA SILVA, Annita. Entrevista citada.

introduz o progresso e a modernidade, os imigrantes alemães transformaram o Brasil em sua própria *Heimat*; isto é, por meio do trabalho, alemães étnicos se tornaram cidadão brasileiros.

Podemos empregar um silogismo para explicitar como a construção do legado de Carl Hoepcke representa, simultaneamente, a construção do legado da imigração e da colonização alemãs em Santa Catarina. Se Carl Hoepcke foi o “estruturador do desenvolvimento catarinense”, isto é, aquele que instituiu as bases para o progresso do estado; e se Carl Hoepcke era, antes de tudo, um teuto-brasileiro; temos, por extensão, que o legado de Carl Hoepcke é também o legado da imigração e da colonização alemãs no Brasil.

Em tal movimento discursivo, os herdeiros de Hoepcke realizam, ao mesmo tempo, um tributo à história da imigração alemã e uma consagração de Carl Hoepcke como um dos agentes mais destacados dessa história. Dito de outro modo, os discursos legitimadores e consagradores sobre Carl Hoepcke associam o empresário à presença alemã no país, visando estabelecer um lugar de destaque para o patrono – e, por consequência, sua família e herdeiros – no panteão da história da imigração alemã no Brasil.

2.8 OS SIGNOS DA RIQUEZA

Se o trabalho alemão se configura como um elemento basilar às construções étnico-identitárias da teuto-brasilidade, o *ethos* do trabalho terá um papel igualmente importante na legitimação da posição social e de classe da família Hoepcke. Para compreendermos os modos de representação da posição social por parte desse grupo familiar, é mister analisarmos a estrutura física, espacial e disposicional do Centro Cultural Ruth Hoepcke da Silva (sede do Instituto Carl Hoepcke) e, de modo especial, o espaço residencial de Ruth e Aderbal Ramos da Silva convertido e preservado no formato de uma casa-museu.

O terreno em que está localizado o Centro Cultural Ruth Hoepcke da Silva foi presenteado a Ruth e Aderbal Ramos da Silva, na ocasião do noivado do casal, pela mãe de Ruth, Anna von Wangenheim Hoepcke¹²³. A antiga residência situa-se na Avenida Trompowsky, área nobre no centro de Florianópolis, em região conhecida no passado como Praia de Fora, reduto das elites da cidade e onde muitos alemães se afixaram. O antigo casarão

¹²³ As informações se baseiam principalmente na entrevista que realizei com Dona Annita, e também na entrevista concedida por Annita à jornalista Gisela dos Santos, do programa *Casa e Cia*. Ver: CASA E CIA (Gisela dos Santos). **Arquitetura histórica e acervo do Instituto Carl Hoepcke**. 2015. 9m23s. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=YNoEBxqdeLA>. Acesso em: 13 maio 2021.

– uma edificação de dois andares, com subsolo – é rodeado por arranha-céus modernos, destoando da paisagem urbana em que está inserido¹²⁴.

A construção teve início em 1935, tendo sido concluída em 1937, quando o casal passou a residir no espaço. A casa foi idealizada por Ruth Hoepcke da Silva, que escolheu o projeto arquitetônico. Segundo Dona Annita, a inspiração e as ideias para a casa são fruto da estada de um ano realizada pela mãe na Alemanha, em 1934. Ainda segundo Dona Annita, a casa, de estilo eclético, é influenciada pela arquitetura alemã do período, notadamente pela escola Bauhaus. O projeto para a execução da casa foi elaborado por um escritório alemão localizado em Joinville; a construção, por sua vez, ficou a cargo do engenheiro suíço radicado em Florianópolis, Tom Wilde, sob a supervisão direta de Dona Ruth.

A residência de Aderbal e Ruth Hoepcke da Silva adquire relevância, não apenas por expressar a posição social de uma integrante das elites emergentes alemãs ou por ser o símbolo mais concreto e tangível da aliança matrimonial entre as elites do grupo étnico alemão e a oligarquia tradicional de origem lusitana. A residência é importante também por ter se constituído em um centro de poder da política estadual catarinense. Como foi apontado, em 1947 o marido de Dona Ruth, Aderbal Ramos da Silva, assumiu o governo de Santa Catarina. Por decisão da esposa, a família não ocupou a residência oficial do governador e sede do governo, situada à época na Praça XV de Novembro, no centro de Florianópolis, onde atualmente está sediado o Palácio Cruz e Sousa (e onde está instalado o Museu Histórico de Santa Catarina). A consequência dessa decisão é narrada por Dona Annita do seguinte modo:

E eu aprendi muito também com meu pai. Porque eu sempre gostei muito de política. E como meus pais não quiseram morar em palácio quando ele foi governador, mil novecentos e quarenta e sete a cinquenta e um. E a mamãe disse que não ia: “não vou morar na Praça XV de jeito nenhum. Tenho duas filhas pequenas, temos uma boa casa, um bom jardim lindo, e eu vou ficar na minha casa com as minhas filhas”. Resultado: as reuniões muitas eram aqui, né? Ela recebia pra almoço, chegava o governador de São Paulo ou do Paraná, era o Lupion¹²⁵, enfim. Então eu fui habituada nesse ambiente e eu ajudava a minha mãe. E via como ela fazia, como ela recebia. Isso também foi importante na minha vida, sabe?! Despertou a sociabilidade e tudo...¹²⁶

¹²⁴ Como bem apontou a jornalista Gisela dos Santos em conversa com Dona Annita, a transformação da área, extremamente valorizada, em uma instituição de memória implica que a sua proprietária ande, de certo modo, “na contramão da especulação imobiliária”. Ver: CASA E CIA (Gisela dos Santos). Vídeo citado.

¹²⁵ Referência a Moisés Lupion, que governou o Paraná entre 1947 e 1951.

¹²⁶ HOEPCKE DA SILVA, Annita. Entrevista citada.

Nesse sentido, a residência de Aderbal e Ruth Hoepcke da Silva representou um espaço importante de exercício do poder político em Santa Catarina. Se a política era feita em “casa”, e se, segundo a concepção tradicional de família, a responsabilidade pelo espaço doméstico – limpeza, organização, decoração, execução de tarefas – era associada à mulher¹²⁷, podemos vislumbrar um papel relevante de Ruth Hoepcke da Silva no que tange à atuação pública do grupo familiar. Em outras palavras, o trabalho político – atividade de natureza pública e de prerrogativa masculina, segundo o sistema de valores dominante do período –, ao ser executado em espaço familiar e doméstico, dependia diretamente do trabalho feminino e da atuação da mulher. É nesse contexto que podemos compreender as funções historicamente associadas à mulher na família, como apoiadora do marido e “base” do grupo familiar.

Como é salientado pela bibliografia acerca da temática da “casa” e da domesticidade (CARVALHO, 2008; VOIGT, 2020a), o trabalho feminino tem um papel central na produção da imagem pública de determinado grupo familiar. Ademais, a mulher exercia um papel relevante de mediação entre o homem e os círculos sociais nos quais estava inserido (CARVALHO, 2008). Desse modo, podemos argumentar que a prática de recepções no espaço doméstico, em almoços e jantares, sob a incumbência feminina, possibilitava a execução do trabalho masculino, voltado à esfera pública. A execução bem-sucedida de uma recepção, a partir do trabalho da mulher, incidia na própria imagem pública da família. Dito de outro modo, o ordenamento da casa e o sucesso nas atividades domésticas eram uma representação do próprio ordenamento e da harmonia do grupo familiar, trabalho sob a responsabilidade da mulher e que contribuía com a projeção de uma imagem positiva da família no espaço público, imagem esta associada à figura do chefe (homem) da família.

Como explicitou Annita Hoepcke da Silva no excerto de entrevista citado acima, durante as recepções, ela procurava observar e aprender com a mãe. Mais tarde, com o Instituto Carl Hoepcke, Dona Annita irá reproduzir a prática da recepção – isto é, de um evento de caráter privado, realizado em espaço doméstico, voltado ao exercício da sociabilidade – em outro formato e escala. Podemos argumentar que, de certo modo, Dona Annita transformou a prática das recepções, levada a cabo por sua mãe naquele espaço, em uma instituição pública. No ICH, os visitantes são recepcionados na residência de Ruth e Aderbal da Silva, tal como se apresentava na década de 1930, sendo servidos de uma narrativa edificante sobre o casal que ali residiu e sobre a trajetória da família Hoepcke e, de modo especial, sobre o seu patriarca,

¹²⁷ Como relatou-me Dona Annita em entrevista, à época em que Aderbal Ramos da Silva foi governador, os serviços domésticos contavam com o auxílio de empregados, que atuavam na cozinha e na copa, além de empregados encarregados da segurança.

Carl Hoepcke. Assim, tal espaço doméstico, por meio do trabalho de Annita Hoepcke da Silva, desempenha uma vez mais seu papel para a construção de uma representação pública sobre a harmonia e a coesão do grupo familiar, cuja imagem é atrelada à figura masculina do patrono da instituição – isto é, ao bisavô de Annita, Carl Hoepcke.

Meu objetivo, a partir deste momento, é apresentar uma incursão etnográfica à sede do Instituto Carl Hoepcke. Essa incursão seguirá o *tour* que realizei no Instituto, em junho de 2021, guiado por seu superintendente, Max Müller. Desse modo, reproduzo aqui o *tour* pela instituição, segundo o percurso escolhido por meu interlocutor, que orientou e mediu a visita. Para a reconstituição do percurso expositivo do ICH, baseio-me em notas de campo e no conjunto de fotografias que produzi ao longo da visita¹²⁸. Ademais, o desenvolvimento da seção também se beneficia das informações fornecidas por Annita Hoepcke da Silva em entrevista, além da reportagem televisiva elaborada pela jornalista Gisela dos Santos, em que a própria Annita oferece informações sobre o espaço¹²⁹.

Nossa visita teve início no subsolo do Centro Cultural Ruth Hoepcke da Silva, no Centro de Documentação e Memória do ICH, a partir do timão e demais objetos do Navio Carl Hoepcke previamente analisados. Ao lado de tais objetos, junto à mesma parede, encontramos um conjunto de fotografias ampliadas e expostas em quadros, acompanhadas de etiquetas informativas¹³⁰. O conjunto fotográfico é dedicado à Ruth Hoepcke da Silva, em fase adulta mais avançada. Há fotografias de perfil, em ocasiões sociais ou junto a familiares. De modo especial, as fotografias representam o casamento e a família, com Dona Ruth posando junto ao marido, às filhas, os genros e os netos. No conjunto, em que as fotografias são apresentadas em preto e branco ou em sépia, temos uma única fotografia em cores: a maior delas, que retrata Ruth Hoepcke da Silva de perfil, aos 80 anos de idade, sendo a fotografia mais recente da

¹²⁸ Algumas das fotografias serão reproduzidas ao longo da seção. A produção de fotografias e a sua utilização no contexto desta pesquisa foram autorizadas pelo superintendente do ICH, de modo verbal, durante a visita que realizei à instituição.

¹²⁹ Essa reportagem constitui uma fonte valiosíssima e extremamente interessante. Por meio da reportagem, que apresenta registros do espaço interno do Instituto Carl Hoepcke, a instituição torna pública as suas exposições e o seu acervo privado. A reportagem é especialmente útil na medida em que registra uma apresentação do espaço realizada pela própria fundadora do ICH, possibilitando captar em maior profundidade a relação que a herdeira de Carl Hoepcke e de Ruth Hoepcke da Silva estabelece com o espaço, bem como a narrativa que produz acerca da residência e dos objetos. Ver: CASA E CIA (Gisela dos Santos). Vídeo citado.

¹³⁰ Todas as exposições no Centro de Documentação e Memória do ICH têm caráter permanente.

personagem em exposição. De modo interessante, é ao redor desse retrato que as demais fotografias são organizadas e expostas. Dessa forma, a disposição fotográfica nos remete a uma representação da centralidade da mulher – nos papéis de esposa e mãe – no contexto da família; a matriarca é representada como a base e a estrutura do núcleo familiar, ao redor da qual os demais integrantes gravitam, se posicionam e se orientam.

Na parede oposta a esse conjunto fotográfico e, portanto, à esquerda da entrada do centro de memória, verificamos fotografias que retratam a infância de Ruth Hoepcke e os seus pais, Carlos Hoepcke Júnior e Anna von Wangenheim. A última das fotografias em exposição representa a transição de Ruth para a vida adulta: a personagem posa em frente a um automóvel, no contexto da sua viagem à Alemanha, em 1934. Há ainda um painel com informações biográficas sobre a homenageada, que faz menção ao ano de montagem da exposição, 2013, quando foi inaugurado o Centro de Documentação e Memória no espaço que emprega o seu nome. Essa primeira sala – em que encontramos os dois conjuntos fotográficos, bem como os objetos do Navio Carl Hoepcke – contém cadeiras e banco, destinados aos visitantes. Trata-se do principal espaço de afluxo de visitantes e pesquisadores no ICH, onde está posicionado também o livro de registro de presença.

Nos fundos dessa primeira sala, à direita, temos acesso por uma porta à outra sala, que apresenta mais um conjunto fotográfico. Nesse momento, as fotografias retratam Ruth Hoepcke da Silva no início da vida adulta; o percurso se encerra com uma fotografia do casal Ruth e Aderbal com suas duas filhas, quando crianças. Desse modo, esse conjunto de fotografias ocupa uma posição cronologicamente intermediária entre os dois conjuntos considerados anteriormente¹³¹. As fotografias retratam alguns momentos da vida de Ruth Hoepcke: sua viagem à Alemanha, em 1934; o seu casamento e lua de mel, em 1936; momentos de lazer e de descanso, na casa de praia da família; e a solenidade de posse de Aderbal Ramos da Silva como governador do estado, ocasião em que acompanha o marido.

O conjunto fotográfico é interessante naquilo que comunica. Podemos verificar uma profusão de signos visuais da riqueza a partir de fotografias que remetem a viagens, em que a personagem posa junto a automóveis (com destaque à fotografia de Ruth em frente à sua “baratinha Ford”, presente recebido dos pais em 1931, quando alcançou a maioridade) e que registram a lua de mel do casal Ruth e Aderbal (dentre as quais se destaca a fotografia em que

¹³¹ Assim, se formos apreciar a exposição fotográfica de modo cronológico, iniciariamos pelas fotografias de Ruth na infância e com os pais, adentrariamos a sala com as fotografias do início da vida adulta – que termina com um registro com o marido e as duas filhas pequenas –, retornando à primeira sala, atentando à parede com as fotografias de Ruth em idade adulta mais avançada.

Ruth posa em frente ao zepelim alemão, no qual retornou ao Brasil da lua de mel na Europa). Tais signos, que exibem riqueza e posição social e demonstram os hábitos elitizados do grupo familiar, configuram-se também como signos de modernidade, caracterizada pelo progresso material e pelo desenvolvimento tecnológico, à completa disposição da família. Dessa forma, o fato de membros da família estarem cercados por objetos de natureza técnica (como carros e o zepelim), demonstra o caráter eminentemente moderno do grupo familiar. Além dos signos da riqueza e da modernidade, uma fotografia opera ainda como signo de poder: aquela que retrata Aderbal Ramos da Silva proferindo seu discurso de posse do governo de Santa Catarina, acompanhado pela esposa, Ruth Hoepcke.

A fotografia do zepelim alemão é especialmente interessante na medida em que a aeronave exibe a suástica, que havia se tornado a bandeira oficial da Alemanha, na década de 1930. Essa fotografia adquire certa relevância no conjunto fotográfico, uma vez que está posicionada na parede oposta à entrada da sala, de frente para o visitante que adentra o espaço. Uma vez que os museus podem operar como espaços de celebração pública da identidade de grupos específicos, o que depende do controle da narrativa histórica no espaço museal, é importante refletir sobre como as questões contenciosas são exploradas (ou não) na narrativa veiculada pelas instituições de memória (WATSON, 2007, p. 11). No que tange à narrativa produzida pelo Instituto Carl Hoepcke, podemos constatar que a principal questão contenciosa no tocante ao grupo étnico alemão no Brasil – isto é, a sua alegada associação com o nazismo – não é ocultada, mas, ao contrário, explicitamente debatida.

Em minha visão, a exibição do zepelim em que Ruth Hoepcke da Silva retornou de sua lua de mel na Alemanha tem, prioritariamente, o efeito de representar a riqueza da personagem e do seu grupo familiar. A suástica no dirigível, que era a bandeira nacional do Estado alemão, ocupa na narrativa uma função de contextualização histórica, situando os acontecimentos da vida da personagem no curso de eventos da história. No que se refere aos discursos que associavam o elemento teuto-brasileiro ao nazismo – que tiveram ápice precisamente nas décadas de 1930 e 1940, com as campanhas de nacionalização –, pode-se afirmar a contraposição categórica do Instituto Carl Hoepcke a tal narrativa, que teria sido responsável pela perseguição e pelo enfraquecimento das manifestações da etnicidade germânica no Brasil, além de ter afetado diretamente os próprios negócios do grupo Hoepcke¹³². Não obstante, a instituição decide abordar o contexto histórico e o problema do nazismo de modo franco e

¹³² Retornarei a esse ponto adiante.

explícito, fato que poderia simplesmente não ter sido tematizado na expografia do centro de memória.

Deve-se pontuar que, à época da ascensão do nazismo na Alemanha, em 1933, a família Hoepcke não possuía membros homens ainda vivos (Carl Hoepcke faleceu em 1924, seus filhos Max Hoepcke em 1928 e Carlos Hoepcke Júnior em 1931). Os negócios da Hoepcke, como foi mencionado, passaram a ser geridos pelo sobrinho da esposa de Carlos Hoepcke Júnior, Dietrich von Wangenheim. Ainda que a ideologia nazista possa eventualmente ter produzido simpatia em alguns membros da família¹³³ – vale lembrar, por exemplo, que Ruth Hoepcke esteve na Alemanha em 1934, antes da guerra, quando a Alemanha despontava como uma potência mundial –, esse é um fato sobre o qual podemos meramente especular.

Mais importante, do mesmo modo como se verificou no tocante à maioria dos alemães étnicos vivendo no Brasil, a lealdade política da família foi direcionada ao Estado brasileiro – tal como é preconizado pela própria concepção de etnicidade teuto-brasileira, que articula cultura alemã e cidadania brasileira –, o que torna qualquer associação do grupo familiar ao regime nazista despropositada. Tal assertiva ganha ainda mais peso quando consideramos que se trata de um grupo com atuação empresarial, a qual, para o pleno exercício de suas potencialidades, especialmente em um contexto de guerra, depende do primado das relações negociais em detrimento das afiliações políticas e partidárias – a direção do grupo ter sido assumida por Aderbal Ramos da Silva, durante o período da guerra, é uma confirmação desse fato.

¹³³ Os teuto-brasileiros identificavam-se, étnica e culturalmente, com o seu país de origem. Vale lembrar que, no período, o nacional-socialismo foi alçado à categoria de ideologia oficial do Estado alemão.

Imagem 4 – Fotografia do conjunto fotográfico dedicado à Ruth Hoepcke da Silva, no início da vida adulta, exposto no Centro de Documentação e Memória do Instituto Carl Hoepcke.



Fonte: Elaborada pelo autor, 2021.

Da sala em que está localizada a exposição fotográfica sobre Ruth Hoepcke da Silva no início da vida adulta, temos acesso à recepção do Centro de Documentação e Memória e também à biblioteca. Ao atravessarmos a recepção, espaço com balcão e cadeiras – em que se destaca um quadro com uma fotografia histórica da cidade de Florianópolis afixado na parede – temos outro acesso à biblioteca, à esquerda.

A biblioteca, composta por cerca de cinco mil itens, é formada basicamente por três grandes conjuntos bibliográficos: livros sobre a história da imigração alemã em Santa Catarina e no Brasil, tanto publicações mais antigas quanto bibliografia produzida contemporaneamente sobre o tema; livros em idioma alemão, de propriedade de famílias de origem alemã, doados ao ICH; e livros que eram de propriedade de integrantes da própria família Hoepcke, além da biblioteca de Aderbal Ramos da Silva. Em uma das estantes de livros nos chama a atenção um quadro com a imagem de Carl Hoepcke, gravada em relevo em metal. Ao centro da biblioteca, há uma mesa com cadeiras, para a consulta do material.

Ao fundo da biblioteca, temos acesso à outra sala, em que se encontram mais estantes de livros, bem como um espaço para pesquisa, equipado com computadores. Nesse espaço, acessa-se também o arquivo através de uma porta à direita. Os documentos abrigados no ICH remetem a três grandes conjuntos: a família Hoepcke, as empresas Hoepcke e Aderbal Ramos da Silva. Como foi mencionado, os documentos estão acondicionados em pastas dentro de armários-arquivo, organizados em fundos documentais, com catalogação, conservação e

condições de climatização profissionais. Há ainda gavetas, que abrigam materiais históricos diversos, como mapas, jornais, plantas e quadros.

Atravessando a recepção, à direita, temos um corredor com acesso a três salas, utilizadas para os cursos de alemão. Ao fim do corredor, estão os banheiros. Há ainda, no subsolo, uma antiga lavanderia, convertida em área de descontaminação de documentos e acervos doados à instituição. Deve-se pontuar que o fato de a instituição estar aberta a doações é um elemento recorrentemente mencionado na fala do superintendente do Instituto Carl Hoepcke¹³⁴. Ao sair do espaço de descontaminação, acessamos uma escada de serviço, único acesso interno ao primeiro andar da residência.

Encerrando nossa incursão ao subsolo do Instituto Carl Hoepcke e antes de prosseguirmos com nosso *tour*, gostaria de chamar a atenção para um fato. Causa surpresa a inexistência de uma comunicação mais direta, sistemática e informativa sobre o patrono, Carl Hoepcke, na sede da instituição que leva o seu nome. Inexistem um conjunto fotográfico, um espaço expositivo específico ou mesmo uma “linha do tempo” dedicada ao personagem – ao contrário do que se verifica nos casos de Ruth Hoepcke da Silva e de Aderbal Ramos da Silva. A expografia que tematiza de modo mais direto o personagem Carl Hoepcke compreende: o espaço expositivo sobre a Empresa Nacional de Navegação Hoepcke, montado em 2016, com os objetos do Navio Carl Hoepcke; algumas fotografias esporádicas de Carl Hoepcke – foi possível contar, ao total, quatro delas, o que destoia do número abundante de fotografias dedicadas a outros membros da família; e uma placa honorífica dedicada a Carl Hoepcke, elaborada pela Assembleia Legislativa do Estado de Santa Catarina, em 2003. Nesse sentido, o Instituto Carl Hoepcke pode ser enquadrado como uma instituição de memória efetivamente *familiar*, não se restringindo à comunicação da memória acerca do seu patrono.

Alguns fatores podem nos auxiliar a compreender essa realidade. Em primeiro lugar, ao contrário de Ruth e Aderbal Ramos da Silva, Carl Hoepcke nunca ocupou aquela residência; assim, é compressível que a sua presença no espaço seja bem menos marcante do que a dos reais habitantes da casa. Em segundo lugar, como vimos, a história de Carl Hoepcke foi tornada pública por meio de obras biográficas, com base em um trabalho de resgate da memória familiar iniciado de modo mais sistemático na década de 1990 a partir da descoberta dos arquivos das empresas Hoepcke. A própria fundação do Instituto Carl Hoepcke, em 2004, é anterior à

¹³⁴ Dentre as doações mais recentes, podemos mencionar o acervo fotográfico do jornalista Beto Stodieck que, na ocasião da minha visita ao ICH, estava em processo de tratamento técnico. Tal fato demonstra o ensejo do ICH em tornar-se uma instituição de referência não apenas no tocante à imigração alemã, mas também da memória de Florianópolis. Retornarei a essa questão mais à frente.

transformação da residência de Ruth e Aderbal Ramos da Silva em um centro cultural, o que ocorre após o falecimento de Dona Ruth, que ocupou a casa até 2007. Por fim, como mencionado anteriormente, foi recentemente instalado no Centro Executivo Carl Hoepcke um mural expositivo sobre o patrono, com informações detalhadas, fotografias do personagem e de seus empreendimentos, além de uma linha do tempo. Assim, ao que tudo indica, a opção da família se direcionou à instalação de um espaço expositivo e informativo sobre Carl Hoepcke no centro empresarial que leva seu nome, enquanto na sede do Instituto Carl Hoepcke, o Centro Cultural Ruth Hoepcke da Silva, optou-se por atribuir ênfase à história, à memória e aos objetos do casal que residiu e deixou suas marcas no antigo casarão da Avenida Trompowsky¹³⁵.

Ao subirmos a escada que liga o subsolo ao primeiro andar, chegamos à cozinha da residência. O espaço é composto por um fogão à lenha, uma pia e uma mesa com cadeiras. Destaca-se ainda um ferro de passar antigo, posicionado em cima do fogão. A garrafa térmica moderna e os ingredientes para a preparação de café indicam que o espaço ainda possui certa funcionalidade prática.

O próximo cômodo, acessado por uma passagem, é a copa. Interligada à cozinha, a copa é composta por uma mesa com cadeiras, lustre de teto e uma cuba para a lavagem das mãos. Trata-se de um espaço para as refeições da família, especialmente o café da manhã. Há ainda um armário de madeira com objetos decorativos e trabalhos artesanais de Dona Ruth. As paredes são adornadas com pratos de cerâmica e de porcelana, objetos decorativos bastante comuns em casas de alemães. Ambos os espaços – a cozinha e a copa – possuem azulejos nas paredes, ao passo que o piso é de cerâmica.

Da copa, temos acesso a uma espécie de átrio, que marca o fim da área de “serviço” – composta pelo subsolo e pela cozinha – e o início da área “social” da residência, que caracteriza todo o primeiro andar. O átrio, que organiza o espaço interno do primeiro piso e dá acesso aos principais cômodos, é acessado também a partir do *hall* de entrada da casa. Seguindo o *tour* proposto por meu interlocutor, ao transpassarmos a porta principal de entrada da casa,

¹³⁵ Segundo o superintendente do ICH, a instituição tem o projeto de criar um espaço expositivo permanente dedicado a Carl Hoepcke no Centro Cultural Ruth Hoepcke da Silva, exibindo móveis que foram de propriedade do patrono. Tais móveis, que estavam na residência de Dona Annita Hoepcke da Silva, começaram a ser transferidos ao ICH após o seu falecimento. De modo geral, deve-se apontar que os investimentos de memorialização do grupo familiar são dinâmicos e continuamente atualizados, visando à alimentação do legado associado aos personagens da família.

chegamos ao *hall* (ou antessala). No *hall*, o visitante se depara, à direita, com um área para acondicionamento de casacos e com um lavabo – estrutura que não era comum às casas da época. À frente, o visitante visualiza um vão de passagem, cuja parede é adornada, à esquerda, por um termômetro antigo e, à direita, por um quadro com uma fotografia de Carl Hoepcke, com aspecto de austeridade.

Atravessando o vão de passagem, chegamos novamente ao átrio. Esse espaço é composto por um grande espelho emoldurado, quadros de arte, uma fotografia em quadro de Ruth Hoepcke da Silva, um relógio de parede, um banco com almofadas e uma mesa de apoio, além do lustre central. O átrio dá acesso a três cômodos da residência, além da copa: uma imponente escada de madeira com tapete vermelho, à esquerda, leva ao segundo andar; ao centro, acessa-se a sala de estar; e, à direita, adentramos o gabinete de Aderbal Ramos da Silva.

Imagem 5 – Fotografia do átrio localizado no primeiro andar do Centro Cultural Ruth Hoepcke da Silva, sede do Instituto Carl Hoepcke, com vista a partir da escada.



Fonte: Elaborada pelo autor, 2021.

Antes de prosseguirmos com a nossa incursão ao espaço, convém explanar acerca de algumas das propriedades gerais da residência. O revestimento do piso é de *parquet*, amplamente ornamentado por tapeçaria original da época. Os cômodos possuem lustre de teto, com exceção, como veremos, da sala de jantar. De modo geral, verifica-se uma profusão de abajures e de lâmpadas de iluminação no espaço como um todo. No que tange às paredes, deve-se ressaltar que cada cômodo emprega uma coloração ou um papel de parede distinto. A residência possui uma *bay window* na sala de recepções, além de diversos acessos à área externa através de varandas e sacadas.

A casa-museu procura reproduzir o espaço interior, com o mobiliário e os objetos, na sua disposição original, de 1937, compreendendo ainda algumas modificações realizadas por Dona Ruth ao longo dos anos¹³⁶. A residência foi submetida a um processo de restauração profissional do piso em *parquet* (danificado por cupins), além de terem sido realizados pequenos reparos nos papéis de parede da época, de proveniência inglesa. No que tange às paredes que empregam tinta, foi realizado um trabalho de prospecção – registrado em cada um dos cômodos da casa – visando identificar as distintas camadas de pintura adicionadas ao longo dos anos e, especialmente, retornar a tonalidade das paredes à coloração original da casa, de fins da década de 1930.

O mobiliário em exposição é quase todo original da época. Boa parte foi fabricado na Casa Allemã, famosa loja de departamentos de São Paulo. Alguns móveis expressam o estilo conhecido como “colonial brasileiro”, descoberto posteriormente por Dona Ruth – com destaque para as cômodas do século XIX e cadeirões, adquiridos pela proprietária em antiquários.

É precisamente no primeiro andar da residência de Ruth e Aderbal Ramos da Silva que os signos visuais da riqueza proliferam e se explicitam. Andando pelos cômodos da residência de Dona Ruth, o visitante é transposto a um passado extremamente conservado e preservado. O *parquet* brilhante, a tapeçaria, os numerosos quadros de arte com molduras imponentes, todos esses objetos estimulam o olhar do visitante, ao passo que o badalar dos relógios espalhados pela casa faz o visitante imaginar os ritmos da vida de um casal representativo das frações dominantes de Florianópolis nas décadas de 1930 e 1940. As marcas da proprietária, que viveu por setenta anos na residência, são abundantes, sendo percebidas nos cuidados com a decoração do espaço – os armários com louças e trabalhos manuais, as fotografias de família, os quadros e objetos decorativos, a tapeçaria etc. Como afirmou Dona Annita, falando de sua mãe: “Tudo foi com ela, tudo foi ao gosto dela [...] E ela tinha um gosto apurado. E tinha um gosto muito, muito peculiar, muito alemão, não é?”¹³⁷.

Os interiores e os objetos da residência de Ruth Hoepcke da Silva operam como indicadores de posição social. Objetos tais como móveis, castiçais, prataria e quadros de arte – parte deles herdados –, além de servirem à demonstração de posição social, são também marcadores de antiguidade da riqueza. Em análise nos marcos da sociologia do gosto acerca do fenômeno da migração de classe – isto é, de trajetórias ascendentes de agentes que adentraram

¹³⁶ Alguns cômodos, como veremos, foram modificados, especialmente o jardim de inverno convertido em um espaço expositivo, e um cômodo transformado em escritório dos dirigentes da instituição.

¹³⁷ HOEPCKE DA SILVA, Annita. Entrevista citada.

as classes altas paulistas –, Carolina Pulici (2016) aponta o papel do estilo de vida e, especialmente, do mobiliário das residências, para a representação da posição social ocupada pelos agentes. Nas palavras da autora: “[...] nas lutas simbólicas em que o pretexto é a imposição de um estilo de vida legítimo, os móveis de uma casa apareceram como indicador de antiguidade na classe alta, uma vez que os informantes dela originários sempre se referem à herança de parte do mobiliário” (PULICI, 2016, p. 170).

O esforço de demonstração de antiguidade nas classes altas mostra-se especialmente importante no caso de integrantes de uma elite étnica e emergente. Nesse sentido, a posse de objetos dotados do atributo da antiguidade, seja a partir da herança familiar de gerações anteriores – muitos objetos foram legados à Dona Ruth por sua mãe –, seja a partir da aquisição direta em antiquários, tem por efeito a construção da antiguidade do próprio grupo familiar. Dito de outro modo, ao se cercar de objetos antigos e históricos – disposição com traços e características aristocratizantes –, o grupo familiar constrói a sua própria antiguidade e história, demarcando um lugar e uma posição no contexto das elites tradicionais de Florianópolis¹³⁸.

Os objetos da residência de Ruth Hoepcke da Silva podem ser compreendidos como uma fonte de capital simbólico e de reconhecimento, de natureza objetivada. Ao serem herdados pela geração seguinte – isto é, por Dona Annita –, os objetos são submetidos a um processo de musealização. Desse modo, a consagração social visada a partir da criação do Centro Cultural Ruth Hoepcke da Silva depende da construção e da manutenção da história e da antiguidade do grupo familiar, materializada na própria residência e nos objetos antigos, convertidos, expostos e publicizados como peças de museu.

Em outras palavras, a estratégia de consagração social do grupo familiar, a partir da criação de uma instituição de memória e da musealização dos objetos da família, mobiliza amplamente a antiguidade da família como um capital simbólico, recurso importante à demarcação e à representação da posição social dominante ocupada pelo grupo familiar. Assim, no caso dos Hoepcke, a condição de pertencimento aos grupos dominantes da capital

¹³⁸ A afirmação da posição do grupo familiar, em função de sua condição de elite emergente, faz sentido especialmente no contexto de Ruth Hoepcke da Silva (alemã nata, nascida em 1913). No que tange à Dona Annita, filha de um luso-brasileiro importante, bem como no tocante às gerações subsequentes, pode-se afirmar que o grupo familiar já possui, nesse momento, um *status* de elite “tradicional” da cidade – posição construída com o passar dos anos, e para a qual o casamento de Ruth com Aderbal Ramos da Silva contribuiu sobremaneira. Nesse sentido, se para Dona Ruth (e as gerações anteriores da família) está em jogo a construção da antiguidade do grupo familiar para a sua afirmação frente às elites tradicionais e autóctones, para Dona Annita (e as gerações subsequentes) – que mobilizam, igualmente, a antiguidade do grupo familiar como recurso –, importa especialmente a legitimação e a afirmação da posição de classe do grupo familiar no contexto das elites locais da cidade, posição que não é mais posta em xeque em função da origem étnico-imigrante da família.

catarinense, o reconhecimento de tal posição e, em última instância, a consagração social, dependem da antiguidade construída e imputada ao grupo familiar, materializada em um conjunto de objetos caracterizados por atributos como a antiguidade, a distinção, a sofisticação e o requinte.

Para além do valor econômico inerente à residência e aos objetos em exposição no Centro Cultural Ruth Hoepcke da Silva, a família Hoepcke reconhece também o capital simbólico empenhado no espaço. Nesse sentido, é interessante pontuarmos que uma fotografia da residência de Dona Ruth – isto é, da casa-museu do Instituto Carl Hoepcke – serve como ilustração da página dedicada à história da Hoepcke Administração e Incorporação, no site da empresa¹³⁹. Assim, a história da empresa dirigida pelos filhos de Dona Annita é associada à história do grupo familiar, que adquire materialidade e é representada por meio do espaço residencial de Ruth Hoepcke da Silva. Por extensão, podemos aferir que a antiguidade do grupo familiar – materializada em objetos –, ao ser convertida em antiguidade do grupo empresarial, representa um recurso à ação econômica da família; isto é, constatamos que a residência e os objetos dos antepassados servem como fonte de capital simbólico, recurso que se mostra valioso também nas ações e nos empreendimentos econômicos levados a cabo pelo grupo familiar.

Se os objetos e a residência de Dona Ruth são um marcador de antiguidade da família e de sua condição de elite, tais objetos são também um indicador de modernidade¹⁴⁰, característica central à autoimagem produzida pelo grupo familiar. Nesse sentido, mostram-se recorrentes nos discursos sobre a residência as menções às suas propriedades e qualidades modernas e inovadoras. As ideias aplicadas por Dona Ruth à residência eram “pra Florianópolis uma coisa muito diferente, muito moderna”¹⁴¹, especialmente se considerarmos o contexto da época – isto é, o final da década de 1930. Alguns dos elementos de modernidade da residência, na visão de Dona Annita¹⁴², são: a existência de um lavabo no primeiro andar e de dois banheiros próximos aos quartos, no segundo andar; o sistema de sinetas que estava instalado na casa, utilizado especialmente à época em que Aderbal Ramos da Silva era governador; uma sanca de gesso com iluminação indireta, presente na sala de jantar; além das cores e das tonalidades distintas empregadas nas paredes interiores. As ideias modernas executadas por

¹³⁹ HOEPCKE ADMINISTRAÇÃO E INCORPORAÇÃO. **Sobre nós**. Site citado.

¹⁴⁰ A conjugação entre tradição e modernidade foi constatada também por Abreu (1996) ao analisar a coleção Miguel Calmon no Museu Histórico Nacional. Ao passo que a modernidade se expressava em objetos que faziam referência à competência técnico-científica do titular (como livros de ciência e engenharia), a tradição era evocada a partir da sua origem aristocrática e da antiguidade da família.

¹⁴¹ Fala de Dona Annita na entrevista concedida à jornalista Gisela dos Santos. Ver: CASA E CIA (Gisela dos Santos). Vídeo citado.

¹⁴² HOEPCKE DA SILVA, Annita. Entrevista citada.

Dona Ruth na residência teriam sido, segundo sua filha, largamente influenciadas por sua estada na Alemanha.

Por fim, para empregarmos a tipologia proposta por José Reginaldo Gonçalves (2007c), podemos definir a casa-museu abrigada no Centro Cultural Ruth Hoepcke da Silva como um “museu narrativa”. Se a expografia presente no subsolo do ICH, analisada previamente, está mais próxima de um “museu informação” (GONÇALVES, 2007c), que visa a uma comunicação mais sistemática, objetiva e explicativa, a parte da residência de Dona Ruth preservada e convertida em casa-museu configura-se, em contraste, como um museu narrativa.

Nesse tipo de museu, verificamos uma abundância em termos dos objetos em exposição, acompanhada da inexistência (ou de um número bastante discreto) de etiquetas informativas¹⁴³. Como argumenta Gonçalves (2007c), esse formato de museu é um espaço que carrega as marcas da personalidade, recebendo um público seletivamente restrito. Os objetos do museu narrativa estão ligados à experiência concreta de grupos sociais, com destaque às famílias de elite. Lançando mão da formulação benjaminiana sobre o *flâneur*, Gonçalves (2007c) afirma que a experiência no museu narrativa é a da *flânerie*, cujo percurso demanda tempo e cujo deslocamento se faz com lentidão. Tendo isso em mente, sigamos nosso percurso na casa-museu do Instituto Carl Hoepcke, tentando compreender e dar sentido aos múltiplos estímulos sensoriais provocados pela profusão de objetos em exposição no espaço.

Para tanto, retornemos ao átrio que organiza o espaço do primeiro andar e, de lá, adentremos o gabinete de Aderbal Ramos da Silva, à direita. A tinta das paredes, nesse cômodo, é de coloração azul. Como era de se esperar, uma vez que esse era o espaço da casa em que Aderbal executava seus despachos, o gabinete possui uma mesa e uma cadeira. Ao fundo dessa mesa, na parede, observamos uma pintura de Aderbal trajando terno, com caneta tinteiro e papel à mão. Sobre a mesa, são expostas placas honoríficas e homenagens, recebidas por Aderbal de entidades diversas, como o Banco Regional de Desenvolvimento (BRDE), a Ordem dos Advogados do Brasil (OAB), a Associação Catarinense de Imprensa e a Câmara Municipal de Florianópolis. Ao lado da mesa, à esquerda, chama a atenção um aquecedor (uma estufa de cerâmica), de fabricação alemã, datado da década de 1930.

¹⁴³ Na parte do Centro Cultural Ruth Hoepcke da Silva mantida como casa-museu, a presença de etiquetas informativas é bastante reduzida.

Junto às paredes, estão posicionados armários que abrigam um conjunto variado de objetos do titular: um grande número de canetas, indispensáveis ao exercício das funções do homem público – o que é atestado também na pintura de Aderbal, sentado a uma mesa com caneta à mão despachando –, medalhas, livros, fotografias de membros da família, uma menção à religiosidade (por meio da representação de Jesus crucificado), além de demais objetos de decoração. Nas paredes, em quadros, estão expostos ainda diplomas e homenagens.

Do gabinete, tem-se acesso à sala de recepções. O espaço é composto por cadeirões, sofá e várias almofadas, além de mesa de centro e mesas laterais. Há ainda um armário em madeira que exhibe louças. As paredes, revestidas de papel de parede inglês, são ornamentadas também por quadros decorativos e de arte. As janelas são enfeitadas com cortinas, com bandô e prendedores. Verificamos no espaço a existência de fotografias dos habitantes da casa e, ao redor dos móveis, algumas esculturas. Por fim, destaca-se no cômodo a presença de um piano Steinway da época¹⁴⁴, acompanhado de uma banquetta.

Imagem 6 – Fotografia da sala de recepções do Centro Cultural Ruth Hoepcke da Silva, sede do Instituto Carl Hoepcke.



Fonte: Elaborada pelo autor, 2021.

O cômodo seguinte, interligado à sala de recepções por uma passagem, consiste em uma sala de estar – a qual é acessada também diretamente pelo átrio. O cômodo é composto por sofá, poltronas, cadeiras, cômoda, mesa de centro e mesas laterais. Alguns móveis são adornados com castiçais. As paredes, assim como no cômodo anterior, são revestidas por papel de parede florido. Nas paredes, verificamos uma abundância de quadros de arte (pinturas), adquiridos por

¹⁴⁴ Utilizado em pequenos eventos culturais promovidos pelo Instituto Carl Hoepcke, como o Sarau Natalino.

membros da família ao longo dos anos. Em uma das paredes destaca-se, por fim, um armário em madeira que exhibe louças de cerâmica, a maioria de origem alemã, além de cristais e peças de rendas e bordados.

Imagem 7 – Fotografia da sala de estar do Centro Cultural Ruth Hoepcke da Silva, sede do Instituto Carl Hoepcke.



Fonte: Elaborada pelo autor, 2021.

Por uma passagem acessamos a sala de jantar, que destoa dos dois cômodos anteriores por, ao invés de papel de parede, empregar tintura em coloração verde. Ademais, ao invés de um lustre central, foi instalada no teto uma sanca de gesso, para iluminação indireta. Os móveis expostos no espaço foram fabricados na Casa Allemã, de São Paulo. A sala de jantar possui uma ampla mesa rodeada por cadeiras, que comporta dez pessoas. Sobre a mesa, observamos uma toalha e dois candelabros. Desse cômodo, acessa-se através de uma porta a copa, interligada à cozinha. Nas paredes, estão posicionados dois armários de madeira; um deles abriga taças, o outro exhibe a prataria. Há ainda mesas de canto, uma delas exibindo frascos para bebidas. As paredes são adornadas, uma vez mais, por quadros e pratos em cerâmica e em porcelana. Chama a atenção no espaço, ainda, um belo relógio de pedestal. Segundo informou Dona Annita em entrevista, a sala de jantar exhibe integralmente a disposição de 1937.

Imagem 8 – Fotografia da sala de jantar do Centro Cultural Ruth Hoepcke da Silva, sede do Instituto Carl Hoepcke. Em segundo plano, observa-se a sala de estar e, em terceiro plano, a sala de recepções.



Fonte: Elaborada pelo autor, 2021.

Aos fundos da sala de jantar temos acesso, através de uma porta, ao que era o jardim de inverno da residência, com saída para uma varanda. Nesse cômodo, o Centro Cultural Ruth Hoepcke da Silva abandona momentaneamente o formato de casa-museu com a transformação do espaço em uma sala expositiva sobre Aderbal Ramos da Silva, composta por painéis com linha do tempo biográfica e fotografias. Trata-se, assim, de um espaço museográfico e informativo dedicado à memória de Aderbal Ramos da Silva, montado na ocasião das celebrações do centenário do homenageado, em 2011¹⁴⁵.

As fotografias retratam momentos da vida privada, durante a infância, com a família (esposa e filhas), em viagens e em momentos festivos e de lazer. Há ainda fotografias que tematizam a vida pública de Aderbal, posando ao lado de outros políticos (dentre os quais podemos mencionar Getúlio Vargas, Juscelino Kubitschek, Nereu Ramos, Adhemar de Barros, Jorge Lacerda e Ivo Silveira), proferindo discursos, em ocasiões de inauguração de obras, em momentos de campanha política e em atos de recebimento de condecorações. Ademais, são expostos em mesas-mostruário objetos que foram de propriedade de Aderbal. Dentre eles, destacam-se o rascunho do discurso de posse do governo do estado, documentos pessoais como permissão para conduzir, passaporte e caderneta militar, além de medalhas. Há ainda objetos de uso pessoal, como um isqueiro, um lenço, um pente e, ao que parece, uma lâmina de barbear.

¹⁴⁵ Nesse ano, Annita e Silvia Hoepcke da Silva concederam entrevista à televisão local, tratando do centenário de Aderbal Ramos da Silva, além de alguns aspectos mais privados da vida da família. Ver: BON VIVANT NEWS (Leo Coelho). **D. Sílvia e D. Anita Hoepcke da Silva no Bon Vivant – Record News SC Parte 1**. 2011. 21m27s. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=g9L1ZjWUmpo>. Acesso em: 21 jul. 2021.

Encerrando o primeiro andar da residência, temos à esquerda do antigo jardim de inverno uma porta, que dá acesso a um elevador – que, segundo foi-me informado, era utilizado por Aderbal nos últimos anos de vida. Nesse espaço, acessamos também uma escada de serviço, que leva ao segundo andar da casa.

Retornemos, mais uma vez, ao átrio da residência. Desde o átrio, à direita da entrada para a copa, temos acesso à escada social que leva ao segundo andar da residência. A escadaria de madeira com corrimão é adornada por um imponente tapete vermelho. As paredes ao redor da escada constituem uma galeria de arte, exibindo em quantidade abundante as obras de alguns dos mais famosos artistas catarinenses: Rodrigo de Haro, Martinho de Haro, Eli Heil, Almir Tirelli, Vera Sabino, Willy Zumblick, dentre outros. As obras de arte, espalhadas por toda a residência, são apresentadas com a ausência de etiquetas informativas.

Subindo dois lances de escada, chegamos ao segundo andar, em que estão localizados os dormitórios. O primeiro espaço visualizado pelo visitante, à sua esquerda, é uma pequena sala de estar, com banco, cadeiras e mesa de centro. Transpassando essa sala, temos acesso a um corredor, que corta todo o segundo andar da casa. Nesse corredor, junto à parede, encontramos uma mesa que exhibe uma placa honorífica conferida a Carl Hoepcke pela Assembleia Legislativa do Estado de Santa Catarina (ALESC), em 2003, na ocasião dos 160 anos de seu nascimento¹⁴⁶.

Na extremidade direita do andar – isto é, à direita do visitante que o acessa pela escada –, há dois quartos e, entre eles, um banheiro. Tratava-se dos quartos ocupados pelas filhas de Ruth e Aderbal, que não foram mantidos na disposição original. Um dos quartos estava em processo de organização, recebendo a transferência de móveis que se encontravam na residência pessoal de Dona Annita. Em virtude do seu falecimento, o ICH tem o projeto de instalar na residência um espaço de memória próprio para a sua fundadora.

À direita de tais quartos, o corredor leva o visitante até uma sala de estar, de dimensões pequenas. Segundo informações fornecidas pelo superintendente do ICH, o espaço foi muito utilizado pelo casal Ruth e Aderbal durante a velhice. Trata-se de uma sala bastante intimista, que conta com fotografias da família, objetos decorativos e mementos. O mobiliário é composto por poltronas, cadeiras, mesas e abajures.

¹⁴⁶ Carl Hoepcke completaria 160 anos de nascimento, mais precisamente, em 2004.

Seguindo o corredor, cujas paredes são ornamentadas por quadros de arte e que comporta mesas-mostruário que exibem objetos antigos da família, acessamos, à esquerda, um cômodo adaptado em escritório, com duas salas com acessos próprios – uma para a presidente do ICH, Dona Annita, e outra para o seu superintendente, Max Müller. Trata-se, portanto, de um espaço de trabalho, dotado de funcionalidade prática, que diverge do restante da residência conservada no formato de casa-museu.

O escritório de Dona Annita é composto por uma mesa de trabalho, com papéis e material de expediente. Merecem destaque no espaço, além das medalhas e placas honoríficas em exposição, os quadros exibidos na parede. Tais quadros expõem recortes de jornal, diplomas escolares e homenagens recebidas pela fundadora do ICH, dentre as quais podemos mencionar: o título de “cidadã honorária alcantareense”, concedido pela Câmara de Vereadores e pela Prefeitura de São Pedro de Alcântara, em 2019; o título de membro honorário do Instituto Histórico e Geográfico de Santa Catarina (IHGSC), de 2014; e o título de *Chevalier dans l'Ordre des Palmes Académiques*, recebido do governo francês, em 2006.

Na extremidade esquerda do andar, à direita do corredor, acessamos a suíte principal da residência, que opera como uma representação do espaço de intimidade do casal. O mobiliário, integralmente original da época, é composto por cama, mesas de cabeceira, cadeiras, cadeira de balanço, divã e penteadeira com espelho redondo. Na penteadeira, observamos alguns colares, porta-joias e frascos de perfume, além da peruca utilizada por Dona Ruth em ocasiões sociais¹⁴⁷. As paredes são adornadas com papel de parede, além de quadros decorativos que evocam símbolos religiosos católicos.

¹⁴⁷ O cuidado com a organização da expografia do Centro Cultural Ruth Hoepcke da Silva, que se expressa, por exemplo, na preocupação com os detalhes no que tange aos objetos expostos no quarto do casal, é resultado da atuação direta de Dona Annita, que viveu na residência e conhecia muito bem a disposição dos objetos no espaço.

Imagem 9 – Fotografia do quarto do casal, localizado no segundo andar do Centro Cultural Ruth Hoepcke da Silva, sede do Instituto Carl Hoepcke.



Fonte: Elaborada pelo autor, 2021.

Por fim, nos fundos do quarto do casal, à esquerda, uma porta dá acesso ao banheiro, integralmente conservado. O banheiro comporta uma banheira e uma pia dupla, ao passo que as paredes são revestidas com azulejos alemães importados. Na parede oposta, à direita do quarto, outra porta leva até uma sacada. Na parede situada junto à porta de entrada do quarto, temos acesso ainda a outro cômodo, o quarto de vestir, que exhibe o mobiliário original da época (armário, mesa e cadeiras, sapateira e baú), adquirido na Casa Alemã, em 1936.

2.9 “ENTRE DUAS CULTURAS”: A ESCOLHA ÉTNICA DE DONA ANNITA

O casamento entre Ruth Hoepcke e Aderbal Ramos da Silva, como foi sugerido, representa a fusão entre as elites emergentes alemãs e as elites tradicionais luso-brasileiras no contexto de Santa Catarina. A aliança matrimonial do clã Hoepcke com as elites tradicionais e autóctones catarinenses – isto é, a oligarquia Ramos – demonstra, ademais, uma estratégia bem-sucedida de integração no contexto da sociedade receptora, consolidando a trajetória social ascendente e demarcando a posição social da família. As filhas do casal, Annita e Silvia Hoepcke da Silva, são símbolos concretos da aliança entre as duas frações dominantes do estado e, portanto, as suas trajetórias serão marcadas pela integração e pelo ajustamento de dois sistemas culturais e étnicos distintos, transferidos por famílias com origem, história e trajetória bastante divergentes.

Ao falar de sua criação e origem familiar, Dona Annita faz menção a uma formação entre “duas culturas”. Nas palavras da entrevistada:

Então essas duas culturas em que nós fomos criadas, acabou sendo uma coisa muito interessante pra nós. Porque a gente transitava livremente entre as duas culturas, seja nas brincadeiras, na família, nas duas famílias. Isso foi importante, né?! Primeiro porque nos deu uma visão ampla das coisas, sem preconceito algum. Preconceito algum. Então eu acho que isso foi muito bom.

148

As duas culturas são compreendidas e referidas na fala de Dona Annita a partir de distinções em termos de valores, traços culturais e características de comportamento, concebidos enquanto atributos étnicos. Se a família de seu pai (isto é, o lado brasileiro) é “calorosa” e “unida”, o lado materno (europeu e alemão) se caracteriza pela “disciplina” e pelo “trabalho”. Segundo Dona Annita: “Então isso tudo me... Ajudou a me formar, com uma mentalidade assim misto de alemã, misto de europeia, com brasileiro, né?!”¹⁴⁹.

A formação de Annita e Silvia entre duas culturas ou sistemas étnicos teve uma das suas principais expressões na esfera religiosa, referida de modo explícito durante a entrevista. Conforme relatou-me Dona Annita, ainda que se considere Católica Apostólica Romana – tendo realizado sacramentos como a primeira comunhão e a crisma –, a sua formação religiosa ocorreu na interface entre o catolicismo e o luteranismo, uma vez que costumava acompanhar a sua mãe em cultos na igreja luterana. Ao passo que a religião católica está associada ao tronco paterno e lusitano da família – religião professada, de modo geral, pelos luso-brasileiros à época –, o luteranismo é relacionado à família materna e, portanto, à etnicidade imigrante de base germânica, operando como um importante atributo étnico distintivo.

Se as fundadoras do Instituto Carl Hoepcke possuem uma origem étnico-familiar dupla, isto é, se ambas foram criadas na intersecção entre uma família de origem alemã e outra de origem portuguesa, o direcionamento da instituição à promoção da história e da memória da imigração alemã – que, para além das atividades habitualmente levadas a cabo pela instituição (cursos de língua alemã, promoção de simpósios sobre a história da imigração etc.), se expressa na própria nomenclatura do Instituto, que homenageia Carl Hoepcke, e na nomenclatura da sede do Instituto, que emprega o nome de Ruth Hoepcke da Silva – compreende, indubitavelmente, uma dimensão e um ato de escolha étnica.

Vale lembrar que o acervo do ICH é composto por três grandes conjuntos documentais: família Hoepcke, empresas Hoepcke e Aderbal Ramos da Silva. Não obstante, podemos verificar um peso muito maior direcionado à promoção e à consagração da memória do lado materno da família de Dona Annita – isto é, da família Hoepcke – e, por extensão, da etnicidade

¹⁴⁸ HOEPCKE DA SILVA, Annita. Entrevista citada.

¹⁴⁹ HOEPCKE DA SILVA, Annita. Entrevista citada.

alemã. Ademais, é pertinente recordarmos que não faltariam personagens de vulto, na família paterna – os Ramos –, a serem homenageados ou emprestem o nome a um instituto de memória como o ICH. Para mencionarmos alguns deles, no contexto da extensa oligarquia política, podemos apontar que o pai de Dona Annita, Aderbal Ramos da Silva, foi deputado federal e governador do estado; o seu bisavô, Vidal Ramos, foi senador e governador; o seu tio-avô, Nereu Ramos, foi interventor federal, tendo chegado ainda ao posto de presidente da República.

Quando questionei Dona Annita em entrevista acerca do motivo da escolha de Carl Hoepcke para a nomeação do Instituto, ela apresentou um conjunto de razões: a descoberta do arquivo das empresas Hoepcke na década de 1980 e o contato direto das herdeiras com tais documentos, bem como com o acervo pessoal da família, à época em que patrocinaram a produção da biografia de Carl Hoepcke¹⁵⁰; o fato dos negócios e da atuação empresarial contemporânea da família ter relação direta com o espólio de Carl Hoepcke, especialmente no que se refere a empreendimentos imobiliários localizados em terrenos que foram adquiridos pelo patrono e por sua empresa, além da própria Fábrica de Rendas e Bordados Hoepcke, que permanece em atividade até hoje; e, por fim, ao fato de o seu pai, Aderbal Ramos da Silva, já emprestar o nome a um estádio de futebol¹⁵¹ e a uma avenida importante em Florianópolis, possuindo um nível de reconhecimento público considerado satisfatório¹⁵².

A tais motivos, podemos adicionar ainda outro, a saber, o desaparecimento do sobrenome Hoepcke com o passar do tempo e das gerações. Como foi exposto, os dois herdeiros homens de Carl Hoepcke – Carlos Hoepcke Júnior e Max Hoepcke – tiveram apenas uma filha cada, o que faz com que a utilização do sobrenome Hoepcke se encerre na geração de Annita e Silvia – que voltaram a empregar o sobrenome de nascimento, Hoepcke da Silva, após seus divórcios. Os filhos de Annita e Silvia – isto é, os filhos das bisnetas de Carl Hoepcke – empregam apenas o sobrenome paterno – Grillo e Comelli –, conjuntamente ao sobrenome materno de origem paterna – da Silva.

Se tais motivos estão repletos de sentido, contribuindo para o nome de Carl Hoepcke ter sido escolhido na qualidade de patrono da instituição de memória, eles não me parecem ser

¹⁵⁰ Tal argumento pode ser relativizado se considerarmos que a biografia de Aderbal Ramos da Silva (TANCREDO, 1998) foi publicada um ano antes da biografia de Carl Hoepcke (REIS, OLIVEIRA & KLUG, 1999). A biografia de Aderbal também se baseou em pesquisa junto aos arquivos da família, posteriormente abrigados no Instituto Carl Hoepcke. Assim, Dona Annita teve contato com os dois acervos basicamente ao mesmo tempo.

¹⁵¹ Aderbal Ramos da Silva dá nome ao estádio do Avaí Futebol Clube.

¹⁵² HOEPCKE DA SILVA, Annita. Entrevista citada.

suficientes. Em minha visão, soma-se a tais fatores a escolha étnica deliberada realizada por Annita Hoepcke da Silva. Em face da sua dupla origem familiar, da formação entre duas culturas e do peso do legado político da sua família paterna, a escolha de Carl Hoepcke e da família materna – isto é, uma família étnico-imigrante alemã – como foco de um instituto de memória se deve à identificação étnica mais direta da sua fundadora com o lado materno. Assim, dentre o universo de possibilidades de consagração, a promoção da memória de Carl Hoepcke e de Ruth Hoepcke da Silva demonstra uma escolha, um ato e uma tomada de posição de Dona Annita, assentada em critérios e valores de base étnica.

Essa escolha étnica supõe, naturalmente, uma transmissão familiar da etnicidade, que associa um valor positivo a práticas e valores considerados étnicos. Se, no âmbito das atividades econômicas e da inserção política, bem como em termos de cidadania, os Hoepcke se identificavam e atuavam como uma família propriamente catarinense e brasileira, em termos do âmbito doméstico, privado e familiar, a etnicidade alemã permanecia sendo cultivada, reproduzida e transmitida. Ademais, é no contexto familiar que constatamos o importante papel feminino e materno para a transmissão de valores étnicos.

Nesse sentido, podemos certamente imputar um papel destacado à mãe de Annita, Ruth Hoepcke da Silva (alemã nata, de família de origem alemã radicada em Florianópolis), para a transmissão da etnicidade. Como é sublinhado por Giralda Seyferth: “Quaisquer que sejam os critérios usados para construir um modelo de identificação étnica, a família aparece sempre como a unidade de reprodução do grupo étnico” (SEYFERTH, 1982, p. 24). Em tal contexto – isto é, o domínio da família, da domesticidade e da intimidade – a mulher adquire um papel destacado na educação dos filhos, na transmissão da cultura e dos valores étnicos, bem como na manutenção da língua alemã (SEYFERTH, 1982, p. 30; O’DONNELL, BRIDENTHAL & REAGIN, 2005, p. 1).

No caso de Dona Annita, outra figura feminina teve atuação destacada na sua formação e na transmissão da etnicidade. Trata-se de sua avó materna, a alemã nata Anna von Wangenheim¹⁵³. Em entrevista, Annita afirmou que “a minha avó, ela teve uma grande influência na minha vida”¹⁵⁴. Dona Annita mencionou o fato de ter passado muito tempo na casa da avó durante a infância em função das frequentes viagens dos pais pelo estado, em virtude de compromissos políticos. Foi com a avó, que falava com ela apenas em alemão, que

¹⁵³ O próprio nome Annita faz homenagem à avó, Anna von Wangenheim Hoepcke.

¹⁵⁴ HOEPCKE DA SILVA, Annita. Entrevista citada.

Dona Annita aprendeu o idioma. Nesse sentido, podemos compreender a forte influência da avó para a transmissão da germanidade no contexto familiar.

Um conjunto de acontecimentos históricos, protagonizados por integrantes da família Ramos, permite-nos compreender de modo mais complexo e nuançado a escolha étnica realizada por Dona Annita em seu investimento de promoção da memória familiar. O primeiro deles remonta ao contexto da I Guerra Mundial. Informam-nos Reis, Oliveira & Klug (1999, p. 275) que, em uma reunião do Diretório da Liga de Defesa Nacional¹⁵⁵, realizada no palácio do estado com a presença do governador Felipe Schmidt, um dos integrantes da Liga, Nereu Ramos, criticou o tesoureiro da organização, Carlos Hoepcke Júnior, por fazer parte do órgão e, ao mesmo tempo, ser encarregado dos negócios do Império Alemão em Florianópolis. Na ocasião, os demais membros concordaram com Nereu Ramos, ao passo que Carlos Hoepcke Júnior informou que já havia pedido dispensa do posto que o ligava à Alemanha. O mais importante, para a nossa discussão, é reter que os personagens envolvidos na contenda são, respectivamente, o tio-avô paterno e o avô materno de Annita Hoepcke da Silva.

Um segundo acontecimento histórico a ser mencionado consiste nas conhecidas campanhas de nacionalização (1938-1945), levadas a cabo durante o período da II Guerra e do Estado Novo. Como se sabe, tais campanhas foram responsáveis pela nacionalização e pela assimilação forçada e violenta de grupos étnico-imigrantes, dentre eles o alemão, com base na proibição do uso de língua estrangeira no país, da imprensa e do ensino em língua estrangeira, bem como do cerceamento das atividades de organizações étnico-culturais. A desobediência a tais medidas resultava em violência, prisão e até mesmo tortura, como é amplamente relatado pela bibliografia pertinente ao tema¹⁵⁶. À nossa discussão, compete fixar que tal episódio está ligado, mais uma vez, à figura de Nereu Ramos, aliado político de Getúlio Vargas e principal responsável pela execução das campanhas de nacionalização no contexto catarinense, quando ocupava o posto de interventor federal (1937-1945).

Restam ainda dois fatos históricos dignos de menção, associados desta vez a Aderbal Ramos da Silva, pai de Annita Hoepcke da Silva. O primeiro deles diz respeito ao trabalho de

¹⁵⁵ Organização fundada no Rio de Janeiro, em 1916, por Olavo Bilac, Pedro Lessa e Miguel Calmon, e presidida por Rui Barbosa. A Liga defendia o apoio brasileiro aos Aliados durante a I Guerra, além do serviço militar obrigatório. Ver: CPDOC/FGV. **Liga de Defesa Nacional**. 1997. Disponível em: <https://cpdoc.fgv.br/producao/dossies/AEraVargas1/anos20/CentenarioIndependencia/LigaDeDefesaNacional>. Acesso em: 25 jul. 2021. Em seu texto, Reis, Oliveira & Klug (1999) não informam mais detalhes, mas muito provavelmente referem-se a uma seccional catarinense da Liga.

¹⁵⁶ Não tratarei das campanhas de nacionalização em maiores detalhes aqui, o que já realizei em outras oportunidades (ver VOIGT, 2017, 2021b). Consultar também, por exemplo, o importante trabalho de Fáveri (2002).

consolidação da reforma da escola primária, que contribuiu para a nacionalização do ensino em Santa Catarina. Tal iniciativa, iniciada por Nereu Ramos, foi consolidada por seu sobrinho, Aderbal Ramos da Silva, durante seu mandato como governador (1947-1951)¹⁵⁷. O segundo fato histórico refere-se ao famoso Congresso de História Catarinense¹⁵⁸, ocorrido em outubro de 1948, que promoveu a açorianidade como identidade representativa e oficial do estado catarinense, operando, simultaneamente, um apagamento da identidade alemã. Ainda que Aderbal Ramos da Silva tenha se licenciado do cargo no início de 1948, retornando apenas em 1950, o evento foi realizado durante o seu mandato, tendo contado com o apoio e o financiamento do governo do estado.

Considerando que Annita Hoepcke da Silva descende diretamente da família Ramos – de notória orientação antigermanista, tanto no âmbito ideológico quanto político –, a fundação de uma instituição voltada à promoção da memória e da etnicidade alemãs explicita ainda mais o exercício de escolha entre duas origens familiares e étnicas divergentes. Nesse sentido, o aparente paradoxo de uma sobrinha-neta de Nereu Ramos – figura-chave da nacionalização em Santa Catarina – e filha de Aderbal Ramos da Silva – outro político de expressão ligado à oligarquia Ramos, baluarte da luso-brasilidade no estado – ter se constituído como uma das principais germanistas da capital do estado catarinense, tendo fundado uma expressiva instituição promotora da germanidade em Florianópolis, adquire inteligibilidade quando temos em mente o modo como Dona Annita estabelece a sua identificação étnica e hierarquiza as suas origens familiares. Dessa forma, a fundação do Instituto Carl Hoepcke, voltado à promoção da memória sobre a família Hoepcke e da história da imigração alemã, representa e consolida a escolha étnica de Dona Annita, orientada à germanidade, herdada e transmitida no contexto de sua família materna.

Por fim, é mister salientar que a escolha étnica de Dona Annita, que representa um distanciamento em relação aos posicionamentos e à imagem associada historicamente aos alemães pela oligarquia Ramos no espaço público, não representa um distanciamento, ocultamento ou rejeição dessa origem familiar. Ao contrário, ao fazer menção à família Ramos, Dona Annita fala, de modo afetuosamente, dos “lageanos, lá de Coxilha Rica”¹⁵⁹. Ademais, como vimos, o Instituto Carl Hoepcke abriga o acervo de Aderbal Ramos da Silva, além de possuir

¹⁵⁷ Informação extraída de: CPDOC/FGV. **Dicionário Histórico-Biográfico Brasileiro:** Aderbal Ramos da Silva. Disponível em: <http://www.fgv.br/cpdoc/acervo/dicionarios/verbete-biografico/silva-aderbal-ramos-da>. Acesso em: 12 maio 2021.

¹⁵⁸ Tratarei desse congresso, em maiores detalhes, na seção seguinte.

¹⁵⁹ Distrito de Lages, de onde se origina a família Ramos. Mencionado em: HOEPCKE DA SILVA, Annita. Entrevista citada.

um espaço expositivo consagrado a esse personagem¹⁶⁰. Por fim, podemos mencionar a participação de Dona Annita e sua família na cerimônia de homenagem ao centenário de nascimento de Aderbal, promovida pela Câmara de Vereadores de Florianópolis¹⁶¹. Desse modo, a escolha étnica e a identificação com a germanidade por parte de Dona Annita não significam, de modo algum, o apagamento da memória de antepassados ligados à linhagem paterna da família, nem a negação da origem luso-brasileira de parte do grupo familiar¹⁶².

2.10 FLORIANÓPOLIS, UMA CIDADE “ALEMÃ”?

A escolha étnica de Dona Annita Hoepcke da Silva está relacionada e auxilia-nos a compreender outra característica importante implicada nas ações levadas a cabo pelo Instituto Carl Hoepcke, a saber, o esforço de delimitação de um espaço de relevância e de destaque para os imigrantes alemães e para a etnicidade germânica no contexto da capital catarinense. A demarcação de um *locus* histórico para os alemães em Florianópolis significa, simultaneamente, a delimitação de um espaço de destaque para o próprio grupo familiar Hoepcke, cuja história está ligada à imigração alemã. Em outras palavras, ao definir um lugar específico e relevante para os alemães em Florianópolis, tematizando acontecimentos e aspectos da história da imigração e da colonização alemã, o Instituto Carl Hoepcke está delimitando também um lugar de relevância para os membros mais proeminentes do grupo étnico alemão da cidade – isto é, para a sua elite étnica –, da qual faz parte, em função da posição social alcançada e dos recursos econômicos acumulados, o grupo familiar Hoepcke.

Nesse sentido, podemos compreender o objetivo explícito do Instituto Carl Hoepcke de se constituir em uma instituição sobre a memória de Florianópolis. Estando permanentemente aberto à doação de acervos de procedência diversa, desde que ligados à história de Florianópolis, e sendo uma instituição de orientação explicitamente germanista, podemos depreender o esforço da instituição em tematizar a história e a memória de Florianópolis enfocando a contribuição alemã para a cidade. Dito de outro modo, ao preservar e difundir a memória sobre Florianópolis, esta é invariavelmente associada ao elemento germânico e à

¹⁶⁰ Em que, diga-se de passagem, consta uma foto com o tio, Nereu Ramos.

¹⁶¹ GUTIERREZ, Leila. Sessão especial do Centenário do Dr. Deba. **ND Mais**, Florianópolis, 17 fev. 2011. Disponível em: <https://ndmais.com.br/diversao/sessao-especial-do-centenario-do-dr-deba/>. Acesso em: 12 jun. 2021.

¹⁶² Em larga medida, Dona Annita é conhecida e reconhecida no espaço de Florianópolis em associação à imagem de seu pai, isto é, como filha de Aderbal Ramos da Silva. Desse modo, a inserção social e a construção da imagem pública de Annita é determinada por notabilidades que derivam de duas posições de elite distintas e articuladas, a luso-brasileira e a teuto-brasileira.

narrativa que enfatiza a sua contribuição para a cidade. No ICH, a chave para a memória de Florianópolis é a germanidade; assim, o investimento na preservação e na promoção da memória da cidade representa, ao mesmo tempo, a demarcação de um lugar para os alemães na história e no imaginário sobre Florianópolis, bem como a difusão de uma representação pública elogiosa sobre a etnicidade germânica no contexto da cidade.

Deve-se pontuar que a história e a composição demográfica de Florianópolis são bastante distintas daquelas de cidades catarinenses fundadas originalmente como colônias alemãs, acentuadamente mais homogêneas em termos de composição étnica. A colonização alemã em Santa Catarina começou a se desenvolver, por meio da fundação e do povoamento de colônias, a partir do século XIX e, de modo mais sistemático, a partir de meados desse século. Dentre as áreas de colonização alemã no estado, podemos mencionar as duas maiores e mais importantes, a Colônia Blumenau (no Vale do Itajaí), fundada em 1850, e a Colônia Dona Francisca (atualmente Joinville, ao norte do estado), estabelecida em 1851¹⁶³.

Em contraste, o início da povoação de Florianópolis, ainda que de modo bastante esparso, teve início por volta de 1675, quando o vicentista Francisco Dias Velho fundou Nossa Senhora do Desterro, pertencente à época à vila de Laguna. Em 1726, Nossa Senhora do Desterro alcançou o estatuto de vila¹⁶⁴. A partir de 1737, em função da sua posição estratégica, começaram a ser erigidas fortalezas na ilha para a defesa do território português meridional¹⁶⁵. Em meados do século XVIII, a ilha de Santa Catarina passou a ser povoada por ilhéus portugueses, provenientes especialmente do arquipélago dos Açores – estima-se que, entre 1748 e 1754, tenham chegado cerca de 6 mil açorianos a Desterro (PIAZZA, 1992). O próximo afluxo populacional significativo ocorreu a partir das primeiras décadas do século XIX, com a vinda de alemães, principalmente a partir da colônia de São Pedro de Alcântara, fundada em 1829, localizada nas proximidades de Desterro. Em termos de composição demográfica, devemos mencionar ainda os tupis-guaranis, primeiros habitantes da ilha, e os africanos escravizados – embora a população de origem africana seja menos expressiva numericamente, no contexto catarinense, quando comparada à de outros estados.

Tendo em vista a história de Florianópolis e o multifacetado processo de composição étnico-demográfica do seu território, chama a atenção o fato de que o imaginário e o imagético dominantes sobre a cidade estejam associados quase que exclusivamente ao elemento

¹⁶³ Respectivamente, a terceira maior e a maior cidade do estado em número de habitantes. A capital, Florianópolis, é a segunda cidade em termos de concentração populacional.

¹⁶⁴ Desterro tornou-se a capital da Província de Santa Catarina cerca de um século depois, em 1823.

¹⁶⁵ Informações extraídas de: IBGE Cidades. **Florianópolis: História & Fotos**. 2017. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/sc/florianopolis/historico>. Acesso em: 18 jul. 2021.

açoriano¹⁶⁶. Mais importante, tal imaginário – isto é, o de Florianópolis como uma cidade de colonização açoriana – foi construído em tempos relativamente recentes, por meio do trabalho e do engajamento de um conjunto de intelectuais.

Um dos principais acontecimentos históricos para a consolidação e a difusão de uma imagem identitária calcada no passado luso-brasileiro de base açoriana para o estado de Santa Catarina e, de modo especial, para a cidade de Florianópolis – onde o assentamento de açorianos se concentrou –, consistiu no I Congresso Catarinense de História, organizado pelo Instituto Histórico e Geográfico de Santa Catarina, em 1948¹⁶⁷. O congresso, que celebrava os duzentos anos da chegada dos primeiros açorianos a Desterro, reuniu os principais intelectuais e historiadores catarinenses da época, buscando resgatar a história dos açorianos em Santa Catarina e cristalizar uma visão positiva do elemento português no estado. Desse modo, buscava-se afirmar a brasilidade catarinense, bastante questionada durante o Estado Novo, em função da associação do estado com a germanidade (FROTSCHER, 2003).

Segundo Méri Frotscher (2003), uma das poucas vozes dissonantes no congresso era a de Max Tavares D’Amaral. Em sua tese apresentada no evento, intitulada *Contribuição à história da colonização alemã no Vale do Itajaí*, bastante criticada pelos demais participantes, D’Amaral sustentou que o elemento açoriano no contexto catarinense não se constituía em um colonizador, mas antes um povoador. Na visão de D’Amaral, a economia criada pelos “povoadores” açorianos girava em torno da extração de recursos naturais; assim, o desenvolvimento econômico no estado só teria ocorrido nas regiões de colonização alemã, eslava e de imigrantes do Mediterrâneo. O que está em jogo em tal formulação é a defesa do imigrante alemão como o verdadeiro elemento colonizador e fundador do estado, responsável pelo estabelecimento da agricultura e da indústria no Vale do Itajaí¹⁶⁸. Ademais, estavam implícitas no debate duas concepções de civilização: uma que favorecia o progresso material,

¹⁶⁶ No contexto de Florianópolis (e do litoral de Santa Catarina de modo geral), podemos mencionar, por exemplo, as manifestações culturais do boi de mamão e da renda de bilros, que operam como símbolos identitários da açorianidade. O estereótipo associado ao nativo de Florianópolis, o “Manezinho da Ilha”, também faz referência aos colonizadores açorianos.

¹⁶⁷ O evento contou com o patrocínio do Executivo e do Legislativo de Santa Catarina, bem como da Prefeitura Municipal de Florianópolis (FROTSCHER, 2003, p. 229).

¹⁶⁸ Nesse sentido, a defesa da contribuição alemã à história e ao desenvolvimento catarinenses é, de modo interessante, realizada por um catarinense de origem lusa. Max Tavares D’Amaral (1906-1972), advogado, deputado federal pela União Democrática Nacional (UDN) entre 1946 e 1951, foi casado com Isolde Hering, possuindo ligações com a Cia. Hering de Blumenau. Max é pai de Carlos Tavares D’Amaral, atual diretor-presidente da Fundação Hermann Hering, sobre a qual tratarei no próximo capítulo. Ver: MEMÓRIA POLÍTICA DE SANTA CATARINA. **Biografia Max Tavares do Amaral**. 2020. Disponível em: http://memoriapolitica.alesc.sc.gov.br/biografia/1126-Max_Tavares_do_Amaral. Acesso em: 15 jul. 2021.

associada aos alemães, e outra que enfocava a facilidade de assimilação, associada aos açorianos (FROTSCHER, 2003).

A concepção de colonização implicada na tese de D’Amaral é interessante, uma vez que encontra expressão nos textos e nas falas do superintendente do Instituto Carl Hoepcke, Max Müller. Muitas décadas depois, Müller desenvolve uma formulação sobre colonização bastante similar, em uma leitura que favorece e salienta a contribuição dos imigrantes e da etnicidade alemã para o estado de Santa Catarina.

Nas primeiras páginas da biografia que elaborou sobre Carl Hoepcke, Müller (2007) procura definir precisamente o “sentido do termo colonização”. Em sua visão, a colonização europeia no país a partir do século XIX difere da colonização portuguesa levada a cabo desde o descobrimento até a independência do Brasil. A colonização europeia iniciada a partir do século XIX – que compreende a colonização alemã em Santa Catarina – se distingue da colonização anterior, uma vez que não está voltada à extração de recursos naturais, com o mínimo de esforço. Nos termos do autor: “É fundamental realçar, entretanto, que neste trabalho, colonizar possui o sentido de imigrar, entrar em um novo país para nele viver, tem o sentido de transferência de vida, de um novo existir, numa nova terra e nova pátria” (MÜLLER, 2007, p. 18). Tal conceito de colonização distingue-se do “sentido pejorativo” do termo, associado à colonização portuguesa, na medida em que compreende a dimensão do trabalho – e da construção de uma nova pátria pelo trabalho. Por extensão, pode-se afirmar que tal formulação esforça-se para definir um caráter alemão para o estado de Santa Catarina e sua colonização, uma vez que a imigração alemã teria sido a responsável pelo desenvolvimento socioeconômico via trabalho, ao passo que a colonização portuguesa se limitava à mera extração natural sem trabalho e esforço¹⁶⁹.

¹⁶⁹ O debate em torno dos dois sentidos do termo colonização pode ser explicitado se considerarmos, por exemplo, o nuance entre os termos da língua inglesa *settlement* e *colonization*; o primeiro poderia ser associado à colonização alemã, ao passo que o segundo remeteria à colonização portuguesa.

Quando questionei de modo direto o Senhor Müller, em entrevista¹⁷⁰, sobre a sua opinião acerca da importância dos alemães para Florianópolis e, ademais, se considerava Florianópolis uma “cidade alemã”, o entrevistado elaborou a extensa resposta abaixo, a qual transcrevo na íntegra em função do seu grande interesse e pertinência à análise:

Foram os alemães no século XIX que criaram grande parte do comércio e serviço na cidade de Florianópolis. No dizer do saudoso Evaldo Pauli¹⁷¹, aqui se estabeleceu uma colônia urbana, a primeira do Estado. Essa colônia foi formada basicamente por aqueles colonos que tendo vindo com destino a São Pedro de Alcântara, foram se acomodando aqui na ilha em função da demora em criar a estrutura necessária para recebê-los naquela que é a primeira colônia agrícola do Estado de Santa Catarina - São Pedro de Alcântara. Além disso aqui em Florianópolis estavam os serviços de apoio aos imigrantes como os consulados, etc...

Agora sobre considerar Florianópolis uma cidade alemã eu respondo que não, não nos moldes que conhecemos hoje, nós que somos daqui, passamos por muitas e fortes pressões sociais, políticas e culturais desde a segunda guerra mundial, mas lembro que a colônia alemã aqui em Florianópolis sempre foi muito forte e atuante, exercendo influência em todos os setores, inclusive na política. Essa influência entrou em declínio com a campanha de nacionalização a partir de 1942.

Podemos fazer uma rápida reflexão: o que caracterizaria uma cidade alemã? Um clube alemão? Florianópolis teve dois. O Clube Germania, fundado no final do século XIX que estava localizado nos altos da rua Tenente Silveira onde hoje está a Biblioteca Pública e o Clube de Tiro - Schützenverein zum Florianópolis, fundado nos primeiros anos do século XX, ficava na Avenida Mauro Ramos onde hoje se encontra a Igreja Universal, o local era conhecido na cidade como Tiro Alemão.

O que mais caracteriza uma cidade alemã? Uma Escola Alemã? Florianópolis teve uma, aliás, o prédio continua lá, ainda está de pé, na rua Nereu Ramos. Que outra estrutura representa uma cidade alemã? Um cemitério Alemão? Florianópolis tem o seu cemitério alemão, dentro do cemitério do Itacorubi, há uma área, separada dos demais, é o cemitério alemão de Florianópolis que, aliás, recomendo uma visita.

O que mais? As cidades alemãs têm a sua Igreja Luterana onde a comunidade se reúne e tem cultos em língua alemã, pois bem, aqui em Florianópolis temos

¹⁷⁰ A entrevista com o Sr. Max Müller, em virtude da pandemia de COVID-19 e a critério do entrevistado, foi realizada mediante o envio do roteiro de questões, respondidas em formato de texto. Esse formato de entrevista deve ser problematizado em função das suas particularidades, quando comparado à entrevista via videoconferência – formato privilegiado pelos cientistas sociais durante a pandemia – e, obviamente, à entrevista presencial. Se, por um lado, a entrevista por texto garante um maior controle da situação de entrevista por parte do entrevistado – possibilitando uma maior reflexão e organização das ideias transmitidas ao pesquisador, suprimindo a espontaneidade e a interação social da entrevista, além de impossibilitar a realização de perguntas fora do roteiro que possam eventualmente surgir no momento da conversa –, esse formato de entrevista apresenta uma vantagem, precisamente no que diz respeito à organização das ideias transmitidas ao pesquisador pelo entrevistado, que decorrem de uma reflexão mais prolongada e sistemática – fato que se comprova no excerto da entrevista do Sr. Müller transcrito a seguir. De todo o modo, a entrevista via texto foi o formato possível a esta pesquisa, considerando o contexto pandêmico e resguardando o anseio manifesto pelo entrevistado.

¹⁷¹ Evaldo Pauli (1925-2014), filósofo, escritor e professor da Universidade Federal de Santa Catarina.

muitos alemães católicos e temos uma série de instituições católicas fortemente ligadas a alemães e seus descendentes como é o caso do colégio Catarinense, Colégio Coração de Jesus, entre outros, mas também temos a nossa Igreja Luterana com cultos em alemão uma vez por mês, no alto da Rua Nereu Ramos. Tivemos nosso hospital alemão, fundado pelo dr Gofferge e temos o hospital São Sebastião fundado por um médico de origem alemã aqui residente, Dr. Djalma Moellmann. Enfim, citar as instituições e famílias alemãs aqui em Florianópolis seria bastante exaustivo [sic]¹⁷².

De início, podemos constatar que a importância dos alemães é imputada ao seu papel para o desenvolvimento socioeconômico da cidade de Florianópolis (“Foram os alemães no século XIX que criaram grande parte do comercio [sic] e serviço na cidade de Florianópolis”), o que nos remete ao sentido específico atribuído ao termo colonização, nas teses desenvolvidas por D’Amaral e pelo próprio Müller. Em segundo lugar, verificamos que o entrevistado afirma, inicialmente, não considerar Florianópolis uma cidade alemã. A justificativa, para tanto, é buscada nas campanhas de nacionalização e no contexto da II Guerra Mundial, que teriam sido responsáveis pelo declínio da influência e da projeção dos alemães na capital catarinense. Poderíamos adicionar ainda dois fatores que certamente influenciam a negação de Müller, na medida em que são de amplo conhecimento do entrevistado: de um lado, a composição étnico-demográfica e a formação histórica de Florianópolis, que diferem quando comparadas às cidades originadas como colônias alemãs; e, de outro lado, a expressividade e a força das representações identitárias sobre Florianópolis associadas ao elemento açoriano¹⁷³.

Não obstante, apesar da negação quanto ao caráter alemão de Florianópolis, o entrevistado elenca, no restante do seu texto, um conjunto de fatos históricos que, contrariamente, atestariam as propriedades germânicas da cidade – por exemplo, a escola alemã, a igreja luterana, as sociedades culturais e recreativas, os médicos alemães etc. Desse modo, o posicionamento do superintendente do Instituto Carl Hoepcke torna-se explícito: ainda que, nos dias atuais (“nos moldes que conhecemos hoje”), Florianópolis não seja uma cidade “alemã”, os imigrantes e colonizadores alemães tiveram uma presença e uma atuação expressivas no contexto da cidade (“a colônia alemã aqui em Florianópolis sempre foi muito

¹⁷² MÜLLER, Max José. [2021]. Entrevista concedida a Lucas Voigt (por escrito). Florianópolis, 9 fev. 2021. 1 arquivo .docx (5 páginas).

¹⁷³ O apagamento do elemento germânico no imaginário sobre a cidade foi bem-sucedido em Florianópolis – o que dificilmente ocorreria em outros contextos, como o de Blumenau, em que as campanhas de nacionalização também tiveram um grande impacto – pelo fato de a cidade representar o centro de poder do estado, concentrando a intelectualidade de orientação lusitana, bem como os quadros da elite política de origem luso-brasileira. Ademais, a própria formação histórica e a composição étnico-demográfica de Florianópolis são fatores a serem levados em conta, na medida em que o apagamento da etnicidade germânica mostrar-se-ia muito menos exequível em uma cidade originada como colônia alemã.

forte e atuante, exercendo influencia [*sic*] em todos os setores”), sendo os responsáveis pela introdução do progresso material e pela criação de uma estrutura comunitária (escola, igreja, associações culturais etc.) que não deixaria Florianópolis em patamar inferior, se comparada às cidades originadas como colônias alemãs. Para que esse atributo germânico da cidade seja conhecido e reconhecido, compreende-se a necessidade de iniciativas de resgate e de promoção da memória dos alemães – isto é, de iniciativas tais como a do Instituto Carl Hoepcke.

As campanhas de nacionalização são um fator importante e recorrente nas narrativas produzidas no contexto do Instituto Carl Hoepcke, servindo como um fator explicativo para a derrocada da posição ocupada pelos alemães em Florianópolis. Por exemplo, pude verificar com frequência a menção às campanhas de nacionalização e seus impactos negativos sobre as atividades empresariais do grupo Hoepcke. Ademais, em sua entrevista, Annita Hoepcke da Silva desenvolve um argumento bastante semelhante ao de Max Müller, quando afirma que: “[...] O núcleo alemão que havia aqui não era pequeno, mas eu acho que isso tudo foi muito prejudicado, não é? Com a... Na época da guerra”¹⁷⁴.

Dessa forma, para empregarmos um silogismo, se a posição ocupada pelos alemães e as representações públicas sobre a contribuição alemã para Santa Catarina foram afetadas pelas campanhas de nacionalização e pelo contexto da II Guerra – em que se verificou uma associação generalizada e despropositada entre os imigrantes alemães e o nazismo –, e se um dos objetivos do Instituto Carl Hoepcke é disseminar e promover a memória sobre a imigração e sobre os alemães em Santa Catarina e, de modo especial, em Florianópolis – garantindo um espaço para a etnicidade germânica na história e na esfera pública da cidade –, temos, por extensão, que o Instituto Carl Hoepcke representa uma iniciativa de reação e de contraposição às imagens amplamente disseminadas sobre os alemães durante o Estado Novo a partir das campanhas de nacionalização. Em outras palavras, se o Estado Novo foi o responsável pelo enfraquecimento e pelo apagamento da etnicidade alemã em Florianópolis – e até mesmo do orgulho e da autoidentificação étnica –, afirmar essa etnicidade e promover a memória sobre os alemães e seus descendentes constitui uma reação à imagem associada ao grupo étnico alemão durante as campanhas de nacionalização.

Por fim, um último elemento chama a atenção no trecho da entrevista do Senhor Müller transcrito acima. O texto se inicia afirmando o pioneirismo e a precedência histórica de Florianópolis no contexto da colonização alemã em Santa Catarina – que teria se consolidado como a primeira colônia urbana do estado –, bem como o pioneirismo de São Pedro de

¹⁷⁴ HOEPCKE DA SILVA, Annita. Entrevista citada.

Alcântara, município localizado na Grande Florianópolis – que representou a primeira colônia alemã rural do estado, fundada em 1829.

Dessa forma, podemos afirmar que, além de delimitar um espaço para os alemães em Florianópolis, as iniciativas levadas a cabo pelo Instituto Carl Hoepcke visam demarcar um espaço para Florianópolis – e para os alemães étnicos de Florianópolis – no contexto mais abrangente da imigração e da colonização alemãs em Santa Catarina. Essa “concorrência” e “competição” com outras cidades, em que a identidade dominante no espaço público é a germânica – como é o caso de Blumenau e, em menor grau, de Joinville – tem expressão, também, na atuação do ICH no município de São Pedro de Alcântara por meio da criação do Centro Cultural Casa de São Pedro, previamente analisado. Em outras palavras, se a cidade de São Pedro de Alcântara representa a primeira colônia alemã de Santa Catarina, essa história deve ser preservada, demarcada e promovida em função do seu potencial simbólico aos alemães da Grande Florianópolis. Como se constata, o meio escolhido para a execução dessa tarefa, uma vez mais, é a criação de uma instituição de memória.

2.11 DIVIDENDOS SIMBÓLICOS E A EFICÁCIA DA CONSAGRAÇÃO SOCIAL

Tendo se constituído como o principal empresário de Florianópolis de sua época, pode-se facilmente antever que o capital econômico adquirido e acumulado por Carl Hoepcke não representa a sua única fonte de recursos, sendo acompanhado de uma boa e extensa rede de relações sociais, de conhecimento e de interconhecimento – isto é, de capital social –, bem como de prestígio e de reconhecimento social – ou seja, de capital simbólico.

Temos ciência a partir do jornal *O Josephense* que, pouco tempo após a morte de Carl Hoepcke, erigiu-se um busto em sua homenagem, confeccionado pelo escultor Frederico Lobe, com inauguração prevista para 1º de maio de 1926. No dizer do jornal: “Bem justos são esses premios, que os homens costumam dispensar áquelles que deixam na terra lempejos rutilantes de uma vida cheia de beneficios [*sic*]”¹⁷⁵.

O busto em bronze está assentado em um pedestal na Praça Getúlio Vargas (popularmente conhecida como “Praça dos Bombeiros”), uma das principais da cidade, no centro de Florianópolis. A placa de metal afixada no pedestal traz o dizer “O povo de Sta. Catharina a Carl Hoepcke”, gravando ainda o ano de confecção da escultura, 1925. Informam-

¹⁷⁵ A HERMA de Carl Hoepcke. *O Josephense*, São José, a. 1, n. 13, 28 mar. 1926, p. 1. Disponível em: <http://hemeroteca.ciasc.sc.gov.br/jornais/ojosephense/OJOS1926013.pdf>. Acesso em: 14 maio 2021.

nos Reis, Oliveira & Klug (1999, p. 304 *et seq.*) que, em janeiro de 1924, o advogado Henrique Rupp Júnior enviou uma carta ao jornal *O Estado*, propondo a elaboração de uma herma a Carl Hoepcke, bem como uma campanha de arrecadação de fundos para a execução do projeto.

A história do busto de Carl Hoepcke é interessante por representar as oscilações e as tensões às quais foi submetida a imagem pública dos alemães em Florianópolis e, de modo geral, em Santa Catarina. De acordo com Reis, Oliveira & Klug (1999), em 21 agosto de 1942 – um dia antes da declaração de guerra do Brasil aos países do Eixo –, o busto foi destruído em uma mobilização popular. Nas palavras dos autores: “[...] *ele* [Carl Hoepcke] era o grande símbolo. Mesmo morto, ele significava, para a multidão, a ameaça da dominação germânica sobre o mundo. Ele permanecia sendo o maior símbolo germânico da Ilha. Destruir o busto de Carl Hoepcke, dezoito anos após sua morte, significava, para o povo descontrolado, aniquilar, historicamente, o inimigo” (REIS, OLIVEIRA & KLUG, 1999, p. 307, grifo dos autores).

A estátua foi restaurada e recolocada na Praça Getúlio Vargas apenas após a guerra, em 1947. A restauração da homenagem a Carl Hoepcke foi realizada durante a gestão de Adalberto Tolentino de Carvalho na prefeitura de Florianópolis, iniciativa certamente influenciada pela presença de Aderbal Ramos da Silva no governo do estado. A reinauguração da estátua, em solenidade pública, foi realizada por Ruth Hoepcke da Silva, neta de Carl Hoepcke e então primeira-dama do estado (REIS, OLIVEIRA & KLUG, 1999, p. 308).

O busto de Carl Hoepcke, instalado pouco após o seu falecimento, indica o nível de prestígio social e de poder alcançado pelo homenageado, bem como pela família Hoepcke, no contexto da capital catarinense. Ademais, a sua restauração indica o investimento e a preocupação da família com a memória do seu fundador, Carl Hoepcke. Outro elemento serve para a comprovação de tais assertivas: a existência de uma rua, batizada com o nome “Hoepcke”, no centro de Florianópolis. Tais fatos constituem, assim, um indicativo da relativa consagração social do personagem histórico Carl Hoepcke e de seu grupo familiar.

Não obstante, é interessante ressaltarmos que tais homenagens são consideradas, de certo modo, insuficientes. Na biografia sobre Carl Hoepcke assinada por Reis, Oliveira & Klug (1999) e elaborada com o patrocínio da família, questiona-se se a estátua é “visível” o bastante – uma vez que os transeuntes atravessam a Praça Getúlio Vargas quase incólumes, sem identificarem a estátua – e, ademais, se não seria adequado adicionar à placa mais informações sobre o personagem, na medida em que ela se limita a mencionar o nome de Carl Hoepcke e o ano de confecção do busto (REIS, OLIVEIRA & KLUG, 1999, p. 306).

No que tange à Rua Hoepcke, localizada na área onde se situava a antiga vila operária das empresas Hoepcke, ela é considerada “singela”; além disso, a nomenclatura não deixa

explícito a quem se direciona a homenagem – isto é, se a Carl Hoepcke, à família ou à empresa (REIS, OLIVEIRA & KLUG, 1999, p. 297-8). No dizer dos biógrafos: “Não estaria em tempo de a cidade, embora tardiamente, se redimir, prestando-lhe uma homenagem mais justa?” (*ibidem*, p. 298). Essa construção discursiva, que questiona se o nível de deferência pública e de reconhecimento a Carl Hoepcke no contexto da memória de Florianópolis é suficiente e que, ao mesmo tempo, demanda da cidade homenagens em maior amplitude e escala, mostra-se bastante recorrente em toda a obra.

Os clamores dos biógrafos de Carl Hoepcke, ao que tudo indica, foram ouvidos. Em dezembro de 2011 foi inaugurado no centro de Florianópolis o – bastante visível, transitado e nada singelo – Elevado Carl Hoepcke, nas proximidades do Terminal Rodoviário Rita Maria e da área em que Carl Hoepcke historicamente desenvolveu grande parte de suas atividades empresariais. Na solenidade de inauguração, que teve a presença do então governador de Santa Catarina, Raimundo Colombo (PSD), do então prefeito, Dário Berger (PMDB) e do então vereador e atual prefeito de Florianópolis, Gean Loureiro (PMDB e, atualmente, DEM), Dona Annita Hoepcke da Silva proferiu um discurso, elogiando as autoridades públicas pela obra e pela escolha do nome para o elevado, tematizando ainda a importância de Carl Hoepcke para história de Florianópolis¹⁷⁶.

Nesse sentido, é pertinente questionarmo-nos, nesta última seção, sobre a eficácia da ação simbólica de legitimação e de consagração social levada a cabo por membros do próprio grupo familiar a partir de iniciativas de memorialização e, de modo especial, da fundação de instituições de memória privadas. Na perspectiva de Pierre Bourdieu, as iniciativas de autoconsagração ou de consagração social levada a cabo por familiares possuem, via de regra, uma baixa eficácia. Nas palavras do autor:

¹⁷⁶ PORTAL DA ILHA DIGITAL. **Inauguração do Elevado Carl Hoepcke**. 2012. 2m14s. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=kKQFuIfLQqI>. Acesso em: 21 jul. 2021.

As the act of recognition has all the more chances of being recognized, and accordingly legitimate and legitimating, if it appears less determined by external constraints (for instance those exerted through economic or political calculations), the efficacy of a symbolic action of legitimation increases along with the recognized, or statutory independence of the consecrating agent or institution from the consecrated agent or institution. This efficacy is null in the cases of self-consecration (Napoleon crowning himself) or self-celebration (a writer writing his own panegyric), weak in the case of consecration by mercenaries or accomplices or even by relatives and loved ones, as is the case in all relations of direct exchange of symbolic services (tributes, prefaces, reviews, etc.), which are all the more transparent as the distance between the exchangers, as in the mutual admiration clubs where A consecrates B who consecrates A, and the temporal lapse between acts of exchange are short. Conversely, it is maximal when all visible relationships of material or symbolic interest between the institutions or agents concerned have disappeared (BOURDIEU, 2020, p. 37-8)¹⁷⁷.

Se a formulação de Bourdieu possui pleno sentido lógico, isto é, se parece natural que quanto maior a distância e a independência entre a instância consagradora e o agente consagrado tanto maior é a eficácia da ação simbólica de consagração, podemos constatar, todavia, um bom número de exemplos empíricos em que o esforço de autolegitimação e de autoconsagração, bem como as iniciativas de legitimação e de consagração por instâncias com proximidade social em relação ao agente consagrado – como a família – demonstram uma eficácia simbólica considerável.

Nesse contexto, devemos ter em mente, de um lado, que estratégias de legitimação e de consagração que não têm necessariamente como finalidade legitimar e consagrar o próprio agente que as executa – isto é, estratégias que não são orientadas *a priori* à autolegitimação e à autoconsagração – podem ter por efeito e consequência a legitimação e a consagração do agente legitimador e consagrador. De outro lado, iniciativas deliberadas de autolegitimação e de autoconsagração, ou estratégias de legitimação e de consagração levadas a cabo por agentes com proximidade em relação ao agente consagrado, podem ter por efeito e consequência a

¹⁷⁷ Tradução livre: “Como o ato de reconhecimento tem mais chances de ser reconhecido e, por consequência, de ser legítimo e legitimador, se parecer menos determinado por constrangimentos externos (por exemplo, aqueles exercidos por meio de cálculos econômicos ou políticos), a eficácia de uma ação simbólica de legitimação aumenta conforme a independência reconhecida ou estatutária do agente ou instituição consagradora em relação ao agente ou instituição consagrada. Essa eficácia é nula nos casos de autoconsagração (Napoleão coroando a si mesmo) ou autocelebração (um escritor escrevendo o seu próprio panegírico), fraca no caso de consagração por mercenários ou cúmplices ou mesmo por familiares e entes queridos, como é o caso em todas as relações de troca direta de serviços simbólicos (homenagens, prefácios, resenhas, etc.), que são tanto mais transparentes quanto mais curta é a distância entre aqueles que trocam, como nos clubes de admiração mútua onde A consagra B que consagra A, e quanto mais curto é o lapso temporal entre os atos de troca. Inversamente, ela é máxima quando todas as relações visíveis de interesse material ou simbólico entre as instituições ou agentes envolvidos desapareceram”.

gestação de desdobramentos e de novos agenciamentos – externos à instância consagradora – que implicam a produção de representações públicas elogiosas e “legítimas” sobre o agente, isto é, de agenciamentos que operam de modo simbolicamente eficaz a legitimação e a consagração do agente.

Consideremos alguns exemplos concretos para explicitar tais argumentos. Em trabalho prévio, em que analisei a prática do folclore “alemão” no Brasil e a elite cultural responsável por sua legitimação (VOIGT, 2021a), demonstrei que a estratégia de legitimação ao qual esse folclore era submetido implicava simultaneamente uma “autolegitimação” dos agentes que operavam a sua legitimação. A elite cultural folclorista legitimava uma dança folclórica alemã dotada de “autenticidade”; esta se baseava na reprodução de registros históricos textuais e iconográficos produzidos no contexto alemão e europeu. Ao legitimar o folclore com base no atributo da autenticidade – deslegitimando práticas folclóricas que não seguiam tal critério –, a elite folclorista legitimava o seu próprio trabalho cultural, uma vez que esse trabalho consistia precisamente na decodificação de registros folclóricos e na prescrição de danças historicamente embasadas no contexto brasileiro. Assim, se a legitimação da dança folclórica não consistia, *a priori*, um esforço deliberado de autolegitimação dos especialistas em folclore, a sua consequência prática, não obstante, implicava a autolegitimação de tais agentes.

Consideremos também exemplos históricos em que a autolegitimação e a autoconsagração de elites representam estratégias primordiais e deliberadas. Tenha-se em mente, em tal contexto, o capital simbólico e a projeção alcançada por instituições como a Fundação Darcy Ribeiro (FUNDAR) e o Instituto Fernando Henrique Cardoso (iFHC), analisadas por Luciana Heymann (2011). Deve-se pontuar que tais instituições, criadas por iniciativa dos próprios titulares com o objetivo de abrigar seus respectivos acervos, servem (ou serviam), ademais, como um instrumento de interferência no debate público por parte desses agentes políticos – isto é, representavam “estratégias de atualização do capital político dos atores sociais” (HEYMANN, 2011, p. 77).

Considere-se ainda um caso em que a origem do investimento no legado de um “homem público” originou-se na herdeira: o caso de Alzira Vargas do Amaral Peixoto, filha de Getúlio Vargas, cuja doação do acervo do pai à Fundação Getúlio Vargas (FGV), em 1973, foi responsável pela criação do Centro de Pesquisa e Documentação de História Contemporânea do Brasil (CPDOC), umas das principais instituições de pesquisa histórica do país, cuja história e existência, assim, ficam associadas ao arquivo e à figura de Getúlio Vargas (HEYMANN, 2011, p. 83). Desse modo, pode-se argumentar que no que tange à construção do legado de homens públicos com atuação política – e o argumento pode ser estendido para o caso de

empresários –, os investimentos de origem familiar e, até mesmo, do próprio titular do acervo, mostram-se bastante disseminados e eficazes.

Uma das principais fontes de capital simbólico das instituições de memória destinadas à legitimação e à consagração de personagens históricos provém do trabalho de pesquisa levado a cabo por acadêmicos, mormente cientistas sociais e historiadores. Esse trabalho, central à atualização e à alimentação do legado dos personagens consagrados, representa uma ação de agências externas à instância consagradora – isto é, de pesquisadores vinculados a universidades e inseridos no campo acadêmico – que produz um efeito legitimador e consagrador¹⁷⁸. Pode-se afirmar, inclusive, que a criação de instituições de memória é um dos mecanismos mais eficazes para a autoconsagração de elites e para a promoção do legado de “homens públicos”, haja vista a atração que exercem sobre acadêmicos e estudiosos da história, que acabam por conferir, por meio de suas pesquisas, o reconhecimento simbólico almejado por tais instituições.

No que tange às instituições de memória em análise nesta tese – e, de modo específico, ao Instituto Carl Hoepcke –, que representam uma estratégia de consagração social originada no grupo familiar – isto é, nos herdeiros –, pode-se constatar o importante papel dos pesquisadores vinculados à academia – enquanto agência externa à instância consagradora – para a legitimação e a atribuição de capital simbólico aos acervos abrigados nas instituições, ao legado construído e promovido pelas instituições – que sublinha a relevância histórica dos patronos – e, por extensão, para a consagração dos personagens homenageados.

No caso do Instituto Carl Hoepcke, esse fato torna-se mais complexo e nuançado quando consideramos que, ainda que o arquivo da instituição esteja sendo digitalizado, o mesmo só será acessível a partir da própria instituição – realidade que se verifica também no tocante aos anais dos seminários de pesquisa promovidos pelo ICH, disponibilizados apenas em cópias físicas no Instituto. Em minha visão, esse posicionamento quanto ao acesso ao arquivo e às publicações da instituição representa uma estratégia de aproximação de pesquisadores ao Instituto Carl Hoepcke, fazendo-os conhecer o espaço e expondo-os à narrativa expográfica veiculada pela instituição. Ao fazer os pesquisadores visitarem e adentrarem o recinto para a utilização do arquivo e expondo-os à expografia institucional, o ICH realiza a aproximação entre pesquisadores e a instituição – isto é, entre academia e instituição de memória consagradora –,

¹⁷⁸ O papel dos pesquisadores para a construção e a atualização do legado de homens públicos é sublinhado por Heymann (2007b), tematizando o legado varguista e do Estado Novo. Essa questão, que pode ser reformulada como o problema dos efeitos consagradores da pesquisa acadêmica junto a segmentos das elites, será abordada nas conclusões desta tese.

com vistas à legitimação da instituição e ao sucesso da estratégia de consagração social levada a cabo pela entidade.

Para além do reconhecimento conferido pela academia e por pesquisas científicas, outro conjunto de ações e de desdobramentos, desta vez associados ao campo político, constituem indícios da eficácia e do sucesso das estratégias de consagração social levadas a cabo por meio do investimento na institucionalização da memória representado pelo Instituto Carl Hoepcke. Em primeiro lugar, deve-se mencionar novamente a homenagem conferida a Carl Hoepcke pela Assembleia Legislativa do Estado de Santa Catarina (ALESC), em 2003, “pelo legado de perseverança e fé que deixou ao Estado de Santa Catarina, ao qual este ilustre imigrante dedicou uma vida de amor e trabalho”. A placa honorífica, como foi mencionado, está abrigada e exposta no Centro Cultural Ruth Hoepcke da Silva, sede do Instituto Carl Hoepcke.

No que tange às honrarias e às representações públicas elogiosas direcionadas diretamente ao Instituto Carl Hoepcke, podemos mencionar a homenagem ao ICH, realizada também pela ALESC, em sessão solene que celebrou os 190 anos da imigração alemã em Santa Catarina, em maio de 2019. O ICH foi uma das dez organizações mencionadas e homenageadas no evento, selecionadas considerando “a abrangência geográfica e a força da representatividade” demonstradas pelas instituições¹⁷⁹. Tal honraria representa um reconhecimento público – realizado por uma instância consagradora externa – acerca do papel de Carl Hoepcke na história da imigração alemã em Santa Catarina – e, por extensão, do Instituto Carl Hoepcke para a preservação e a difusão dessa história. Em outras palavras, esse reconhecimento confirma o legado construído e promovido pelo ICH na medida em que, como vimos, a demarcação de um lugar de destaque para Carl Hoepcke no contexto da imigração alemã em Santa Catarina é um dos elementos centrais do discurso que a instituição promove sobre o seu patrono.

Por fim, no que se refere especificamente à Dona Annita Hoepcke da Silva, é digno de menção o título de cidadã honorária, recebido da Prefeitura Municipal e da Câmara de Vereadores de São Pedro de Alcântara, em abril de 2019. A posse do título é registrada em uma placa de metal, exposta no escritório que Dona Annita utilizava no ICH. A homenagem, segundo os dizeres gravados na placa honorífica, se deve ao seu “trabalho de estímulo à pesquisa histórica e à divulgação do patrimônio cultural ligado a [*sic*] imigração alemã” e, certamente, à sua atuação mais concreta e direta em prol da fundação do Centro Cultural Casa

¹⁷⁹ INSTITUTO CARL HOEPCKE. **ALESC 190 anos da imigração alemã em Santa Catarina**. 29 maio 2019. Disponível em: <http://www.institutocar lhoepcke.com.br/alesc-190-anos-da-imigracao-alema-em-santa-catarina/>. Acesso em: 20 maio 2021.

de São Pedro no referido município. Essa honraria atesta, ademais, um fato extremamente relevante: que o trabalho de consagração social da memória de um antepassado rendeu dividendos simbólicos concretos e imediatos também à sua herdeira. Em suma, por meio desse conjunto de honrarias e tributos, originados e prestados por instituições representativas e “legítimas” inseridas no campo da política, podemos constatar a eficácia e o sucesso da legitimação e da consagração social do patrono, da instituição de memória e da herdeira e fundadora da instituição, que decorrem precisamente do trabalho e do investimento em memória levado a cabo por Dona Annita e pelo grupo familiar. Em outras palavras, o legado associado à Annita Hoepcke da Silva representa a própria preservação do legado histórico.

Outro indicativo do nível de prestígio social e de reconhecimento público obtido por Dona Annita pode ser encontrado nas abundantes notas sobre o seu falecimento e, dentre elas, aquela divulgada pelo Jornal do Almoço da Rede NSC, um dos maiores veículos de comunicação jornalística televisiva do estado de Santa Catarina. Além disso, alguns meses após seu falecimento, Annita Hoepcke da Silva passou a emprestar seu nome à Casa da Memória de Florianópolis – centro de documentação gerido pela Prefeitura Municipal – e a uma alameda no centro da cidade, localizada nas proximidades do Centro Executivo Carl Hoepcke.

No que tange ao falecimento de Dona Annita, pode-se mencionar, ademais, que tal fato acarretou a abertura do fundo documental “Annita Hoepcke da Silva” no arquivo do ICH, em março de 2021, e que, além disso, será instalado em um dos quartos do Centro Cultural Ruth Hoepcke da Silva um espaço expositivo próprio destinado à fundadora da instituição. Dessa forma, a trajetória e a memória de Dona Annita, que atuou ativamente para a imortalização da memória de Carl Hoepcke e de sua família, serão submetidas a um mesmo processo de imortalização e de consagração social no contexto da instituição de memória que ela própria ajudou a criar.

2.12 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Tendo em vista a dupla origem familiar e étnica de Dona Annita Hoepcke da Silva, resultado da aliança matrimonial entre as elites étnicas alemãs emergentes e as elites tradicionais luso-brasileiras – que legou às herdeiras dessa aliança uma posição social, econômica e de poder ímpar e altamente relevante e prestigiosa – Dona Annita, em seus investimentos de memorialização e de consagração social da história da família, poderia simplesmente ter assumido uma condição de elite, sem corte ou distinções étnicas. Em outras palavras, ao afirmar, delimitar e alimentar a sua condição de pertença às frações dominantes de

Florianópolis e de Santa Catarina, por meio de um investimento em memória que constitui uma modalidade de intervenção social e política na esfera pública – isto é, por meio do Instituto Carl Hoepcke –, a predileção pela história familiar marcada pela experiência da imigração e pela condição étnica, bem como o esforço para a disseminação e a promoção dessa narrativa no espaço público por meio de uma instituição dedicada especificamente a esse trabalho, expressam, inequivocamente, um ato de escolha.

Tal iniciativa, que depende, como vimos, de um processo de transmissão e de reprodução familiar – e feminina – de valores e atributos considerados étnicos, além de demonstrar a dimensão de escolha e de investimento inerentes à etnicidade (FODOR, 2020), nos remete a um esforço e um investimento para a delimitação de um *locus* histórico para os alemães no contexto de Florianópolis, muito menos favorável à disseminação de imagens germanizadas da cidade, se comparado a outros contextos histórico-geográficos. Assim, a escolha étnica de Dona Annita, resultado do trabalho de transmissão do *Deutschtum* no contexto familiar, representa uma escolha no que se refere à imagem considerada adequada e “legítima” para a cidade, isto é, uma imagem orientada ao reconhecimento da contribuição e do legado da história da imigração e da colonização alemãs para Florianópolis e para Santa Catarina – história da qual Carl Hoepcke e sua família não só fazem parte, mas ocupam um lugar proeminente e de destaque.

Algumas frases contidas ao final da biografia sobre Carl Hoepcke permitem-nos compreender a tônica das estratégias de memorialização e de consagração social levadas a cabo pelo grupo familiar: “[...] a marca Hoepcke não se extinguiu com a morte de Carl Hoepcke. Não há glória maior do que esta, pois constitui-se numa espécie de imortalidade...” (REIS, OLIVEIRA & KLUG, 1999, p. 348-9). O excerto é afortunado também na medida em que nos possibilita captar um aspecto que remete aos dividendos simbólicos do investimento na memória, isto é, que a marca dos Hoepcke não teve fim com a morte do patrono e patriarca, uma vez em que foi e é continuamente atualizada e alimentada, resultando na transmissão e na aquisição de capital simbólico por parte de seus herdeiros.

Como foi argumentado, um conjunto de iniciativas e de ações no contexto dos campos acadêmico e político – portanto, externas ao Instituto Carl Hoepcke enquanto instância consagradora – permitem-nos constatar a eficácia das estratégias de legitimação e de consagração social do grupo familiar, que rendem lucros e dividendos de natureza simbólica aos agentes envolvidos na execução de tais estratégias. Esse capital simbólico – isto é a, história da família no contexto de Florianópolis e, especificamente, o reconhecimento da relevância pública dessa história –, deve-se lembrar, é um trunfo recorrentemente evocado nas iniciativas

empresariais do grupo, o que aponta o valor não desprezível de um capital de natureza simbólica para a própria aquisição e manutenção do capital econômico da família.

O trinômio modernidade, progresso e trabalho estrutura a narrativa veiculada pelo Instituto Carl Hoepcke e pelas demais iniciativas de memorialização levadas a cabo pelo grupo familiar. Esse trinômio – que expressa o ideário de uma modernidade caracterizada pelo progresso material, obtido por meio do trabalho – é a base da própria concepção étnica do grupo familiar, isto é, das imagens acerca da teuto-brasilidade disseminadas e promovidas pelo Instituto Carl Hoepcke. Deve-se ressaltar que esse ideário tem expressão também nas iniciativas de ordem econômica do grupo familiar, sendo transmitido, assumido e reproduzido, de modo sugestivo e explícito, pelas gerações mais novas da família. Esse fato pode ser ilustrado pela fala de uma neta arquiteta de Dona Annita Hoepcke da Silva, acerca dos armazéns históricos do Complexo Rita Maria restaurados pela empresa da família. Em notícia jornalística que divulgava o empreendimento, a arquiteta afirmou: “Tudo foi pensado para que o novo não disputasse olhares com o antigo. Acredito que uma boa arquitetura deve marcar seu tempo e, paralelamente, respeitar o que já aconteceu ali, cada qual com sua importância e relevância. O Armazém reacenderá o espírito de trabalho e progresso tão presente naquele local”¹⁸⁰.

Por fim, pode-se afirmar que as iniciativas da família Hoepcke – seja no campo da memória, seja na esfera econômica – operam uma interessante articulação entre modernidade e antiguidade. No que tange aos empreendimentos econômicos atuais e recentes do grupo, verifica-se um constante esforço em colocar o “antigo” – no sentido de “histórico” – em perspectiva com o “moderno”, fazendo-os conviver. Ademais, tais empreendimentos mobilizam a memória familiar como um recurso de primeira ordem. Por outro lado, nas iniciativas de memorialização executadas pela família, o discurso do progresso e da modernidade é recorrentemente evocado. Dito de outro modo, nos modernos empreendimentos do grupo promove-se a memória e a história; no espaço de memória da família, o Instituto Carl Hoepcke, promove-se um discurso da modernidade e do progresso.

Na visão da família, os Hoepcke e, em especial, o seu patriarca, foram os responsáveis pela introdução do moderno no estado de Santa Catarina, ao longo da sua história. Assim, na autoimagem da família, a sua principal característica, verificável ao longo do tempo e da história, é a modernidade; ou, em outras palavras, a memória do grupo familiar Hoepcke remete

¹⁸⁰ Citado em: ALICE, Maria. Centro de Floripa recebe novo ponto de encontro de cultura, lazer, gastronomia e história. **ND Mais**, Florianópolis, 2 jul. 2021. Disponível em: <https://ndmais.com.br/gastronomia/centro-de-floripa-recebe-novo-ponto-de-encontro-de-cultura-lazer-gastronomia-e-historia/>. Acesso em: 2 jul. 2021.

à história de uma família que é muito moderna desde tempos muito antigos. A articulação entre modernidade e antiguidade tem expressão na própria assertiva que define o patrono, Carl Hoepcke, como “o homem mais moderno de Santa Catarina, em todos os tempos, inclusive os atuais”, construção discursiva que não deixa de ser interessante na medida em que o homem mais moderno de Santa Catarina seria, assim, um personagem da história, falecido há quase um século.

3 HERMANN HERING E A MEMÓRIA DE UMA MARCA

Dentre as instituições de memória analisadas nesta tese, o Museu Hering é, de longe, o mais profissionalizado. O trabalho levado a cabo pela instituição é executado de modo técnico, com uma reflexão e um planejamento cuidadosos quanto às exposições e à comunicação do Museu. A entidade possui plano museológico e projetos para as exposições, registro junto a órgãos oficiais do campo museológico, além de ser a única instituição a adotar deliberadamente a nomenclatura de “museu” – fato, por si só, bastante significativo.

O alto grau de institucionalidade e de profissionalização das atividades do Museu Hering certamente está relacionado ao porte e ao capital econômico disponível para a empresa familiar, a Cia. Hering. Em termos empresariais, a Cia. Hering possui projeção e reconhecimento nacional, consistindo em uma das marcas mais conhecidas do país. Nesse sentido, uma consideração acerca do Museu Hering – e da Fundação Hermann Hering (FHH), entidade mantenedora do Museu – logram grande interesse à análise, uma vez que nos possibilitam adentrar a uma discussão acerca das grandes empresas familiares brasileiras ou, mais precisamente, acerca dos usos da memória por parte de agentes que ocupam posições dominantes no campo econômico nacional. Ademais, o Museu Hering configura um caso dentre o conjunto de iniciativas de memorialização amplamente disseminadas no contexto empresarial do país a partir da década de 1990, que nos permite considerar de que modo os processos mais abrangentes de reconfiguração de grandes empresas e de transformação do próprio capitalismo global contribuem para a disseminação do investimento em memória empresarial característico de nossa época.

Por fim, deve-se assinalar que o Museu Hering está localizado em um contexto citadino “favorável” à germanidade, isto é, na cidade (e ex-colônia) de Blumenau, a terceira maior do estado de Santa Catarina, que se afigura como uma notória promotora da etnicidade teuto-brasileira, sendo conhecida nacionalmente como uma “cidade alemã”. Como veremos, o contexto socioespacial em que a instituição está inserida representa um aspecto indispensável à compreensão das suas estratégias de memorialização que, aliado a constatações acerca da autoimagem produzida e visada pela Cia. Hering – enquanto uma empresa de expressão, atuação e escopo nacional –, auxiliam-nos a apreender os usos e as representações da etnicidade teuto-brasileira – ou, mais precisamente, a ausência deles – no contexto das iniciativas levadas a cabo pela Fundação Hermann Hering. Como será argumentado, no que se refere às iniciativas culturais e de memorialização patrocinadas pela Cia. Hering, mais do que a etnicidade, está em jogo a promoção de uma imagem positiva acerca da empresa e de suas marcas, o que atesta os

usos da memória e do museu enquanto uma estratégia empresarial.

3.1 NOTAS ETNOGRÁFICAS PRELIMINARES

Deve-se pontuar que, diferentemente dos casos do Instituto Carl Hoepcke – em relação ao qual, como se viu, o pesquisador já possuía um relacionamento de longa data – e do Richter's Hof – que, como se verá, o pesquisador teve a oportunidade de estabelecer um contato inicial com os responsáveis pela instituição antes de efetivamente conhecê-la e pesquisá-la –, no que tange à Fundação Hermann Hering, o presente pesquisador não possuía uma familiaridade prévia ou contatos internos ao contexto da instituição.

A principal aproximação com o campo de pesquisa antes do seu início efetivo consistiu num breve e fortuito encontro, no contexto de um grupo de trabalho que integrava a programação de um evento acadêmico da área de antropologia, ocorrido em 2018. Uma das participantes do grupo de trabalho, a museóloga Marília Xavier Cury, foi a responsável pela elaboração do projeto museológico do Museu Hering. No evento, eu apresentava precisamente uma versão incipiente do projeto de pesquisa que conduziu ao desenvolvimento desta tese. Assim, na ocasião, Cury indicou alguns personagens ligados ao Museu Hering que, tendo em vista os objetivos expressos pela pesquisa, representariam potenciais entrevistados que contribuiriam com as reflexões propostas.

Para a operacionalização metodológica da pesquisa junto ao Museu Hering, estabeleci contato com a Fundação Hermann Hering por e-mail, apresentando os objetivos da pesquisa e questionando acerca das possibilidades de agendamento de uma visita presencial, bem como de realização de entrevistas. Esse primeiro contato foi realizado em outubro de 2020, pouco tempo após o meu retorno de um estágio doutoral de alguns meses no exterior. A resposta ao e-mail, realizada por parte da responsável pelo Setor de Salvaguarda e Pesquisa da instituição, Franciele Machado, ocorreu em novembro do mesmo ano.

Em uma sequência de mensagens trocadas nos últimos meses do ano de 2020, foi gentilmente repassado a este pesquisador um conjunto de publicações sobre a história da família e da empresa Hering elaboradas sob o patrocínio da Cia. Hering, além de terem sido indicadas as publicações elaboradas pelo próprio Museu Hering¹⁸¹, disponíveis no site da instituição.

¹⁸¹ Foi aventada também a possibilidade de envio ao pesquisador do livro-catálogo do Museu Hering, única publicação elaborada pelo Museu que não está disponível em formato digital. Tal fato, todavia, não ocorreu. A dificuldade foi contornada por meio da aquisição de um exemplar desse catálogo na internet, em uma plataforma de venda de livros usados.

Como resposta às duas entrevistas solicitadas por mim, a funcionária da Fundação Hermann Hering sinalizou, de um lado, a provável impossibilidade de realização de uma entrevista com Ivo Hering, um dos principais envolvidos com a criação do Museu Hering, pelo fato do mesmo não residir mais no Brasil; e, de outro, a possibilidade de entrevistar Carlos Tavares D’Amaral, primo de Ivo Hering, que ocupa o posto de diretor-presidente da FHH. Por fim, foi compartilhado com o pesquisador um registro audiovisual elaborado pela própria FHH, que comportava falas e depoimentos dos dois personagens acima mencionados.

Uma das mensagens remetidas pela FHH informava ainda que, apesar da Cia. Hering estar com acesso limitado em função da pandemia de COVID-19, haveria a possibilidade de realização de uma visita mediante agendamento. Todavia, o Museu Hering estava realizando à época uma reforma externa, além da renovação e da montagem da sua nova exposição de longa duração, com previsão de finalização em janeiro de 2021. Tendo em mente que a análise da expografia das instituições de memória representa um dos principais procedimentos metodológicos adotados nesta pesquisa, julguei ser mais apropriado retornar o contato futuramente, visando agendar uma visita quando a nova exposição estivesse disponível.

O contato com a Fundação Hermann Hering foi efetivamente retomado em fevereiro de 2021, para o qual nunca obtive retorno. A partir do mês seguinte, como se sabe, o Brasil experienciou um agravamento e uma intensificação até então sem precedentes da pandemia de COVID-19. De tal modo, considerei que o mais sensato e seguro, naquele momento, seria novamente postergar o plano de visita ao Museu Hering e retomar os contatos com a instituição no futuro.

Ao mesmo tempo, passei a me debruçar sobre os materiais disponibilizados pela Fundação Hermann Hering. Foi possível constatar um conjunto numeroso de publicações, elaboradas com o patrocínio da Cia. Hering, que tematizam a história da família e da empresa. Ademais, por meio de pesquisa bibliográfica, tomei conhecimento de alguns trabalhos acadêmicos que também abordam tais questões. No mesmo sentido, foi possível localizar um conjunto de registros audiovisuais que comportam falas de membros da família acerca do Museu Hering, seus objetivos e motivos para a sua fundação. Por fim, passei a analisar as publicações do próprio Museu Hering e da Fundação Hermann Hering, que tratam dos projetos e das iniciativas de tais instituições, bem como de sua história e seus objetivos. Nesse sentido, o campo de pesquisa indicava que as informações visadas a partir de entrevistas – ou seja, a história da Cia. Hering, da família Hering e do Museu Hering – mostravam-se acessíveis a partir de outras fontes.

Consultando o site do Museu Hering, para a minha surpresa, tomei conhecimento de um

recurso tecnológico que permite a realização de um *tour* virtual ao Museu. A ferramenta, bastante sofisticada tecnologicamente, simula a experiência e o percurso do visitante no interior do Museu, possibilitando girar a câmera (em 360 graus), adentrar as distintas salas e dar *zoom* nos detalhes da expografia. Ainda que o *tour* virtual não reconstitua integralmente a experiência do visitante, o recurso mostrava-se bastante útil e satisfatório. Desse modo, começava a parecer-me possível a realização de uma etnografia virtual do Museu Hering. Por meio do *tour* virtual era factível ter contato e analisar a expografia do Museu Hering – ainda que de modo tecnologicamente mediado e não presencial –, acessando-se parte da experiência que um visitante “real” do Museu possuiria.

Tendo em vista a continuidade da pandemia de COVID-19 ao longo do ano de 2021, bem como a necessidade premente de obtenção de dados de pesquisa para análise em tempo hábil, a utilização de um conjunto de fontes alternativas representava o caminho viável para a inclusão do Museu Hering ao *corpus* analítico desta pesquisa. Ao considerar o conjunto de fontes disponíveis, mostrou-se possível acessar o mesmo tipo de informações e desenvolver uma análise igualmente aprofundada no tocante ao Museu Hering sem depender necessariamente do emprego das mesmas técnicas de pesquisa utilizadas para a análise das demais instituições de memória – isto é, a incursão etnográfica presencial à instituição para análise de expografia, aliada à entrevista.

Assim, a discussão apresentada neste capítulo se baseia em um conjunto amplo e variado de fontes – publicações patrocinadas pela Cia. Hering sobre a história da empresa e da família, textos acadêmicos, publicações elaboradas pelo próprio Museu Hering, depoimentos de membros da família e da equipe do Museu Hering registrados em vídeo, *tour* virtual, dentre outras – que tornaram possível a pesquisa e a reflexão sobre o Museu Hering.

A opção pela condução de uma pesquisa de natureza não presencial exprime os limites e as possibilidades inerentes à realização de pesquisas em um contexto de distanciamento social, desafio enfrentado por inúmeros pesquisadores durante a pandemia de COVID-19. Ademais, como será abordado em maiores detalhes adiante, a análise virtual da expografia do Museu Hering permite testar a própria potencialidade metodológica de uma etnografia digital de espaços museais. Em minha visão – e, acredita-se que o leitor chegará a mesma constatação ao final do capítulo –, os resultados da pesquisa mostraram-se satisfatórios, possibilitando uma discussão aprofundada e detalhada acerca do Museu Hering e da Fundação Hermann Hering.

Deve-se sublinhar, por fim, que a realização de uma pesquisa “à distância” só seria possível no caso do Museu Hering, isto é, de uma instituição dotada de certas particularidades. No contexto deste estudo, o mesmo *modus operandi* não se mostraria exequível para a análise

das demais instituições de memória. A obtenção de dados acerca do Museu Hering só foi possível em função do alto grau de institucionalidade e da ampla disponibilidade de informações e de recursos por parte da instituição, como o próprio *tour* virtual, além de várias publicações que tematizam as atividades desenvolvidas no Museu e que proporcionam um contexto informativo sobre os objetos, os dispositivos e os recursos expositivos presentes no espaço.

3.2 ALGUNS APONTAMENTOS SOBRE A COLONIZAÇÃO E A INDUSTRIALIZAÇÃO DO VALE DO ITAJAÍ

De acordo com Giralda Seyferth (1999), a colonização na região do Vale do Itajaí teve início, de modo sistemático, com a fundação da colônia Blumenau, em 1850 (ainda que iniciativas nesse sentido já tivessem ocorrido em 1835, com o reassentamento de colonos alemães oriundos de São Pedro de Alcântara, em área atualmente pertencente ao município de Gaspar). A colônia Blumenau foi fundada como um empreendimento particular mediante a concessão de terras por parte do governo imperial ao Dr. Hermann Blumenau. Dez anos após a fundação da colônia, em 1860, em função de dificuldades financeiras, o governo imperial recebeu de volta a maior parte das terras concedidas. Hermann Blumenau, não obstante, permaneceu na função de diretor da colônia até 1883, quando Blumenau constituiu-se como município.

O modelo de ocupação fundiária na colônia baseou-se na pequena propriedade policultora e de mão-de-obra familiar, a ser ocupada preferencialmente por imigrantes europeus, com os lotes sendo adquiridos em terras públicas mediante compra a prazo. Desse modo, depreende-se que a colonização visava implementar um modelo de agricultura que prescindia do trabalho escravo. Ademais, no Vale do Itajaí a identidade alemã consolidou-se como hegemônica, verificando-se a disseminação de um imaginário do lugar enquanto uma “região de colonização alemã” (SEYFERTH, 1999, p. 65), apesar de variados grupos étnicos de origem europeia terem colonizado a área, com destaque aos italianos, único grupo que representou um contingente numérico expressivo (SEYFERTH, 1999).

Conforme argumenta Seyferth (1999), verificava-se uma baixa diferenciação social nos primórdios da colonização. Em virtude das trocas realizadas entre os produtores rurais e os “vendedores”, paulatinamente estes últimos – que detinham o controle do comércio na colônia, o valor dos produtos e o transporte das mercadorias – passaram a acumular o capital excedente oriundo da produção colonial. Em outras palavras, nesse sistema de “colônia-venda”, verificou-

se uma “proeminência dos vendeiros” (SEYFERTH, 1999, p. 65). Foram tais comerciantes os agentes responsáveis pelo estabelecimento das primeiras indústrias no Vale do Itajaí mediante a acumulação de capital econômico decorrente do excedente agrícola.

As altas taxas de natalidade na colônia, aliadas às dimensões reduzidas dos lotes coloniais – que usualmente não ultrapassavam 25 hectares –, favoreceram o desenvolvimento de empreendimentos de base industrial, haja vista a existência de uma população camponesa excedente. De tal modo, os comerciantes, que constituíam os principais quadros da elite econômica das duas sedes municipais mais importantes da região – Blumenau e Brusque –, passaram a investir em empreendimentos industriais a partir da década de 1880 (SEYFERTH, 1999).

Em diálogo com o trabalho de Cécile Raud, Frotscher (2003) aponta um conjunto de fatores que auxiliam explicar o desenvolvimento econômico da região do Vale do Itajaí, tais como:

[...] o tipo de sociedade que se organizou em Blumenau, em pequenas propriedades, que com o tempo começaram a comercializar os excedentes agrícolas; a captação direta da poupança dos pequenos agricultores, com pagamento de juros inferiores aos cobrados pelos bancos – forma utilizada desde o início da industrialização; empréstimo via bancos regionais, como a Caixa Agrícola de Blumenau; o reinvestimento dos lucros das empresas industriais e comerciais na própria região, a presença de mão-de-obra qualificada e de um mercado local; a importação de máquinas do país de origem, a Alemanha, etc. (FROTSCHER, 2003, p. 75-6).

Uma das teses mais importantes e influentes sobre a industrialização do Vale do Itajaí foi desenvolvida por Maria Luiza Renaux Hering (1987). O trabalho de Hering representa uma tomada de posição frente ao pensamento acadêmico dominante à época, que postulava que o desenvolvimento econômico catarinense teria sido condicionado pela expansão da indústria paulista, na década de 1920. Na visão da autora, o desenvolvimento econômico do Vale do Itajaí possuiria um caráter *sui generis* no quadro da industrialização nacional.

Segundo Hering (1987), o “modelo catarinense de desenvolvimento” é resultado de um sistema de colonização baseado na pequena propriedade e na mão-de-obra familiar, voltado à policultura e à subsistência. A produção agrícola levou ao desenvolvimento do comércio, bem como à formação de pequenas poupanças. Na visão da autora, a capacidade de poupança foi elementar ao desenvolvimento da indústria, aspecto que é sublinhado também por Colombi (1979). A partir do elo entre colônia e venda, o capital excedente da produção agrícola foi acumulado pelos vendeiros – isto é, os proprietários de casas comerciais –, que ocupavam uma

posição central na colônia. Desse modo, já nas primeiras décadas após a fundação da colônia, desenvolveu-se uma certa poupança que, aliada ao pequeno capital trazido da pátria natal, mostrou-se determinante para a industrialização.

Em face ao esgotamento do modelo de exploração agrícola, os detentores desse capital buscaram outras frentes de investimento, isto é, a indústria. Dessa forma, o capital obtido da produção agrícola e no comércio direcionou-se à indústria têxtil. Em função de tais constatações, Hering (1987) postula que o desenvolvimento do Vale do Itajaí se deu a partir de recursos autogerados e pelo mercado interno da economia regional – isto é, a industrialização foi “endógena”, nos termos de Colombi (1979, p. 16) –, caracterizada pelo isolamento e pela imigração de base europeia, além da disponibilidade de mão-de-obra qualificada.

Nas palavras de Hering:

O desenvolvimento econômico do Vale do Itajaí obedeceu a uma dinâmica interna própria, entendida basicamente como a industrialização determinada por mercado e recursos gerados dentro da economia regional, tendo como peça-chave no processo a tradição de mão-de-obra europeia e a liderança de empreendedores de mentalidade industrial (HERING, 1987, p. 180).

Conforme argumenta Seyferth (1988), o pressuposto da tese de Hering (1987) é de que a industrialização do Vale Itajaí teria sido uma consequência do processo de colonização alemã. Nesse sentido, podemos apontar que tanto Hering (1987) quanto Colombi (1979, p. 1) enfatizam a relevância da chegada de imigrantes não agricultores, que experienciaram o processo de industrialização na Alemanha e que, ademais, possuíam experiência nos ramos do comércio e da indústria na pátria natal. De acordo com Hering (1987, p. 69), foi uma geração mais tardia de imigrantes a responsável pelo estabelecimento da indústria manufatureira no Vale do Itajaí, a partir do decênio de 1880¹⁸² – tais como Hermann Hering e Carlos Renaux, imigrados, respectivamente, em 1878 e 1882.

O estudo de Hering (1987) organiza o desenvolvimento do Vale do Itajaí em três períodos históricos: os antecedentes da industrialização (1820-1880), o nascimento da indústria (1880-1914) e a expansão das indústrias têxteis do Vale do Itajaí (1914-1945). De acordo com Frotscher (2003, p. 57), foi na década de 1920 que Blumenau se firmou como um polo de produção têxtil; ao longo da década seguinte, a cidade experienciou processos de urbanização e de industrialização crescentes.

¹⁸² Conforme informações reproduzidas por Colombi (1979, p. 9), em 1880, a população de Blumenau era constituída por pouco menos de quinze mil habitantes.

Informa-nos Giralda Seyferth (1999, p. 70) que a primeira indústria têxtil de Blumenau foi fundada por Hermann Hering, em 1880¹⁸³, consistindo em uma pequena malharia que dispunha de um tear. Hermann Hering imigrou para Blumenau em 1878 e, a partir do estabelecimento do empreendimento fabril, o restante da sua família (o irmão, a esposa e os filhos) também imigrou Brasil. Antes de criar a tecelagem, Hermann Hering atuou como escriturário de comerciantes, instalou uma casa comercial e uma fábrica de charutos. A família Hering era originária da Saxônia, das “camadas médias alemãs” (SEYFERTH, 1999, p. 81), possuindo tradição nos ramos do comércio e da tecelagem, embora os negócios na pátria natal estivessem em crise – o que explica a emigração da família. Nas palavras da autora: “Os Hering não eram imigrantes comuns e não vieram para Blumenau como aspirantes a um lote colonial: pertenciam à pequena burguesia alemã e começaram sua vida como comerciantes e depois industriais” (SEYFERTH, 2004, p. 161-2).

3.3 A LITERATURA (AUTO)BIOGRÁFICA E ACADÊMICA SOBRE A HERING

Antes de procedermos a uma reconstituição detalhada das trajetórias da família e da empresa Hering, mostra-se pertinente uma consideração acerca da literatura biográfica elaborada ou patrocinada pela família, bem como sobre os trabalhos de natureza acadêmica que tematizam a história da Hering. Uma consideração acerca de tais obras, que fornecem boa parte das informações históricas e empíricas apresentadas e discutidas nas seções subsequentes, nos permite captar alguns dos elementos estruturantes da narrativa que a família estabelece sobre si mesma, pautada pelo ideário do empreendedorismo e caracterizada por um tom eminentemente laudatório. Como veremos, tal narrativa exerce influência e encontra ressonância em obras de natureza acadêmica, dotadas de pretensões científicas. A análise de tais publicações, assim, permite-nos proceder à objetivação de obras e de informações históricas indispensáveis à reconstituição da trajetória social da Hering.

Conforme argumenta Maria Luiza Renaux Hering (1987, p. 87), a família Hering sempre se mostrou “muito zelosa” na coleta e na preservação de informações sobre si mesma. No contexto das obras sobre a história da família escritas diretamente por membros do próprio grupo familiar, é mister mencionarmos o trabalho da filha de Hermann Hering, Gertrud Gross-Hering, intitulado *Nach 75 Jahren: Beitrag zur Geschichte der Familie Hering* (“Após 75 anos: Contribuição à história da família Hering”) (GROSS-HERING, [195-]).

¹⁸³ A empresa foi, igualmente, a pioneira na produção de malhas no país (COLOMBI, 1979, p. 105).

A obra de Gertrud Gross-Hering é estruturada basicamente em três partes. Na primeira delas, a autora apresenta o objetivo da obra – isto é, escrever aquilo que permanece em sua memória acerca da história da família Hering – e narra lembranças sobre acontecimentos envolvendo personagens do grupo familiar. Em outras palavras, trata-se de um *Familienbericht* (“relato de família”), que tematiza os hábitos familiares, a rotina e os momentos de lazer, bem como alguns traços da personalidade dos integrantes da família. A segunda parte pode ser descrita como mais sistemática e “objetiva”, em que são apresentados pequenos relatos biográficos sobre os membros da família. O nome de cada integrante da família dá título a uma seção do texto, que consiste em um conjunto de informações sobre a vida do personagem, tais como o local e a data de nascimento e falecimento, o casamento, os filhos, os principais feitos e realizações etc. Os relatos biográficos são dedicados às três primeiras gerações da família Hering no Brasil, havendo ainda breves menções aos membros da quarta geração. Por fim, a terceira parte da obra, de estilo literário, consiste num conjunto de breves relatos anedóticos protagonizados pelo irmão de Hermann Hering, Bruno Hering – ou, como era chamado no círculo familiar, *Onkel Bruno* (GROSS-HERING, [195-]).

Como mostra-se comum no contexto de grupos empresariais brasileiros de grande porte (PISCITELLI, 1999; KERBER & OTT, 2014), a Cia. Hering elaborou e patrocinou obras e livros comemorativos, publicados na ocasião de aniversários e datas festivas da empresa. Dentre eles, devemos mencionar: (1) o extenso artigo “Os 75 anos da Indústria Têxtil Cia. Hering”, publicado como separata na *Revista Paulista de Indústria*, que conta com informações sobre a história e o desenvolvimento da Hering, os fundadores e os sucessores da companhia, a linha produtiva da empresa – desde o recebimento da matéria-prima até a distribuição do produto final, processo apresentado detalhadamente por fotografias –, suas “obras sociais” de assistência aos operários, além de fotografias de personagens da família, das edificações e do maquinário da firma (OS 75 ANOS..., 1955); (2) o livro *A Hering de Blumenau: Um século*, lançado na ocasião do centenário da empresa, cuja coordenação editorial é atribuída a Hans Broos e Francisco Socorro, que constitui o material mais extenso e rico acerca da história e da estrutura organizacional da Hering, tratando de aspectos sobre a trajetória dos fundadores e seus descendentes, bem como da história de Blumenau (BROOS & SOCORRO, 1980); e (3) o livreto *120 anos Cia. Hering*, bilíngue (português e inglês), que consiste em um perfil institucional da empresa que introduz a sua “estratégia para um novo século”, além de apresentar uma linha do tempo sobre a história da companhia, as estratégias atuais de negócios (desenvolvimento de marcas, presença no varejo e *e-commerce*), as marcas que compõem a Hering e as políticas de responsabilidade social e ambiental da empresa (CIA. HERING, 2000).

Em trabalho que analisa o problema da sucessão em empresas familiares enfocando a questão do gênero – tomando como objeto empírico quatro grupos empresariais brasileiros, a saber, Matarazzo, Pernambucanas, Sadia e Pão de Açúcar, todos fundados por imigrantes de origem europeia ou seus descendentes –, uma das fontes privilegiadas por Adriana Piscitelli (1999) é a literatura biográfica e autobiográfica sobre os fundadores e sucessores de grupos empresariais. De acordo com a autora, nas publicações comemorativas e nos discursos de autoapresentação de empresas, as trajetórias empresariais são frequentemente apresentadas a partir da história da família e sua linha de sucessores (PISCITELLI, 1999, p. 7).

Tal constatação pode ser comprovada no caso das obras patrocinadas pela Hering e, de modo especial, na obra comemorativa dos 75 anos da companhia (O 75 ANOS..., 1955), na qual a história da empresa é narrada a partir dos personagens e das gerações da família que a comandaram ao longo do tempo. Na obra, percebe-se claramente a estruturação da narrativa a partir das gerações e sucessões da família, o que é explicitado nos próprios títulos empregados nas subseções do artigo: “os fundadores”, “a segunda geração” e “a sociedade anônima” (período em que a companhia era controlada pela segunda geração, passando a incorporar jovens integrantes oriundos da terceira geração).

A preocupação com a continuidade da obra do fundador por meio dos seus descendentes – isto é, a questão da sucessão familiar – é outra característica central das narrativas produzidas pelas empresas sobre elas próprias (PISCITELLI, 1999, p. 148). Tal característica se faz presente nas obras encomendadas pela Hering, sobretudo no trabalho coordenado por Broos & Socorro (1980), quando se menciona, por exemplo, a preocupação de Hermann Hering com a transmissão de seus conhecimentos técnicos aos filhos (p. 22), bem como o fato de o fundador da Hering ter planejado “cautelosamente” a sua sucessão nos negócios (p. 31).

No que se refere à questão da sucessão familiar, é interessante pontuarmos que, na visão nativa das empresas e dos empresários, as qualidades e os traços de personalidade do fundador do grupo empresarial são considerados transmissíveis (PISCITELLI, 1999, p. 55). De tal modo, a herança recebida pelos sucessores consistiria não apenas em patrimônio material, mas também em valores e características de comportamento. Tal realidade auxilia-nos a explicar a recorrência de expressões e de metáforas biológicas no mundo empresarial, utilizadas para se referir à cultura organizacional e à identidade das empresas. No caso da Hering, isso pode ser constatado, por exemplo, em uma das publicações do museu da empresa, na qual se afirma que o “DNA da empresa está salvaguardado no Museu Hering” (MALHEIROS, 2014, p. 31).

Ao problematizar o caráter mitológico dos discursos sobre a origem de organizações empresariais, Lima (2014) ressalta o esforço implicado de construção de um passado glorioso

e heroico, no qual os heróis, via de regra, são os próprios fundadores da empresa. Tais discursos enfatizam, por exemplo, a origem humilde, a escassez de recursos, a criatividade e a perseverança de tais indivíduos. Assim, por meio de um discurso lendário sobre as qualidades dos empresários, constrói-se o “mito do grande-homem”, isto é, do fundador da organização empresarial. Ademais, na visão da autora, a narrativa sobre a “saga dos fundadores” serve ao reforço da identificação dos indivíduos com a empresa, cujas ações e traços de personalidade constituiriam um modelo ideal de conduta (LIMA, 2014, p. 78-80).

Tais elementos podem ser constatados na obra coordenada por Broos & Socorro (1980) que, como foi exposto, representa o trabalho mais completo e detalhado sobre a história da Hering. Na obra, ricamente ilustrada e que reúne um conjunto abundante de informações e fontes históricas – como cartas e textos escritos por membros da família –, verificamos uma narrativa acerca da coragem e da perseverança do grupo familiar – e, de modo especial, de Hermann Hering –, que sagrou-se vitoriosa frente a inúmeros desafios, a saber: as dificuldades econômicas enfrentadas na pátria natal; a viagem a um novo país (acompanhada por “chuvas intermitentes que castigavam o navio”); a habituação à nova vida na colônia (“em plena mata virgem da região subtropical de um país inteiramente desconhecido”); e a grande enchente de 1880 em Blumenau (na qual o Rio Itajaí atingiu “15 metros e 30 centímetros acima do nível normal, causando enormes estragos”). O sucesso familiar, assim, teria sido consequência de “sacrifícios, renúncias e tristezas”. Nos dizeres da obra: “Somente o firme propósito de criar para a família um lar mais farto é que poderia ter gerado tanta vontade de vencer [...]” (BROOS & SOCORRO, 1980, p. 15).

O tom laudatório do livro comemorativo do centenário da Hering se faz perceptível também na última parte da obra, intitulada “contribuições à história”, que colige um conjunto de textos de autoria de integrantes da família, ou de autores externos ao grupo familiar, mas cujos textos tematizam aspectos da trajetória dos Hering. Essa parte da obra evidencia um esforço de construção e de alimentação do legado da família a partir de textos que enfocam a atuação e a contribuição de integrantes do clã Hering em distintas aspectos da vida de Blumenau, tais como: a política, a cultura (especialmente o teatro, a literatura e a história), a economia (por meio do estabelecimento de cooperativas de crédito) e a infraestrutura local (especialmente no que tange ao fornecimento de energia elétrica) (BROOS & SOCORRO, 1980, p. 137-169).

Outro aspecto que chama a atenção no livro de Broos & Socorro (1980) se refere ao modo como são representadas as relações de poder e de classe no contexto da empresa. A obra reproduz o trecho de um discurso proferido por um funcionário da Hering em 1955, na ocasião

dos festejos dos 75 anos da companhia, que declarava:

Gilbert Chesterton disse que “o homem superior é aquele que não se julga superior aos outros”. Eis o que vemos na Companhia Hering, onde dirigentes e dirigidos se conglomera e se confundem num clima de trabalho, de disciplina e de respeito. Há ali uma simbiose perfeita entre o capital e o trabalho. Não há ali superiores nem inferiores, mas tão-somente soldados do trabalho empenhados na batalha da produção. O que vemos ali é um organismo sadio e equilibrado, que muito bem sabe e melhor compreende que a cabeça por si só nada faria, não fora o concurso de mão hábeis, capazes e dedicadas. Eis explicado o segredo por que nesses 15 lustros da sua existência não registrou a empresa jamais uma greve ou qualquer outro movimento operário que tivesse perturbado o ritmo do seu progresso (Citado em BROOS & SOCORRO, 1980, p. 53).

O discurso, proferido por Nestor Seara Heusi – referido neste momento da obra como um “trabalhador” da empresa, mas que em outros momentos é descrito como “secretário” da diretoria (p. 48) e, posteriormente, como “diretor-ajunto” (p. 121) –, visa naturalizar as relações de trabalho e reforçar a coesão e a harmonia no interior da fábrica por meio da atenuação e do apagamento das assimetrias de poder e de classe. Fazendo uso de metáforas bélicas (“soldados do trabalho” e “batalha da produção”) e biológicas (“organismo sadio e equilibrado”), o orador reverbera uma visão funcionalista do sistema da fábrica, que possuiria funções e papéis definidos (no discurso, a “cabeça” faz referência aos diretores, ao passo que as “mãos” remeteriam aos trabalhadores). A inexistência de atividade grevista seria, na visão do orador, o resultado da “simbiose perfeita entre o capital e o trabalho” – isto é, da harmonia e do conglomamento entre “diretores” e “dirigidos” –, ainda que tal fato seja mais bem explicado, como veremos, à luz das políticas de assistência social levadas a cabo pela Hering.

No que se refere às obras de natureza acadêmica que tematizam a história da família e da empresa Hering, os dois trabalhos mais importantes são, em função do ineditismo, a dissertação de Colombi (1979) e, em virtude da abundância de informações e de detalhes, a tese desenvolvida por Hering (1987). O trabalho de Colombi (1979) baseia-se em pesquisa no arquivo da Hering, tomando a escrituração contábil como fonte privilegiada. Apesar de focar o intervalo entre 1880 e 1915, a obra apresenta dados sobre a Hering que remetem até o início da década de 1940. A dissertação constitui uma das melhores fontes de informação sobre o período inicial de fundação da Hering, sendo recorrentemente citada, inclusive nas publicações

patrocinadas pela família.

O trabalho de Maria Luiza Renaux Hering (1987), por sua vez, constitui um estudo detalhado sobre um conjunto de indústrias têxteis do Vale do Itajaí, com foco na Cia. Hering (Blumenau) e na Fábrica de Tecidos Renaux (Brusque)¹⁸⁴, no período que compreende os anos de 1880 a 1945. Defendida originalmente em 1985 como tese de doutorado em história social na Universidade de São Paulo (USP), o trabalho baseia-se em ampla pesquisa nos arquivos das empresas, possibilitada pelos laços de parentesco da autora com ambas as famílias.

Maria Luiza Renaux nasceu em Brusque em 1946, tendo falecido em 2017. Historiadora de formação, Maria Luiza era bisneta de Carlos Renaux. Em 1966, casou-se com Klaus Hering – da quarta geração da família, filho de Victor Hering e bisneto de Hermann Hering –, de quem posteriormente se divorciou. Sabe-se, ademais, que Maria Luiza Renaux “sonhava” em abrir a Villa Renaux, mansão localizada junto ao complexo fabril fundado por seu bisavô – na qual Carlos Renaux e a própria Maria Luiza Renaux residiram –, para a visitação pública. Após o falecimento de Maria Renaux, por meio de um convênio assinado em 2017 entre o seu filho e a UNIFEBE (Centro Universitário de Brusque), esta ficou responsável pela preservação do espaço e a casa foi aberta à visitação¹⁸⁵. Assim, o projeto idealizado por Maria Renaux só foi concretizado a partir do envolvimento de um centro universitário, o que nos sugere a provável inexistência de recursos próprios para a concretização da estratégia de memorialização familiar, especialmente se considerarmos as dificuldades financeiras enfrentadas pela empresa da família.

É interessante pontuarmos que, a despeito de ocupar a posição de herdeira da memória familiar, a tese de Hering (1987) demonstra pretensões voltadas ao rigor científico. No prefácio da obra, assinado por Ingo Hering – primo em segundo grau do então esposo da autora e que, à época, ocupava a presidência da Cia. Hering –, o prefaciador procura enfatizar a objetividade da obra. Não obstante, podemos constatar em várias passagens do livro uma narrativa de cunho elogioso e consagrador, mormente nos trechos dedicados ao bisavô da autora, Carlos Renaux. Tal “visão laudatória” contida na obra de Hering já foi sublinhada por outros autores, como é o

¹⁸⁴ Fundada em 1892 pelo imigrante alemão Carlos Renaux, foi uma das mais expressivas indústrias catarinenses. Em 2013, decretou falência.

¹⁸⁵ Informações extraídas de: GLATZ, Rosemari. O legado de Maria Luiza (Bia) Renaux. **O Município**, Brusque, 15 jan. 2017. Disponível em: <https://www.brusquememoria.com.br/site/personagem/78/Maria-Luiza-Renaux>. Acesso em: 21 jul. 2020; e VILLA RENAUX se transforma em laboratório para o ensino de restauro e manutenção de construções históricas. **O Município**, Brusque, 16 ago. 2021. Disponível em: <https://omunicipio.com.br/villa-renaux-se-transforma-em-laboratorio-para-o-ensino-de-restauro-e-manutencao-de-construcoes-historicas/>. Acesso em: 7 dez. 2021.

caso de Seyferth (1999, p. 80).

Conforme argumenta Piscitelli (1999, p. 7), uma das características centrais dos relatos biográficos e autobiográficos sobre os fundadores de grupos empresariais é a afirmação de “[...] valores associados à idéia de empresário schumpeteriano”. A tese de Hering (1987) é uma comprovação de tal assertiva, uma vez que um dos principais aportes teóricos do trabalho consiste precisamente na concepção sobre o empreendedor desenvolvida por Joseph Schumpeter, compreendido enquanto agente responsável pelo desenvolvimento econômico. Segundo Seyferth (1988, p. 26), o trabalho de Hering retrata os empresários analisados como “empreendedores capitalistas bem-sucedidos e beneméritos das comunidades”. Nesse contexto, a principal crítica apresentada pela autora ao trabalho de Hering (1987) reside na representação dos “subordinados” (isto é, dos operários e camponeses) como “[...] beneficiários de padrões empreendedores, com grandes preocupações sociais [...]” (SEYFERTH, 1988, p. 26).

A assunção da concepção schumpeteriana acerca do empreendedor – um agente detentor de qualidades excepcionais, que permitiriam uma leitura complexa do cenário econômico e, conseqüentemente, a gestação de ideias e de práticas modernizadoras e inovadoras, responsáveis por uma transformação no mercado e no sistema produtivo vigente – é especialmente sintomática no caso do trabalho de Hering (1987), uma vez que não se trata de uma obra de autoapresentação da história empresarial elaborada por uma empresa, mas antes de um trabalho com pretensões acadêmicas e científicas. Desse modo, se ao falarem sobre si mesmos os grupos empresariais via de regra se baseiam em uma concepção schumpeteriana – idealizando o empreendedorismo e as capacidades capitalistas e modernizadoras dos empresários –, constatamos que tal discurso não está ausente em obras de natureza acadêmica acerca da história de empresas, exercendo, portanto, influência em tal espaço.

Em minha visão, o problema em assumir sociologicamente a perspectiva schumpeteriana sobre o empresário reside nos riscos de ocultamento das condições sociais de produção dos recursos disponíveis aos “empreendedores”, assertiva que ganha ainda mais peso quando tratamos de empresários de origem étnico-imigrante. Ao se considerar o empreendedor como um agente dotado de qualidades excepcionais – via de regra, de natureza estritamente psicológica –, costuma-se ignorar um conjunto de recursos e de trunfos sociais que frequentemente estão disponíveis aos empresários de origem imigrante, tais como: a disponibilidade de capital econômico inicial para investimento; os recursos escolares obtidos na pátria natal por parte dos fundadores das empresas; a circulação internacional voltada à formação escolar dos herdeiros; a experiência em ramos de negócios similares na pátria natal; a disponibilidade de redes transnacionais que favorecem o empreendimento; a possibilidade de

importação de mão-de-obra especializada, de técnicos e de maquinário no contexto de tais redes transnacionais e assim por diante. De tal modo, a assunção do ideário schumpeteriano pode perigosamente conduzir o sociólogo a ignorar o processo de produção social das disposições e dos recursos sociais disponíveis e mobilizados pelos empresários ao longo de suas trajetórias, que explicam em larga medida o sucesso e o êxito empresarial.

3.4 HERING: TRAJETÓRIAS FAMILIAR E EMPRESARIAL

Friedrich Hermann Hering nasceu em 3 de fevereiro de 1835, em Hartha¹⁸⁶, na Saxônia, e faleceu em 28 de setembro de 1915, em Blumenau. Era o mais velho dos nove filhos do casal Friedrich Wilhelm Hering e Johanna Christiane Neumann. Os Hering constituem uma linhagem de tecelões e mestres de tecelagem e malharia, que remonta pelo menos à metade do século XVII. Após realizar exame de mestre de tecelagem, Hermann Hering casou-se em 1860 com Minna Foerster (1839-1906), filha do mestre-artesão da oficina em que atuava como aprendiz. O casal estabeleceu-se em Hartha, onde nasceram os filhos Paul, Elise, Johanna e Nanny. Posteriormente, a família se transferiu para a Silésia, onde nasceram os filhos Margarete e Max e, mais tarde, para Dresden, onde nasceu, em 1879, a última filha com naturalidade alemã, Gertrud. Em Blumenau, nasceu em 1881 o caçula do casal, Curt, o único com naturalidade brasileira¹⁸⁷ (COLOMBI, 1979; HERING, 1987; BROOS & SOCORRO, 1980; OS 75 ANOS..., 1955; GROSS-HERING, [195-]).

O pai de Hermann Hering faleceu em 1852. Na medida em que à época da morte prematura do pai Hermann já atuava como aprendiz, a tecelagem legada por Wilhelm Hering foi assumida por sua esposa Johanne, com o auxílio dos irmãos mais novos de Hermann. Bruno Hering¹⁸⁸, nascido em 3 de março de 1842 e falecido em 24 de junho de 1918, juntou-se à firma

¹⁸⁶ A família Hering origina-se da região de Chemnitz (Saxônia), com forte tradição no ramo têxtil.

¹⁸⁷ Em Herkenhoff & Herkenhoff (1975, p. 110), há menção ainda à outra filha, Liddy Hering, nascida em 1863 e falecida no mesmo ano. Em Broos & Socorro (1980, p. 15) menciona-se também Elly Hering, nascida em 1877 e falecida no ano seguinte. De tal modo, o casal Hermann e Minna teve ao todo dez filhos, dos quais oito atingiram a idade adulta.

¹⁸⁸ Bruno Hering sempre foi solteiro. Toda a descendência Hering no Brasil, portanto, provém de Hermann Hering. Na família, refere-se aos dois personagens como *Onkel* Bruno e *Papa* Hering (GROSS-HERING, [195-]; BROOS & SOCORRO, 1980, p. 22-3); o primeiro é retratado como um “humanista”, ao passo que o segundo era o “empresário” (BROOS & SOCORRO, 1980, p. 8).

criada pelo irmão Hermann em Hartha¹⁸⁹, dando origem à *Gebrüder Hering*¹⁹⁰ (BROOS & SOCORRO, 1980; OS 75 ANOS..., 1955).

Em 1878, Hermann Hering decidiu emigrar para o Brasil. Na bibliografia, os motivos para essa decisão são diversos, envolvendo a ameaça de dilapidação da posição social ocupada pela família e o contexto de crise econômica na Alemanha. São recorrentemente mencionados alguns macroeventos históricos que teriam contribuído para a decisão de emigrar: as guerras de unificação da Alemanha, especialmente a Guerra Franco-Prussiana de 1870-1871, que culminaram com a formação do II Reich em 1871; e a bancarrota vienense de 1873 (COLOMBI, 1979; BROOS & SOCORRO, 1980)¹⁹¹. Ademais, a substituição do trabalho artesanal para a indústria e a concorrência com a indústria têxtil inglesa eram igualmente fatores complicadores (HERING, 1987). Desse modo, a imigração representava uma possibilidade de reação à perda de status social, uma vez que os artesãos e camponeses à época viam-se ameaçados pela proletarização na Alemanha (HERING, 1987).

Hermann Hering chegou ao Brasil sozinho, em setembro de 1878, com 43 anos de idade. Em pouco tempo, atuando como escriturário, abriu uma pequena venda e adquiriu uma casa na atual Rua XV de Novembro, no centro de Blumenau (COLOMBI, 1979; HERING, 1987). De acordo com Hering (1987), no Brasil Hermann vislumbrou a possibilidade de instalação de uma malharia, uma vez que a importação de fios de algodão aliada à produção local garantiria preços mais baixos do que a importação do produto já manufaturado.

Em 1879, vieram ao Brasil seus filhos mais velhos, Paul e Elise. Pouco tempo após a chegada dos filhos, adquiriu “por acaso” (BROOS & SOCORRO, 1980, p. 15), em Joinville, um tear circular manual de madeira de fabricação francesa e uma caixa de fios, comprados de um imigrante suíço. Em agosto de 1880, vêm ao país a esposa, o irmão Bruno e o restante dos filhos¹⁹². Um mês após a reunião da família, em setembro de 1880, é fundada a fábrica de artigos de malha e têm início as atividades da *Gebrüder Hering* na residência familiar situada na Rua

¹⁸⁹ Não há informação sobre a data exata, mas deduz-se da obra de Broos & Socorro (1980) que tal fato deve ter ocorrido entre fins da década de 1860 e o início da década de 1870.

¹⁹⁰ Hering é a palavra alemã para uma espécie de peixe, o arenque. Isso explica a bastante conhecida logomarca da Hering até os dias atuais, dois peixes entrelaçados, que fazem alusão aos dois irmãos fundadores da companhia, a *Gebrüder Hering* (“Irmãos Hering”).

¹⁹¹ A literatura citada aponta, equivocadamente, o ano de 1875 para a queda da bolsa de Viena (COLOMBI, 1979, p. 22; BROOS & SOCORRO, 1980, p. 9).

¹⁹² A emigração da família de Hermann Hering é precedida e incentivada por um conjunto de missivas trocadas entre seus integrantes, conservadas pela família. Ademais, existem cartas remetidas a familiares na Alemanha, datadas dos primeiros anos dos Hering no Brasil, relatando os primórdios da atividade empresarial da família no país. Algumas delas, no original e na tradução ao português, podem ser consultadas em Broos & Socorro (1980). Para um trabalho que utiliza tais missivas como fonte histórica, citando trechos delas, consultar Deschamps (2012).

XV de Novembro (HERING, 1987; DESCHAMPS, 2012; BROOS & SOCORRO, 1980; COLOMBI, 1979).

Não obstante, pouco tempo após o início das atividades, ocorreu em Blumenau a grande enchente de setembro de 1880, uma das maiores da história, que atingiu a residência e o tear, o que acarretou grandes prejuízos e a suspensão das atividades. Em função da adversidade, foi realizado um empréstimo junto ao Dr. Blumenau, o único registrado no período inicial da empresa, uma vez que todo o capital investido era de natureza familiar¹⁹³ (HERING, 1987).

De acordo com Deschamps (2012), o tear recebeu manutenção e foi colocado em funcionamento. Desse modo, teve início de modo efetivo a fabricação de camisetas. Segundo Colombi (1979) e Hering (1987), nos seus primórdios, o trabalho era de natureza artesanal, empregava mão-de-obra familiar e era realizado em ambiente doméstico. O período de 1880 a 1892 representa a “fase de implantação” e de afirmação no mercado regional (COLOMBI, 1979, p. 25; BROOS & SOCORRO, 1980, p. 22).

Pouco tempo após o início das atividades verificou-se aumento de produtividade com aquisição de mais dois equipamentos de costura, além do aprimoramento na técnica de costura por parte das filhas de Hermann, Johanna e Nanny. A partir de 1883, a empresa começa a ter auxiliares, deixando de possuir mão-de-obra estritamente familiar¹⁹⁴. À época, a demanda ultrapassava a capacidade produtiva da empresa. Com o desenvolvimento dos negócios, tem início um investimento lento e seguro em imóveis e maquinário (HERING, 1987; COLOMBI, 1979).

Em 1892, teve início o projeto de construção das novas instalações da firma, com aquisição de terreno afastado do centro, no Bairro do Bom Retiro¹⁹⁵, escolhido em função da disponibilidade de força motriz hidráulica. No ano seguinte, teve início a transferência parcial da empresa para a nova sede. A transferência foi concluída em 1897, inclusive com a mudança da família para nova residência, uma edificação de dois andares construída ao lado da firma. Apenas a venda de Hermann Hering permaneceu no lugar original, no centro da cidade (COLOMBI, 1979; OS 75 ANOS..., 1955; BROOS & SOCORRO, 1980, HERING, 1987).

O ano de 1893 é significativo para a trajetória da Hering, uma vez que marca o registro em cartório da empresa: em 23 de maio daquele ano, surge oficialmente a Comercial Gebrüder Hering, como fábrica de artigos de malha. A sociedade comercial era composta pelos sócios

¹⁹³ Nesse sentido, se é possível constatar uma dependência de tecnologia e de maquinário, que era, via de regra, importado, essa realidade não se aplicava ao capital da empresa (COLOMBI, 1979, p. 5).

¹⁹⁴ Em 1891, a empresa possuía quinze funcionários (HERING, 1987).

¹⁹⁵ Até os dias atuais, a sede da Hering está localizada nesse local, na Rua Hermann Hering.

Hermann Hering (dois terços do capital) e Bruno Hering (um terço) (COLOMBI, 1979)¹⁹⁶. A direção da empresa era dividida entre Hermann e Bruno, com as decisões cabendo ao primeiro (HERING, 1987). Bruno era responsável pelas seções de talharia e de tinturaria (HERING, 1987; DESCHAMPS, 2012, p. 115), além de se ocupar das vendas que eram realizadas de porta em porta – na memória familiar, evoca-se o fato de Bruno dirigir-se a Brusque e Itajaí a cavalo, para oferecer os produtos da Hering (GROSS-HERING, [195-], p. 19).

A Hering constituiu-se como uma empresa de natureza e de capital familiar, o que favoreceu o desenvolvimento dos negócios, uma vez que tal realidade permitia a poupança e o reinvestimento dos lucros obtidos na própria empresa¹⁹⁷ (COLOMBI, 1979; HERING, 1987). Além disso, a partir do casamento das filhas, Hermann Hering incorporava os genros aos quadros da empresa: Ernst Steinbach, casado com a filha Elise, em 1895, foi gerente da loja da Hering em Blumenau; Adolf Poethig, casado com Nanny, em 1912, foi tesoureiro da firma; Richard Gross, que casou com Gertrud, em 1906, foi chefe de expedição; e Hermann Müller, casado com Margarete, em 1901, ocupou a gerência da empresa, conjuntamente aos cunhados Max e Curt, a partir de 1915 (OS 75 ANOS..., 1955, p. 17, 22; COLOMBI, 1979, p. 27; BROOS & SOCORRO, 1980, p. 29; GROSS-HERING, [195-])¹⁹⁸. Desse modo, os cargos de direção e o capital permaneciam sob o controle da família por intermédio dos filhos e dos genros de Hermann Hering.

A estratégia de mercado da Hering voltava-se para a fabricação de produtos populares e de massa, de boa qualidade, com baixa diversificação. Em 1901, a Hering manufacturava apenas seis produtos, dos quais cinco eram camisetas. Até 1897, a produção voltava-se exclusivamente ao mercado local e regional – isto é, à população colona –, tendo a camisa de meia (camiseta) como carro-chefe. Assim, o mercado inicial da empresa abrangia Blumenau, alastrando-se posteriormente para Brusque e Itajaí, em um período de afirmação no mercado local e regional, que vai desde sua fundação até meados da década de 1890 (HERING, 1987; COLOMBI, 1979, p. 96).

De acordo com Colombi (1979), a partir de 1898 a Hering penetrou no mercado gaúcho

¹⁹⁶ O contrato social de 1893, criando a Gebrüder Hering, que integra o acervo do Museu Hering, pode ser consultado em Deschamps (2012, p. 112-114).

¹⁹⁷ Outro fator a ser mencionado é o fato de, na ausência de instituições bancárias formais, a Gebrüder Hering ter sido utilizada como estabelecimento bancário por parte da população colona, que depositava as suas economias, recebendo juros (BROOS & SOCORRO, 1980, p. 27). Tal realidade certamente auxiliou na capitalização da empresa.

¹⁹⁸ A outra das cinco filhas de Hermann e Minna Hering, Johanna, chegou a ser casada, embora o matrimônio tenha durado apenas um ano, pois o marido mostrou-se um “aventureiro”. Após o rompimento do casamento, Johanna retornou à casa dos pais (GROSS-HERING, [195-], p. 28).

e, em 1904, adentrou nos mercados de São Paulo e do Rio de Janeiro. Segundo dados fornecidos pelo autor (COLOMBI, 1979, p. 90-5), em 1907, 36% do movimento comercial da Hering era realizado no mercado local, 13% no estadual, 26% no Rio Grande do Sul e 24% em São Paulo e no Rio de Janeiro. Já em 1910, apenas 19% do movimento comercial referia-se ao mercado local e 12% ao estadual, ao passo que 44% das vendas eram destinadas ao mercado gaúcho e 25% aos mercados carioca e paulista¹⁹⁹. Tais dados sugerem, além de um evidente crescimento da penetração da Hering no mercado nacional, um aumento na produção da empresa, se considerarmos que a sua presença no mercado local já estava bastante consolidada²⁰⁰.

De acordo com Hering (1987), em 1905 a firma instalou seções de alvejaria e tinturaria, seguindo um plano de verticalização. Em 1909, decidiu-se pela implantação de uma fiação própria em função da irregularidade no fornecimento da matéria-prima, com a primeira encomenda de máquinas sendo realizada em 1912²⁰¹. A implantação da fiação foi realizada em 1913, sendo concluída em 1914. Antes da fiação, o fio era importado, principalmente da Alemanha. Com o estabelecimento da fiação, passou-se a adquirir a matéria-prima (algodão) do Nordeste do país (HERING, 1987; COLOMBI, 1979; BROOS & SOCORRO, 1980).

É recorrentemente mencionada pela bibliografia a importância da instalação da fiação própria, concluída pouco antes do início da I Guerra Mundial, o que garantiu a produção durante o período da beligerância (HERING, 1987; BROOS & SOCORRO, 1980, p. 27, COLOMBI, 1979, p. 37). Ademais, segundo Colombi (1979, p. 40), a I Guerra serviu à consolidação da Hering, uma vez que a escassez de produtos têxteis importados e a elevação geral de preços permitiu que a empresa atingisse a população brasileira em função da acessibilidade dos preços dos seus produtos²⁰².

Deve-se pontuar o papel do intercâmbio e das relações comerciais com o país de origem

¹⁹⁹ A Hering utilizava-se de grandes comerciantes locais para a venda dos seus produtos nos estados. Em Santa Catarina, o comércio era realizado quase que exclusivamente pela Carl Hoepcke & Cia. (COLOMBI, 1979, p. 94).

²⁰⁰ Em 1882, os irmãos Hering obtiveram a medalha de prata por suas camisas e ceroulas, em feira estadual ocorrida em Porto Alegre, ocasião em que a empresa foi considerada a única fábrica de malha do país. Já em 1908, a Hering recebeu a medalha de ouro na Exposição Nacional do Rio de Janeiro, pelo melhor produto de malha (DESCHAMPS, 2012).

²⁰¹ Conforme argumentam Broos & Socorro (1980) e Colombi (1979, p. 34), a Hering realizava investimentos em maquinário em ocasiões em que o câmbio se mostrava favorável e a moeda nacional valorizada; entre 1905 e 1912, aumentou em 261% seu investimento em maquinário. De acordo com Hering (1987), todo o maquinário adquirido à época era de procedência alemã.

²⁰² A substituição de importações ocorrida durante a I Guerra, bem como as políticas econômicas que visavam favorecer esse processo executadas durante as décadas de 1920 e 1930, tiveram um impacto importante para o desenvolvimento da Hering (COLOMBI, 1979; HERING, 1987; BROOS & SOCORRO, 1980).

no contexto da Hering²⁰³. Membros da família direcionaram-se ao exterior para a realização de estudos e para a obtenção de conhecimentos técnicos. É o caso, por exemplo, de Max Hering, que foi enviado por seu pai Hermann à Alemanha, tendo permanecido no país entre 1892 e 1894 (OS 75 ANOS..., 1955, p. 17; COLOMBI, 1979, p. 27); e do filho de Max, Max Victor Hering, que esteve em Stuttgart, Dresden e Darmstadt, entre 1925 e 1930 (GROSS-HERING, [195-], p. 41). Sabe-se, ademais, que outro neto de Hermann Hering, Felix (filho de Paul Hering), esteve na Alemanha, em 1909, para adquirir conhecimentos a respeito da técnica de fiação.

Conforme argumenta Hering (1987), o maquinário da companhia era importado de indústrias alemãs em que os filhos e netos de Hermann Hering realizavam estágios, para a aprendizagem das inovações técnicas. Além disso, a instalação de máquinas era acompanhada por técnicos estrangeiros, que também atuavam na empresa de modo permanente. Ademais, pode-se mencionar a imigração de mão-de-obra alemã qualificada para atuação nas indústrias do Vale do Itajaí, especialmente após 1914. Por fim, é válido registrarmos a existência na Hering de práticas de contratação orientadas segundo princípios de solidariedade étnica, sendo recrutados como operários os membros de famílias locais e conhecidas (HERING, 1987).

Em 1914, a Hering contava com 90 teares circulares, 100 máquinas de costura e uma fiação de 2.600 fusos, além de cerca de 300 empregados (OS 75 ANOS..., 1955, p. 11; HERING, 1987). Em 1915, foi finalizada a construção da Usina Hidrelétrica de Salto, dando impulso à indústria de Blumenau (BROOS & SOCORRO, 1980, p. 29) e resolvendo os problemas com o fornecimento de energia. Desse modo, no ano de 1915, a Hering representava uma empresa altamente capitalizada, consolidada, com autonomia técnica e que tinha acesso ao mercado nacional (COLOMBI, 1979, p. 42), constituindo-se na maior malharia da América Latina (BROOS & SOCORRO, 1980, p. 47; CIA. HERING, 2000, p. 5).

Hermann Hering morreu em setembro de 1915. No mesmo ano, a Gebrüder Hering mudou a sua razão social, passando a se chamar Hering & Cia. Desse modo, o comando da firma passou para a segunda geração. A gerência era realizada por Bruno Hering (falecido em

²⁰³ O papel dos laços comerciais com o país de origem e de redes transmigrantes para o desenvolvimento dos negócios de imigrantes alemães afixados na América Latina foi sublinhado por Bosenbecker (2017) e Buchenau (2004). Além disso, assim como os Hering, a família de empresários estudada por Buchenau (2004) desenvolveu na nova pátria um ramo de atuação profissional similar àquele originalmente desenvolvido na pátria natal.

1918), conjuntamente aos filhos de Hermann, Max²⁰⁴ e Curt²⁰⁵, e ao genro Hermann Müller-Hering²⁰⁶. A terceira geração também já se fazia presente, na figura do neto de Hermann, Felix Hering²⁰⁷, que ficou a cargo da administração da fiação. Conforme é apontado pela bibliografia, a transição sucessória foi planejada e preparada pelo próprio Hermann Hering (HERING, 1987; COLOMBI, 1979; BROOS & SOCORRO, 1980; OS 75 ANOS..., 1955).

De acordo com Hering (1987), em 1911 a empresa já havia realizado a construção de novas instalações no Bom Retiro. Em 1922, foi construído um novo prédio para abrigar tinturaria, sala de cortes e tricotagem. Além do incremento da planta física e do maquinário, as décadas de 1910 e 1920 representaram um grande crescimento para a empresa, com o aumento da produção e das vendas, ocasionada também pelo aumento da demanda por produtos industrializados em função do crescimento vegetativo. A partir de 1914, as indústrias têxteis catarinenses entraram em uma fase de diversificação da produção e de concorrência no mercado nacional (HERING, 1987; COLOMBI, 1979).

Segundo Broos & Socorro (1980, p. 47), em dezembro de 1929 a Hering & Cia. transformou-se em sociedade anônima “em decorrência natural do porte da empresa”. Nesse momento, a empresa passou a adotar o nome de Indústria Têxtil Companhia Hering. A diretoria-presidência foi ocupada por Paul Hering, na qualidade de sócio comanditário, ao passo que os diretores gerentes eram Max Hering, Curt Hering e Hermann Müller-Hering. Como diretores gerentes suplentes, figuravam membros da terceira geração da família: Victor Hering²⁰⁸, Ingo

²⁰⁴ Max Alfred Hering nasceu em Tannhausen (região da Silésia), em 1875, tendo falecido em Blumenau, em 1967.

²⁰⁵ Curt Victor Hering, conforme mencionado, era o caçula de Hermann Hering, tendo sido o único da fratria (segunda geração) a ter nascido no Brasil. Nascido em 1881, faleceu precocemente em 1948. Como veremos, Curt é o representante da família com uma inserção destacada na esfera da política.

²⁰⁶ Hermann Müller nasceu em Weiblingen (Württemberg), em 1873, tendo falecido em Blumenau, em 1969. Emigrou para o Brasil em 1900, passando a atuar como procurador da Gebrüder Hering. A partir de 1901, após o seu casamento com uma das filhas de Hermann Hering (Margarete), assumiu boa parte da direção comercial da companhia (OS 75 ANOS..., 1955, p. 17). De modo interessante, Hermann Müller assumiu legalmente o sobrenome da esposa, passando a se chamar Hermann Müller-Hering (HERKENHOFF & HERKENHOFF, 1975, p. 110). No que se refere a Hermann, deve-se mencionar ainda a sua atuação junto à comunidade luterana – religião professada por toda a família – , na qual ocupou o cargo de presidente da Comunidade Evangélica Blumenau-Centro (BROOS & SOCORRO, 1980, p. 31; FROTSCHER, 2003, p. 159).

²⁰⁷ Felix Hering (1891-1966) era filho de Paul Hering (1861-1942). Felix ocupou o posto de presidente da Sociedade de Atiradores de Blumenau (BROOS & SOCORRO, 1980, p. 56). Sobre o primogênito de Hermann Hering, Paul, nascido em Hartha (Saxônia), Colombi (1979, p. 28) nos informa que, desde 1880, o mesmo não trabalhava na firma do pai, embora tenha posteriormente possuído ações da companhia. É sabido que Paul Hering dedicou-se à pintura decorativa, tendo fundado, em 1886, a fábrica Tintas Hering. Ademais, ocupou durante muitos anos o posto de Cônsul Honorário da Alemanha (OS 75 ANOS..., 1955, p. 26).

²⁰⁸ Max Victor Hering (1902-1961) era filho de Max Hering e Klara Kleine.

Hering²⁰⁹ e Walter Werner²¹⁰ (OS 75 ANOS..., 1955; HERING, 1987; COLOMBI, 1979). Essa diretoria foi oficializada em assembleia de 11 de dezembro de 1935, data a partir da qual encontram-se informações mais consistentes acerca da composição da diretoria da Companhia Hering (BROOS & SOCORRO, 1980, p. 119)²¹¹.

Em 1929, a Hering contava com 170 teares circulares, cerca de 190 máquinas de costura e uma fiação de 4.230 fusos (OS 75 ANOS..., 1955, p. 24; HERING, 1987). Segundo Hering (1987), a empresa realizava uma constante renovação e atualização do maquinário. Ao passo que, nos primórdios, as máquinas eram importadas estritamente da Alemanha, nas décadas posteriores verificar-se-á uma diversificação quanto à procedência das mesmas. A companhia possuía, ademais, oficinas para a manutenção do maquinário, situando-se em uma posição de vanguarda técnica e tecnológica (HERING, 1987).

De acordo com Hering (1987), nas décadas de 1930 e 1940, a empresa investiu em políticas de assistência ao trabalho²¹², tais como refeitório, sistema de seguro de vida coletivo, cooperativas de crédito, creche etc. Além disso, a companhia possuía instalações para funcionários na sua sede no Bom Retiro. A autora destaca ainda que, em função das características peculiares da região e da sua população – isto é, em função da colonização –, a possibilidade de plantio de gêneros alimentícios conjuntamente ao trabalho em fábricas evitou a proletarização do operariado do Vale do Itajaí, garantindo boas condições de existência. Segundo Hering (1987) e Broos & Socorro (1980, p. 53), nos cem primeiros anos de história da empresa, inexistem registros de greve, o que é imputado às boas condições de vida do operariado e às políticas assistencialistas levadas a cabo pela empresa²¹³.

Na década de 1930, para escapar da pressão dos atacadistas, a empresa estimulou que

²⁰⁹ Ingo Wolfgang Hering (1907-1992) era filho de Curt Hering e Hedwig Kleine, irmã de Klara Kleine. Foi casado com Lilly Weege (HERKENHOFF & HERKENHOFF, 1975, p. 110).

²¹⁰ Casado com Kaete Müller-Hering, filha de Hermann Müller-Hering e Margarete Hering, neta de Hermann Hering (GROSS-HERING, [195-], p. 38).

²¹¹ Neste trabalho enfoco a atuação da Hering no segmento fabril têxtil, que constitui a atividade empresarial mais destacada da família e pela qual ela é reconhecida até os dias atuais. Não obstante, integrantes da segunda e da terceira geração da família (filhos e netos de Hermann Hering, além de cônjuges destes) diversificaram os investimentos e os ramos de atuação, seja pela fundação ou aquisição de novas empresas, seja por participação acionária em empreendimentos. Podemos mencionar, de modo breve, os seguintes segmentos de atuação: energia elétrica, bancário/de crédito, telefônico, madeireiro, celulose, pecuária, tintas, chocolates, gaitas, cristais, brinquedos, artigos medicinais etc. Ademais, membros da família possuíam participação acionária e/ou cargos de direção em outras indústrias têxteis do Vale do Itajaí. Para apontamentos detalhados sobre tais empreendimentos e os agentes envolvidos, consultar o trabalho de Hering (1987).

²¹² Retornarei a esse ponto adiante, quando tratarei da Fundação Hermann Hering.

²¹³ Após a publicação desses trabalhos, a Hering registrou a existência de atividades grevistas. Um exemplo é a grande greve das indústrias têxteis blumenauenses de 1989. Sobre isso, ver o trabalho de Souza (1991).

seus representantes constituíssem depósitos próprios para atender aos médios varejistas. O mercado consumidor da Hering, que já havia se expandido para o Rio Grande do Sul e, posteriormente, para o Rio de Janeiro, São Paulo e Minas Gerais, alcançou todo o país até 1945. De uma linha de seis produtos em 1901, em fins da década de 1930 e no início dos anos 1940 a Hering possuía aproximadamente 40 artigos diferentes em produção, passando a atender mercados específicos, como o esportivo, o escolar e o de moda (HERING, 1987; COLOMBI, 1979, p. 108).

Segundo dados fornecidos por Hering (1987), em 1940 eram contabilizados 325 teares e 290 máquinas de costura na companhia. Em 1945, são registrados mais de 800 empregados trabalhando na empresa. Em fins dos anos 1930 e início da década de 1940, a Hering possuía um capital de 7.200 contos de réis (HERING, 1987; COLOMBI, 1979, p. 107). De acordo com Hering (1987), em 1941 a Companhia Hering era a segunda maior indústria têxtil catarinense, atrás da Fábrica de Tecidos Renaux (Brusque), que possuía capital de 20.000 contos. A Carlos Hoepcke S.A possuía, à época, um capital de 7.000 contos. Segundo a autora, apesar de expressivas no cenário nacional, as empresas catarinenses eram incomparáveis em termos de porte com as empresas paulistas, como, por exemplo, as Indústrias Matarazzo, conglomerado que também atuava no ramo têxtil.

Conforme argumenta Hering (1987), a partir de Curt Hering teve início o envolvimento da família com a atividade política²¹⁴. De acordo com Frotscher (2003), Curt Hering detinha múltiplas notabilidades, posicionado e possuindo recursos de ordem material, social, política cultural e simbólica. Além de ser um dos proprietários da Cia. Hering, Curt foi eleito para o cargo de conselheiro municipal em 1918, além de ter ocupado a superintendência municipal por dois mandatos consecutivos, entre 1923 e 1930, pelo Partido Republicano Catarinense

²¹⁴ Tal envolvimento teve continuidade com Ingo Hering, filho de Curt, que foi vereador em Blumenau por vários mandatos consecutivos, de 1951 a 1970, inicialmente pela UDN e, depois, pela ARENA. Ademais, Ingo ocupou o posto de presidente da câmara em diversas ocasiões. A partir de 1970, Ingo foi substituído por seu filho, Dieter Hering, que exerceu o cargo de vereador por dois mandatos, até 1977. Ver: CÂMARA MUNICIPAL DE BLUMENAU. **Outras legislaturas (1951 a 2012)**. 2017. Disponível em: http://acervoweb.camarablu.sc.gov.br/wp-content/uploads/2017/02/OUTRAS_LEGISLATURAS_E_SUPLENTE.pdf. Acesso em: 20 nov. 2021.

(PRC)²¹⁵. Ademais, Curt Hering foi membro da diretoria da Sociedade Teatral e Musical Frohsinn²¹⁶ e da Associação Escolar da “escola alemã” em Blumenau (FROTSCHER, 2003, p. 44; OS 75 ANOS..., 1955, p. 20).

Com o falecimento do então superintendente Paulo Zimmermann, em 1923, e na ausência de Victor Konder, então presidente do conselho municipal, Curt Hering, na qualidade de vice-presidente do conselho, assumiu interinamente a superintendência municipal de Blumenau. Nas eleições de junho de 1923, elegeu-se superintendente municipal. Em 1927, reelegeu-se para mais um mandato, agora assumindo o cargo de prefeito municipal²¹⁷ (BROOS & SOCORRO, 1980, p. 39-40; HERING, 1987).

Com a Revolução de 1930, vários políticos foram alijados de seus cargos, o que se verificou também no caso de Curt Hering, que foi intimado a entregar a prefeitura. Tal fato representou o primeiro dos grandes dissabores experienciados por Curt Hering ao longo de sua trajetória (HERING, 1987; BROOS & SOCORRO, 1980, p. 40). De modo geral, a Revolução de 1930 marcou a perda da influência política dos industriais do Vale do Itajaí ligados ao PRC para a oligarquia Ramos, tanto em âmbito estadual quanto localmente no contexto de Blumenau (FROTSCHER, 2003).

O segundo dissabor na vida de Curt Hering se relaciona ao contexto da II Guerra Mundial e às campanhas de nacionalização. Tal como foi explicitado anteriormente no caso do grupo Hoepcke, a Hering sofreu igualmente os impactos da nacionalização em suas atividades econômico-empresariais, ainda que de modo mais duradouro. Segundo Hering (1987), em 1939 Max Hering fez viagem à Alemanha, tendo ficado retido até o fim da guerra. Assim, seu irmão mais novo, Curt Hering, foi eleito diretor-presidente da companhia, e o genro deste, Max

²¹⁵ Em Santa Catarina, o PRC – comandado por políticos como Lauro Müller, Felipe Schmidt e a família Konder, cujo centro de poder estava localizado no Vale do Itajaí – rivalizava com o PLC (Partido Liberal Catarinense) – este comandado pela oligarquia Ramos, oriunda do Planalto Serrano. Tais partidos foram extintos com o Estado Novo, em 1937. Após o Estado Novo, os partidários de Nereu Ramos e do antigo PLC direcionaram-se ao PSD (Partido Social Democrático), ao passo que os antigos membros do PRC propenderam à UDN (União Democrática Nacional), perpetuando assim o antagonismo entre as duas frações dominantes da política catarinense (FROTSCHER, 2003).

²¹⁶ Tratarei dessa sociedade, bem como da atuação dos Hering na esfera cultural de modo geral, em maiores detalhes na seção seguinte.

²¹⁷ É interessante pontuarmos que, em uma das obras patrocinadas pela família, Curt Hering é retratado como “o primeiro prefeito de Blumenau”, o que visa promover e alimentar o seu legado (BROOS & SOCORRO, 1980, p. 39). Como a própria obra esclarece, com a nova constituição estadual promulgada em 1927, a nomenclatura “superintendente” foi alterada para a de “prefeito”. Desse modo, embora tenha sido primeiro a utilizar a nomenclatura de “prefeito”, Curt Hering não foi, obviamente, o primeiro a exercer o poder executivo em âmbito municipal.

Tavares D’Amaral²¹⁸, diretor vice-presidente, em assembleia realizada em março de 1942 (BROOS & SOCORRO, 1980, p. 119).

Informa-nos Frotscher (2003) que, a partir de 1942, várias pessoas e empresas radicadas em Blumenau foram incluídas na *Blacklist* elaborada pelo governo dos Estados Unidos. Em 18 de dezembro de 1942, os membros da diretoria da Cia. Hering foram incluídos na lista: Curt Hering, Felix Hering, Ingo Hering, Victor Hering e Max Tavares D’Amaral (FROTSCHER, 2003, p. 177). Nos primeiros meses de 1943, a Hering tentou a retirada dos nomes de seus diretores da lista a partir de tratativas junto ao Consulado dos Estados Unidos em Florianópolis e a autoridades brasileiras, mormente o Ministério das Relações Exteriores do Brasil e a Interventoria Federal no Estado (FROTSCHER, 2003, p. 177-8).

Macedo (2007, p. 115), baseando-se em trabalho de Méri Frotscher, afirma que Curt Hering havia sugerido à sua filha Isolde o casamento com Max Tavares D’Amaral, de origem luso-brasileira, visando evitar os impactos das campanhas de nacionalização. O casamento foi concretizado em 1941 (HERKENHOFF & HERKENHOFF, 1975, p. 112). Conforme argumenta Frotscher (2003, p. 165), D’Amaral exercia um papel de mediação entre as elites industriais de Blumenau e as autoridades brasileiras. Não obstante, diferentemente do caso dos Hoepcke, o matrimônio com um representante das famílias tradicionais luso-brasileiras não evitou a interferência duradoura nos negócios da família Hering.

A interventoria federal era ocupada à época por Nereu Ramos, líder do antigo Partido Liberal Catarinense, opositor político do Partido Republicano Catarinense, pelo qual Curt Hering havia sido prefeito. Além dessa antiga inimizade política, a simpatia de alguns membros grupo familiar em relação ao nacional-socialismo era outro agravante à situação. De acordo com Frotscher (2003), Kurt Prayon²¹⁹, genro de Max Hering, era membro do partido nazista

²¹⁸ Conforme sinalizado anteriormente, Max Tavares D’Amaral (1906-1972) era advogado (título de bacharel obtido na Faculdade de Direito de São Paulo, em 1930), deputado federal pela UDN (1946-1951), além de autor de uma importante tese que opunha a colonização alemã (responsável pelo desenvolvimento econômico via trabalho) ao “povoamento” açoriano (focado na extração de recursos naturais). Natural de Itajaí, mudou-se em 1938 para Blumenau, onde casou-se com Isolde Hering, filha de Curt Hering, tendo assumido cargo na diretoria da Cia. Hering. Durante o Estado Novo, a partir de meados de 1939, exerceu a função de redator no importante jornal *Der Urwaldsbote*, de propriedade de Gustav Artur Koehler (que, igualmente, possuía laços familiares com os Hering). Apesar da origem luso-brasileira, D’Amaral foi um dos nomes ligados à Hering incluídos na *Blacklist* elaborada pelo governo dos Estados Unidos. Informações obtidas em Frotscher (2003) e em: MEMÓRIA POLÍTICA DE SANTA CATARINA. **Biografia Max Tavares do Amaral**. 2020. Disponível em: http://memoriapolitica.alesc.sc.gov.br/biografia/1126-Max_Tavares_do_Amaral. Acesso em: 15 jul. 2021.

²¹⁹ Prayon havia regressado à Alemanha, não exercendo cargo na Cia. Hering (FROTSCHER, 2003, p. 178).

local desde 1936. Tal fato teria desencadeado inclusive um rompimento entre as famílias dos dois irmãos. A autora sugere também, a partir de evidências documentais, a existência de simpatia, por parte da família Hering – e, de modo específico, por parte de Max e Curt Hering –, em relação à ideologia do nacional-socialismo (FROTSCHER, 2003, p. 178-180)²²⁰. Ademais, a Hering – e as indústrias do Vale do Itajaí, de modo geral – possuíam relações comerciais e empresariais diretas com a Alemanha a partir de importações (HERING, 1987), fator que também desencadeava suspeitas.

Em tal contexto, em 9 de outubro de 1943, o advogado Roberto Grossenbacher²²¹ foi empossado como diretor-geral da Cia. Hering, tendo atuado como interventor do Estado na empresa até o ano de 1947 (FROTSCHER, 2003, p. 181; BROOS & SOCORRO, 1980, p. 119). Após a inclusão na lista negra, o então diretor-presidente, Curt Hering, afastou-se da empresa, ao passo que os demais membros da família permaneceram na diretoria da companhia exercendo funções estritamente técnicas, de modo subordinado ao interventor nomeado pelo Estado (HERING, 1987; FROTSCHER, 2003, p. 183).

Na obra comemorativa do centenário da Hering (BROOS & SOCORRO, 1980), encontramos uma espécie de “acerto de contas” da família em relação ao período da II Guerra e das campanhas de nacionalização. Na obra, opera-se uma desconstrução da imagem promovida durante o Estado Novo, que confundia germanismo e nazismo (BROOS & SOCORRO, 1980, p. 43). A ideia de que Blumenau era um quisto étnico e de que falar alemão era uma traição à pátria, “visão deturpada dos fatos” (BROOS & SOCORRO, 1980, p. 44), teria levado ao desencadeamento de práticas repressivas e injustas, que atingiram inclusive Curt

²²⁰ Tal simpatia ideológica não representou, entretanto, aderência política ou filiação ao NSDAP, partido em relação ao qual, em algumas ocasiões, Curt Hering entrou em conflito na esfera pública de Blumenau (FROTSCHER, 2003, p. 179). Ademais, o recrudescimento da nacionalização, o contexto da guerra e os impactos aos negócios da Hering implicaram um alinhamento estreito da família ao Estado brasileiro e sua orientação geopolítica.

²²¹ Segundo Hering (1947), Grossenbacher já atuava na firma e tinha a confiança dos círculos do poder. Apesar do sobrenome alemão, Grossenbacher assumiu o cargo de deputado federal em 1947, tendo sido eleito pelo PSD, partido que congregava os correligionários políticos de Nereu Ramos (FROTSCHER, 2003, p. 181), o que sugere que o mesmo não estava alinhado politicamente aos industriais do Vale do Itajaí. De modo interessante, na versão da família Hering, Grossenbacher teria sido “convidado” a assumir o cargo de diretor-gerente. A narrativa sobre esse personagem é elogiosa, mencionando-se a sua “lealdade” e “os inestimáveis serviços que prestou à nossa organização” (OS 75 ANOS..., 1955, p. 26).

Hering, que “sofreu as mais perversas humilhações policiais” (*ibidem*)²²².

Nessa mesma obra é reproduzida ainda uma entrevista concedida por Curt Hering ao jornalista Nemésio Heusi, “por volta do ano de 1942”, durante o período da guerra, que foi publicada apenas em 1958, na revista *Blumenau em Cadernos*. A entrevista é interessante e ilustrativa, na medida em que expressa as concepções de Curt Hering no que se refere à democracia, bem como ao contexto histórico e geopolítico da década de 1940. Em uma fala permeada por alusões históricas e filosóficas eruditas, Curt Hering afirmou:

Como vimos – Senhor Heusi – as ditaduras, o poder que se assenta no direito da força e não na força do direito, perecerão. Hitler e Mussolini não serão uma exceção à regra – e dando por encerrada a primeira parte da nossa entrevista concluiu - “estamos ainda em plena guerra, e eu lhe asseguro – está perto muito perto, o fim do Nazismo e do Fascismo. Enganam-se os que subestimam o poder do povo, esta força poderosa que gira os destinos da humanidade, reagindo tôdas as vêzes que sentir fugir a liberdade, essa conquista que os séculos nos legaram como fundamento sublime do ideal Democrático! [*sic*]²²³.

As informações sobre o contexto de produção da entrevista são escassas. Não sabemos, por exemplo, de que modo foi realizado o registro da fala de Curt Hering – o texto de Heusi sugere que ela foi produzida mediante interação, não se tratando de uma entrevista por escrito. Não obstante, o modo de construção do discurso, em sua complexidade e erudição, sugere que se trata de uma fala preparada previamente, ou que foi possivelmente editado pelo entrevistador. Ademais, não é possível precisarmos em que medida o idealismo democrático de Curt Hering é um posicionamento espontâneo, ou até que ponto tal posição já sofria a influência do contexto geopolítico da II Guerra e das campanhas de nacionalização – especialmente se considerarmos, como aponta Frotscher (2003, p. 180), a simpatia da família Hering e de Curt Hering pelo nacional-socialismo no período que antecede a guerra. A inclusão da entrevista no livro comemorativo do centenário – o que foi realizado em seção específica da obra, intitulada “Contribuições à História” (BROOS & SOCORRO, 1980, p. 151-2) –, todavia, visa delimitar e enfatizar o caráter democrático das concepções de Curt Hering, bem como as suas críticas ao

²²² A reabilitação da memória de Curt Hering mostra-se um tema sensível à família. Frotscher (2003, p. 236) menciona, por exemplo, o busto de Curt Hering erigido em 1950, durante as comemorações do centenário de Blumenau, em uma praça no bairro do Bom Retiro. Segundo a autora, esse é um dos exemplos da reabilitação da memória de antigos líderes do PRC, que ocorreu a partir da segunda metade da década de 1940, quando as elites empresariais blumenauenses retomaram o poder político municipal.

²²³ HEUSI, Nemésio. Páginas do meu velho arquivo: uma entrevista com Curt Hering. **Blumenau em Cadernos**, Blumenau, t. 1, n. 5, mar. 1958, p. 98-9. Disponível em: http://hemeroteca.ciasc.sc.gov.br/blumenau%20em%20cadernos/1958/BLU1958005_mar.pdf. Acesso em: 15 set. 2021.

nazismo.

O que podemos asseverar, não obstante, é o fato de que a intervenção sofrida pela Hering no contexto das campanhas de nacionalização representou uma experiência bastante traumática para a família²²⁴. Curt Hering, que já havia sido alijado da prefeitura de Blumenau pela Revolução de 1930, durante a II Guerra viu-se forçado a se afastar da sua própria companhia, retirando-se à vida familiar. Com base em correspondência expedida por Curt, Frotscher (2003, p. 184) aponta que tal fato desencadeou grande amargura no industrial. Na narrativa familiar, tais amarguras são apontadas, inclusive, como um dos motivos para o adoecimento e a morte precoce de Curt Hering (HERING, 1987; GROSS-HERING, [195-], p. 23).

O contexto da guerra acarretou dificuldades à Hering, não apenas no tocante à intervenção estatal em sua diretoria, mas também em função dos seus impactos econômicos e comerciais, mormente no que se refere à importação de maquinário. Afirmam Broos & Socorro (1980, p. 48), por exemplo, que a II Guerra Mundial dificultou a importação de agulhas, o que foi contornado mediante a fabricação de agulhas localmente, por parte dos técnicos da empresa. No que se refere à administração da Hering, a situação foi normalizada apenas em 1947, com a eleição de uma nova diretoria, composta por membros da terceira geração da família: Felix Hering, Victor Hering, Ingo Hering, Roland Müller-Hering²²⁵ e Walter Werner (HERING, 1987; BROOS & SOCORRO, 1980, p. 120).

Por outro lado, a II Guerra representou possibilidades de crescimento à Hering, tanto no mercado interno quanto em termos de exportações, uma vez que a companhia aproveitou o espaço deixado vago pelos países envolvidos mais diretamente no conflito. No que se refere à presença no mercado internacional, as exportações se retraíram após o fim da guerra. No mercado interno, verificou-se igualmente uma estagnação da indústria têxtil, especialmente no decênio entre 1955 e 1964 (BROOS & SOCORRO, 1980, p. 54-5). Em 1955, a Hering registrava uma fiação com 13.200 fusos, 240 teares circulares e 330 máquinas de costura, operados por um total de 1.200 operários (OS 75 ANOS..., 1955, p. 48).

²²⁴ No caso da família Hering e, de modo geral, no que se refere ao grupo étnico teuto-brasileiro, podemos constatar um processo de patrimonialização do trauma do Estado Novo, acontecimento recorrentemente evocado nas narrativas de memória familiares e nos discursos que os agentes veiculam acerca da história do grupo étnico.

²²⁵ Roland Herbert Müller-Hering (1918-2003), filho de Hermann Müller-Hering e Margarete Hering.

Em 1962, Ingo Hering assumiu o posto de diretor geral da Hering²²⁶. No início da década de 1960²²⁷, a Hering abriu o seu capital, até então exclusivamente familiar (BROOS & SOCORRO, 1980, p. 55; HERING, 1987). Desde 1893, data do registro oficial da Hering, a empresa manteve um controle acionário estritamente familiar. Segundo informações de Colombi (1979, p. 26), até 1979, 70% do capital ainda permanecia sob controle da família.

Na década de 1960, mais especificamente a partir do golpe civil-militar de 1964, verificou-se uma modernização e ampliação do complexo industrial da Hering. A companhia beneficiou-se de incentivos governamentais e de leis de crédito especial voltadas à expansão da atividade industrial. Assim, nas décadas de 1960 e 1970, ocorreu a modernização do complexo industrial da matriz no Bom Retiro, a construção de unidades satélites em outras cidades catarinenses, bem como o desenvolvimento do complexo fabril no Nordeste do país²²⁸ (BROOS & SOCORRO, 1980, p. 58).

Em 1966, um grupo industrial do Vale do Itajaí apresentou à Superintendência do Desenvolvimento do Nordeste (SUDENE) o projeto de criação da Tecanor S.A. – Têxtil Catarinense do Nordeste, empresa verticalizada voltada à produção de malhas e fios, que visava tirar proveito da matéria-prima (algodão) disponível no Nordeste do país. Em 1971, constituiu-se a primeira diretoria executiva da empresa, composta por representantes da quarta geração da família no Brasil, todos bisnetos de Hermann Hering: Hans Prayon²²⁹ (diretor presidente), Heinz Juergen Hering²³⁰ (diretor superintendente) e Ivo Hering²³¹ (diretor). Em 1980, o controle acionário da Tecanor era exercido pela Hering em função da retirada dos demais sócios (BROOS & SOCORRO, 1980, p. 58-9).

Na década de 1970, o plano de verticalização da Hering teve prosseguimento, com investimentos no setor de algodão. No mesmo período, verificou-se a profissionalização da companhia com a delegação de atividades anteriormente executadas por membros da família para profissionais especializados. Deve-se mencionar ainda que, em 1976, a SUDENE aprovou

²²⁶ O cargo de diretor gerente foi transformado, em 1971, em diretor presidente. Ingo Hering, que adentrou na Hering em 1929, na qualidade de diretor suplente, exerceu o comando da companhia até fins da década de 1980 (BROOS & SOCORRO, 1980).

²²⁷ As informações sobre o ano exato de abertura do capital são conflituosas. Por exemplo, em Broos & Socorro (1980), menciona-se 1960; em Hering (1987), é apontado o ano de 1963.

²²⁸ O projeto arquitetônico de tais obras foi assinado por Hans Broos. Tratarei desse ponto em maiores detalhes adiante.

²²⁹ Filho de Kurt Prayon e Annemarie Hering, esta filha de Max Hering (GROSS-HERING, [195-], p. 42). Sabe-se que ocupou o posto de Cônsul Honorário da Alemanha em Blumenau.

²³⁰ Nascido em 1921, filho de Felix Hering (HERKENHOFF & HERKENHOFF, 1975, p. 108). Falecido em 1984.

²³¹ Nascido em 1942, filho de Ingo Hering (HERKENHOFF & HERKENHOFF, 1975, p. 111).

outro projeto da Hering, voltado à instalação da Hering do Nordeste S.A. – Malhas, no estado de Pernambuco (BROOS & SOCORRO, 1980, p. 60-1).

Em 1970, a Hering implantou a Ceval Agro-Industrial S.A., no município de Gaspar, o que representou o primeiro investimento do grupo no setor de alimentos. A empresa entrou em operação em 1973, sob a diretoria-presidência de Ivo Hering. Voltada à comercialização e à industrialização da soja, a empresa era responsável pela produção do óleo de soja da marca Soya²³² (BROOS & SOCORRO, 1980, p. 61).

Conforme informações disponíveis em Broos & Socorro (1980, p. 123-135), no ano de 1980, o grupo Hering representava um conglomerado formado pela Cia. Hering e mais 29 personalidades jurídicas, entre sociedades anônimas e empresas limitadas, nas quais a Hering possuía controle majoritário ou participações. Além do segmento têxtil, o grupo possuía atuação nos ramos de alimentos, hotelaria, seguros e cooperativa de crédito. Possuía também a Fazenda Ilhota, adquirida em 1954, destinada à pecuária.

Em fins da década de 1970, a Cia. Hering era a maior empresa catarinense, a maior malharia da América Latina e a segunda maior do mundo, produzindo 144 milhões de artigos anualmente. Em 1979, a companhia registrava mais de onze mil trabalhadores em seu quadro de funcionários, uma fiação com mais de 46 mil fusos, 195 teares automáticos e mais de 1.700 máquinas de costura (BROOS & SOCORRO, 1980, p. 47, 53, 61, 110).

Em 1980, a estrutura produtiva e fabril da Hering atingiu a sua capacidade máxima (CIA HERING, 2000, p. 5). De acordo com Simas (1988, p. 93), em 1987, a Hering era a empresa líder no setor de camisetas, detendo 13,5% do total de vendas no mercado brasileiro. A partir de meados da década de 1990, a empresa desenvolveu uma reorientação estratégica, passando a focar o conceito de marca e a abertura de lojas de varejo, constituindo a rede Hering Store²³³. Segundo informações da própria empresa, em 2000, a Hering era a marca de roupas

²³² Sabe-se que, posteriormente, a Ceval incorporou a Seara (do ramo de carnes). Em 1997, a Ceval foi adquirida pela Bunge, tendo representado uma fonte de capitalização à Cia. Hering que, à época, enfrentava dificuldades em função da concorrência com produtos importados na área têxtil. Ver: ADACHI, Vanessa; ARBEX, Mauro. Ceval deve ser vendida ao grupo Bunge. **Folha de S. Paulo**, São Paulo, 22 ago. 1997. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/dinheiro/fi220821.htm>. Acesso em: 25 out. 2021.

²³³ A primeira loja da rede foi aberta em 1996. Ver: TEIXEIRA, Alexandre. A velha dama no novo mercado. **Época Negócios**, São Paulo, 20 jan. 2009. Disponível em: <http://epocanegocios.globo.com/Revista/Common/0,,EMI24079-16642,00-A+VELHA+DAMA+NO+NOVO+MERCADO.html>. Acesso em: 30 out. 2021.

mais conhecida do Brasil²³⁴, possuindo lojas em todo o país, com presença também em países da América do Sul (CIA. HERING, 2000, p. 5, 8, 18).

Tal reorientação empresarial é creditada, em larga medida, à figura de Fabio Hering, membro da quinta geração da família a atuar na companhia²³⁵. No ano de 2000, a presidência da Hering era ocupada por Ivo Hering (que assumiu o comando do grupo em fins da década de 1980), com Fabio Hering figurando na vice-presidência. O conselho de administração contava, entre outros, com Hans Prayon (presidente) e Márcio Tavares D’Amaral²³⁶ (secretário) (CIA. HERING, 2000, p. 32).

Nos primeiros anos da década de 2000, Fabio Hering assumiu a presidência da Hering²³⁷ após o grupo ter estado à beira da falência, no início da década de 1990. Em 2007, a família vendeu boa parte das suas ações na bolsa de valores, tornando-se uma empresa de capital aberto e difuso – a família manteve aproximadamente 25% do capital social, bem como a administração da empresa²³⁸ –, o que acarretou uma grande valorização dos papéis da companhia. De um valor estimado em R\$ 600 milhões no ano de 2007, a Hering era avaliada em R\$ 7,9 bilhões em 2012, gozando de avaliações positivas por parte de analistas de mercado e acionistas²³⁹.

Nas décadas de 1990 e 2000, a Cia. Hering desenvolveu uma nova estratégia de negócios, responsável pela transição de um modelo centrado em produção têxtil para a constituição de uma rede de lojas de varejo. Até fins dos anos 1980, a Hering era uma empresa verticalizada, que realizava a fabricação do fio a partir do recebimento de matéria-prima para a posterior confecção das roupas (SIMAS, 1998, p. 92). Nas décadas seguintes foram fechadas unidades fabris e a produção do fio de algodão foi abandonada, executando-se uma

²³⁴ Hering é uma das marcas da empresa, que possui ainda a PUC, a Dzarm e a Hering Kids. A empresa atua também no segmento do varejo multimarcas (em que lojistas vendem produtos de empresas e marcas variadas).

²³⁵ Nascido em 1959, em São Paulo. Filho de Hans Gerhardt Hering, neto de Felix Hering, bisneto de Paul Hering, trineto de Hermann Hering (HERKENHOFF & HERKENHOFF, 1975, p. 108).

²³⁶ Filho de Max Tavares D’Amaral e Isolde Hering. É referido como advogado, professor e escritor (BROOS & SOCORRO, 1980, p. 48).

²³⁷ Segundo informações da imprensa especializada, apesar de ocupar o posto de vice-presidente, Fabio Hering exercia a função de “CEO” da Hering desde 1998. Ver: TEIXEIRA, Alexandre. Notícia citada.

²³⁸ Para informações detalhadas sobre o controle acionário da Hering após a re-IPO (*Initial Public Offering*) – isto é, uma nova oferta de ações na bolsa –, realizada em 2007, consultar Martins (2008, p. 113-4).

²³⁹ Informações extraídas de: LANDIM, Raquel. A estratégia dos grandes: Hering multiplica número de lojas e hoje vale R\$ 8 bilhões. **O Estado de S. Paulo**, São Paulo, 9 abr. 2012. Disponível em: <https://pme.estadao.com.br/noticias/geral,a-estrategia-dos-grandes-hering-multiplica-numero-de-lojas-e-hoje-vale-r-8-bilhoes,1679p>. Acesso em: 20 jan. 2021; e TEIXEIRA, Alexandre. Notícia citada.

desverticalização da empresa. Nas palavras de um especialista de mercado: “A Hering é o típico caso da indústria que virou loja”²⁴⁰.

Em 2012, a Hering possuía apenas 30% de produção em fábricas próprias, 45% em terceirizadas e 25% em importações (especialmente da China); da produção em fábricas próprias, cerca de 60% eram realizados no estado de Goiás em função dos baixos custos com mão-de-obra. No referido ano, a rede de varejo Hering Store, estruturada segundo um sistema de franquias, possuía 432 lojas, sendo apenas 48 de propriedade da companhia. O modelo de franquias – cujo foco comercial é a marca –, mostrou-se bastante vantajoso, uma vez que permitiu grandes expansões a baixo custo²⁴¹.

Segundo dados atualizados fornecidos pela própria Cia. Hering, a empresa possuía uma receita bruta de R\$ 1,8 bilhões, atendia a três mil cidades brasileiras e possuía um total de 5.300 colaboradores²⁴². Com base em pesquisa de mercado, a Hering afirma que a sua marca é reconhecida por cerca de 90% dos brasileiros²⁴³. Em 2019, a Hering era a 52ª marca mais valiosa do país, e a terceira no segmento de vestuário/moda²⁴⁴.

Em abril de 2021, a Hering foi adquirida pelo grupo Soma, detentor de marcas como a Farm e a Animale. Segundo a imprensa especializada²⁴⁵, em função de dificuldades empresariais, a família executou a venda da companhia, num valor estimado de R\$ 5,1 bilhões²⁴⁶. Assim, após 140 anos sob o controle e a administração da família, a Hering foi incorporada por outro grupo empresarial. A venda da Hering foi noticiada como o “fim de uma

²⁴⁰ Citado em: LANDIM, Raquel. Notícia citada.

²⁴¹ LANDIM, Raquel. Notícia citada.

²⁴² CIA. HERING. **Institucional**. 2020. Disponível em: <https://ciahering.com.br/institucional/>. Acesso em: 30 set. 2021.

²⁴³ HERING. **Sobre a Hering**. [201-]. Disponível em: <https://www.hering.com.br/store/pt/sobre-a-hering>. Acesso em: 30 set. 2021.

²⁴⁴ BARBOSA, Vanessa. As 60 marcas mais valiosas do Brasil em 2019. **Exame**, São Paulo, 2 jun. 2019. Disponível em: <https://exame.com/marketing/as-60-marcas-mais-valiosas-do-brasil-em-2019-skol-perde-trono>. Acesso em: 15 nov. 2021.

²⁴⁵ É interessante pontuar que, diferentemente do que se pôde verificar no caso dos Hoepcke e dos Richter, as informações sobre a família e os empreendimentos econômicos dos Hering são noticiadas em veículos jornalísticos de abrangência e escopo nacional – tais como o *Estado de S. Paulo*, a *Folha de S. Paulo*, a *Revista Exame*, a *Época Negócios*, a *Forbes Brasil* etc. –, o que representa um indicativo da projeção empresarial do grupo. Nesse contexto, podemos mencionar que a Hering foi a primeira empresa a ter a sua história documentada pela *Folha de S. Paulo*, na série de vídeos sobre empresas centenárias produzida pelo jornal, intitulada “Histórias Centenárias”. Ver: FOLHA DE S. PAULO. **Hering**: a camiseta que já foi roupa íntima (Histórias Centenárias Ep. 01). 8 mar. 2021. 9min01s. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=nXh3mTX1hNg>. Acesso em: 9 mar. 2021.

²⁴⁶ SCHELLER, Fernando. Hering muda de dono após 140 anos dentro da mesma família. **O Estado de S. Paulo**, São Paulo, 26 abr. 2021. Disponível em: <https://economia.estadao.com.br/noticias/geral,hering-muda-de-dono-apos-140-anos-dentro-da-mesma-familia,70003694335>. Acesso em: 26 abr. 2021.

era para Blumenau”, contribuindo para a perda do imaginário de uma cidade industrial²⁴⁷. Após a aquisição, a presidência da Hering foi transferida à sexta geração da família, na figura de Thiago Hering, filho de Fabio Hering. Este, por sua vez, passou a ocupar a presidência do conselho de administração do grupo²⁴⁸.

Por fim, é interessante pontuarmos que, durante a aquisição, a Hering experienciava uma disputa judicial entre seus herdeiros. Pedro, Rafaela e Eduardo Hering Bell – filhos de Elke Hering e netos de Eulália Hering, esta casada com Victor Hering – entraram com processo na justiça de Blumenau contra Ivo Hering, Klaus Hering – irmão de Elke – e Antônio Diomário de Queiroz – ex-marido de Maike Hering, irmã de Elke –, alegando uma diluição das ações da avó, após o seu tio Klaus ter se tornado procurador da mesma. À época, Eulália possuía pouco mais de 9% da Inpasa Investimentos, *holding* familiar que controlava parte da Cia. Hering²⁴⁹. A disputa judicial iniciada em abril teve, alguns meses depois, o foro transferido para São Paulo e, no momento, está tramitando na justiça²⁵⁰. A venda da Hering não foi afetada e sua aquisição por parte da Soma foi concluída em setembro de 2021²⁵¹.

3.5 A ATUAÇÃO CULTURAL DA FAMÍLIA HERING E O INVESTIMENTO NA GERMANIDADE

Para além de uma destacada atuação nos campos econômico e político, a família Hering demonstra uma notável e perene inserção no universo intelectual e cultural ao longo da história. Uma consideração acerca de tal atuação cultural é relevante especialmente por dois motivos. Em primeiro lugar, pelo fato de ser no âmbito da cultura que as personagens femininas do grupo

²⁴⁷ ASSIS, Evandro de. Venda da Hering marca o fim de uma era para Blumenau. **NSC Total**, Blumenau, 26 abr. 2021. Disponível em: <https://www.nsctotal.com.br/colunistas/evandro-de-assis/venda-da-hering-marca-o-fim-de-uma-era-para-blumenau>. Acesso em: 26 abr. 2021.

²⁴⁸ MACHADO, Pedro. Cia. Hering elege novo presidente. **NSC Total**, Blumenau, 3 maio 2021. Disponível em: <https://www.nsctotal.com.br/colunistas/pedro-machado/cia-hering-novo-presidente>. Acesso em: 3 maio 2021.

²⁴⁹ SANTIAGO, Abinoan. Herdeiros brigam na justiça por ações da Hering; negócio pode ser afetado? **UOL**, São Paulo, 9 maio 2021. Disponível em: <https://economia.uol.com.br/noticias/redacao/2021/05/09/avaliada-em-r-5-bi-hering-tem-disputa-por-heranca-qual-e-o-impacto.htm>. Acesso em: 9 maio 2021.

²⁵⁰ Sobre a questão das intrigas e dos conflitos internos em empresas familiares brasileiras, bem como sobre a interpretação da imprensa de negócios acerca dessa questão – que considera a gestão familiar não profissionalizada um empecilho ao desempenho empresarial –, ver Piscitelli (1999).

²⁵¹ NASCIMENTO, Talita. Em disputa judicial, defesa de Ivo Hering alega “usucapião” de ações de primos na Cia. Hering. **O Estado de S. Paulo**, São Paulo, 22 set. 2021. Disponível em: <https://economia.estadao.com.br/blogs/coluna-do-broad/em-disputa-judicial-defesa-de-ivo-hering-alega-usucapiao-de-aco-es-de-primos-na-cia-hering/>. Acesso em: 22 set. 2021.

familiar adquirem maior projeção e destaque, o que não se verifica do mesmo modo quando consideramos as esferas empresarial e política. Em segundo lugar, a atuação cultural da família Hering nos aponta para um claro engajamento com a germanidade a partir da gestação de práticas e de manifestações culturais e artísticas que contribuem para a afirmação e a promoção da etnicidade teuto-brasileira.

Ainda que não esteja completamente ausente em outras obras preparadas pela família, é certamente no livro comemorativo do centenário da Hering (BROOS & SOCORRO, 1980) que a construção narrativa acerca da contribuição feminina para o desenvolvimento dos negócios adquire projeção e destaque. Mencionam-se na obra, por exemplo, o papel de Johanna Christiane Neumann Hering (mãe de Hermann Hering) para a manutenção da tecelagem da família na Alemanha após a morte prematura do marido, bem como o papel de Johanna e Nanny (filhas de Hermann) para a costura de camisetas em alta produtividade, produtos que acabaram sendo premiados em uma feira em Porto Alegre. Não obstante, é interessante pontuar que, após o período inicial de dificuldades e a consolidação da empresa, a narrativa sobre as mulheres da família passa a enfatizar a sua “participação na comunidade” e o seu papel no atendimento de “solicitações de solidariedade humana” (BROOS & SOCORRO, 1980, p. 35). Um exemplo refere-se ao papel de mulheres da família para a fundação e o apoio à Maternidade de Blumenau, ligada à Sociedade Evangélica de Senhoras. No mesmo sentido, é evocada a atuação cultural de tais mulheres com menções à escritora Gertrud Gross-Hering e à atuação de Nanny (Hering) Poethig junto a um grupo de teatro local.

Na literatura biográfica patrocinada pela Hering, podemos perceber um nítido esforço de afirmação do espírito cultural da família. Em Broos & Socorro (1980, p. 18), por exemplo, menciona-se o amor de Bruno Hering por Goethe – especialmente “[...] o *Fausto*, que sabia quase que inteiramente de cor”. Na obra comemorativa dos 75 anos da empresa, é evocada a paixão de Hermann Hering pela literatura, pelo teatro e pelo canto. Ademais, a obra menciona o fato de Bruno Hering ter instalado uma biblioteca para os funcionários na sede da Hering e que, em função da baixa aderência à iniciativa, o próprio Bruno realizava a leitura em voz alta para os empregados²⁵² (OS 75 ANOS..., 1955, p. 16).

Em trabalho que analisa o papel da literatura teuto-brasileira para a construção da identidade cultural no contexto de Blumenau – isto é, da literatura produzida em idioma alemão por imigrantes alemães e seus descendentes, que tematiza a questão da colonização –, Seyferth

²⁵² Tal fato é sublinhado também por Hering (1987) Seyferth (2004). Na visão da família, Bruno Hering é o grande responsável pelas obras sociais da empresa. Tais iniciativas, de caráter assistencialista, se desenvolviam segundo uma ética marcadamente paternalista.

(2004) aponta para a existência de uma relativa “efervescência” em termos dessa produção literária, especialmente entre o período após a I Guerra e as campanhas de nacionalização, mais especificamente até 1939. De modo geral, já nos primeiros anos da colônia foram criados espaços para o exercício das sociabilidades e de práticas culturais e artísticas – como as *Schützenvereine* (sociedades de atiradores), as sociedades de canto e o teatro (SEYFERTH, 2004).

Na esfera da produção literária, Gertrud Gross-Hering²⁵³ representa a “mais conhecida das autoras teuto-brasileiras” (SEYFERTH, 2004, p. 161). Filha de Hermann Hering, Gertrud nasceu na Alemanha em 1879, tendo imigrado a Blumenau em 1880, onde faleceu em 1968. Gertrud Hering foi autora de contos e romances que tomavam a colônia como universo ficcional. Seus textos eram publicados em jornais como o *Der Urwaldsbote* (que era de propriedade de um primo, Gustav Arthur Koehler) e o *Brasil Post* (de São Paulo)²⁵⁴. Ademais, teve peças de sua autoria encenadas no teatro da cidade (o *Frohsinn*); sua própria residência tinha um palco para apresentações musicais e teatrais, ao passo que seu marido, Richard Gross, era músico amador (SEYFERTH, 2004).

Sobre Gertrud Gross-Hering, Seyferth afirmou:

Talvez seja uma das representantes mais perfeitas do universo burguês alemão do século XIX, recriado em Blumenau na virada para o século XX: as famílias em ascensão social, com enriquecimento na atividade industrial e comercial, burilaram a tradição cultural instituída desde os tempos iniciais da colonização por Hermann Blumenau, formando pequenas bibliotecas particulares, promovendo reuniões literárias e musicais em âmbito privado e nas associações (SEYFERTH, 2004, p. 182).

Seyferth (2004, p. 162) argumenta que os Hering recebiam livros e revistas diretamente da Alemanha, além de estarem habituados à apreciação e ao consumo cultural de literatura, música e teatro. No que se refere especificamente ao teatro, a família Hering teve envolvimento com uma sociedade teatral, criada em 1860 e que, a partir de 1885, passou a empregar o nome *Frohsinn*. Registrava-se em Blumenau uma intensa atividade teatral amadora na primeira metade do século XX, com a encenação de peças em alemão por membros da comunidade local,

²⁵³ Nascida Hering, seu nome é grafado nas obras como Gertrud Gross-Hering. Nesse sentido, percebe-se uma preocupação com o sobrenome entre os membros da família Hering, fato que se verifica também, como vimos, no caso de um dos genros de Hermann Hering, Hermann Müller-Hering, que adotou o sobrenome da esposa. Tal realidade nos sugere a existência de um forte capital simbólico associado ao nome Hering no contexto blumenauense.

²⁵⁴ Para um apanhado sobre a produção literária de Gertrud Gross-Hering, consultar Ribeiro de Sousa (2016).

bem como apresentações de companhias teatrais provenientes da Alemanha, o que foi interrompido durante a I e a II Guerras Mundiais (POETHIG, 1980; SEYFERTH, 2004).

A *Frohsinn* teve surgimento no interior da *Schützenverein* de Blumenau (criada em 1859), sendo posteriormente desmembrada e passando a possuir sede própria, construída em 1895-1896²⁵⁵. A Sociedade Teatral *Frohsinn* deu origem à Sociedade Dramático Musical Carlos Gomes (Teatro Carlos Gomes), importante entidade cultural blumenauense em atividade até os dias atuais. A principal articuladora responsável pela fundação do teatro, segundo a história local, foi Roesse Gaertner, casada com um sobrinho do Dr. Hermann Blumenau, Victor Gaertner, que ocupou a função de Cônsul da Alemanha²⁵⁶ (SEYFERTH, 2004; POETHIG, 1980).

De acordo com Seyferth (2004), o elenco do grupo teatral era composto por membros da elite urbana local. Desde seus primórdios, integrantes da família Hering estiveram envolvidos com o teatro, fazendo parte do quadro de atores. Podemos mencionar, de modo não exaustivo: Bruno, Hermann e Minna Hering, da primeira geração; todos os irmãos da segunda geração, Paul, Elise, Johanna, Nanny, Margarete, Max, Gertrud e Curt Hering; Felix, Kaete e Isolde Hering, da terceira geração; entre outros (POETHIG, 1980).

Em 1920, Nanny Poethig ocupava a função de *régisseuse* do grupo, cargo que ocupou por vários anos. No ano de 1936, a presidência da sociedade teatral passou a ser ocupada por Curt Hering, ao passo que Nanny permanecia na função de diretora teatral. Deve-se pontuar que a aquisição e a doação do terreno para a nova sede do teatro, em 1935, foram realizadas pela Hering, que contribuiu ainda financeiramente para as obras de construção (POETHIG, 1980; BROOS & SOCORRO, 1980, p. 40). O conservatório de música do Teatro Carlos Gomes, criado em 1949, foi nomeado em homenagem a Curt Hering. Sabe-se ainda que o filho de Curt, Ingo Hering – bem como o filho deste, Dieter Hering – também fizeram parte da diretoria e/ou presidiram o teatro.

A família Hering teve também envolvimento na comissão dos festejos do 25 de julho em Blumenau em 1934 e, posteriormente, na Federação 25 de Julho, criada em 1936

²⁵⁵ Nas memórias de Gertrud Gross-Hering, afirma-se que, enquanto o teatro surgiu da “elite”, a *Schützenverein* era uma associação pertencente a toda população (GROSS-HERING, [195-], p. 13). Essa parece ter sido uma das principais razões para a separação ocorrida entre o teatro e a sociedade de atiradores, conforme sugerido por Poethig (1980, p. 161).

²⁵⁶ Para informações detalhadas sobre a história e as atividades da sociedade teatral, recomenda-se consultar o texto de Nanny (Hering) Poethig (1980), publicado originalmente em 1950, no livro do centenário de Blumenau, e reproduzido em Broos & Socorro (1980); e, também, o interessante trabalho organizado por Gerlach-Schmidt (2019), que apresenta registros iconográficos e fotográficos do corpo teatral local da sociedade, bem como das companhias estrangeiras que nele se apresentavam.

(FROTSCHER, 2003). Tal envolvimento é mais um dos indícios comprobatórios do investimento em germanidade por parte do grupo familiar ao longo do tempo. A organização de festejos na data comemorativa da imigração alemã no Brasil – o “25 de julho”, dia que é considerado como marco simbólico da imigração, quando chegaram os primeiros colonos em São Leopoldo (RS), em 1824 –, promovidos em diversas regiões e cidades de colonização germânica no país com o objetivo de celebrar a memória da imigração alemã, teve como resultado a fundação no Rio de Janeiro de uma importante instituição cultural ligada à promoção da germanidade, a Federação 25 de Julho, que tinha dentre seus objetivos nacionalizar os festejos da data, além de fomentar manifestações culturais e artísticas ligadas *Deutschtum*²⁵⁷.

Frotscher (2003, p. 99 *et seq.*) nos informa que a comissão dos festejos do dia do colono em Blumenau, em 1934, contou com a participação de Ingo Hering e Felix Hering. Ademais, Curt Hering era o encarregado dos assuntos da Federação 25 de Julho na cidade. Seu filho, Ingo Hering²⁵⁸, assinou um texto no livreto *Unser ist heute der Tag! Festbüchlein zum 25. Juli* (“Hoje é nosso o dia! Livreto festivo ao 25 de julho”), publicado pela editora de Gustav Arthur Koehler, em junho de 1937, em alusão aos festejos do 25 de julho daquele ano. No texto, Ingo Hering defende a teuto-brasilidade – isto é, a dualidade elementar entre cultura alemã e cidadania brasileira –, aponta as vantagens econômicas que os alemães traziam ao Brasil, além de indicar a necessidade de um “sindicato cultural” que aglutinasse os descendentes de alemães, isto é, a própria Federação 25 de Julho²⁵⁹.

No que tange à atuação cultural da família Hering, especificamente no que se refere à imprensa escrita, é mister mencionarmos o nome de Gustav Arthur Koehler (1875-1945) – filho de uma irmã de Hermann e Bruno Hering, emigrado a Blumenau em 1892. Koehler era proprietário de uma tipografia, além de proprietário e diretor do jornal *Der Urwaldsbote*, o

²⁵⁷ A entidade foi desmobilizada durante as campanhas de nacionalização e recriada como Federação dos Centros Culturais 25 de Julho, em 1951. Não adentrarei em detalhes sobre a entidade neste trabalho, o que já realizei em outra oportunidade (VOIGT, 2018, especialmente p. 81-9). Informações podem ser obtidas também nos trabalhos de Gertz (1987), Goodman (2015) e Frotscher (2003). No que se refere à reorganização da Federação pós-campanhas de nacionalização e, especialmente, ao papel da Federação dos Centros Culturais 25 de Julho para a gênese da prática do folclore “alemão” no Brasil, consultar Voigt (2021b).

²⁵⁸ Décadas mais tarde, Ingo Hering passou a assinar, por longos anos, uma coluna semanal no Jornal de Santa Catarina. Ademais, sabe-se que, em 2007, recebeu postumamente do governo catarinense a Medalha de Mérito Cultural Cruz e Sousa por suas contribuições ao desenvolvimento da cultura.

²⁵⁹ O texto é interessante em sua forma, construído no formato de um diálogo socrático, em que dois personagens debatem; o primeiro deles defende a necessidade de manutenção do *Deutschtum*, sendo questionado pelo segundo personagem que, em face aos argumentos expostos, acaba por concordar com o primeiro. Uma análise pormenorizada do texto de Ingo Hering, com excertos vertidos ao português, pode ser encontrada em Frotscher (2003, p. 101-3).

periódico de língua alemã com maior tiragem no estado, que teve a sua circulação proibida durante o Estado Novo (FROTSCHER, 2003, p. 44-5). No âmbito das artes plásticas, podemos mencionar também Paul Hering (filho de Hermann Hering), proprietário da fábrica Tintas Hering, que era pintor. Seus trabalhos envolviam a pintura e a elaboração de ornamentos artísticos em construções, dentre as quais podemos mencionar o Palácio do Governo de Santa Catarina²⁶⁰.

Por fim, para evocarmos uma personagem das gerações mais recentes da família, devemos fazer menção à Elke Hering (1940-1994), filha de Victor Hering e bisneta de Hermann Hering. Elke era escultora e artista plástica, tendo frequentado a Academia de Belas Artes de Munique. Seus trabalhos participaram de várias exposições, inclusive na Bienal de Arte de São Paulo (HERKENHOFF & HERKENHOFF, 1975, p. 111). Foi casada com Lindolf Bell, um dos mais renomados poetas catarinenses. O casal foi um dos responsáveis pela criação daquela que é considerada a primeira galeria de arte de Santa Catarina, a Açú Açú, inaugurada em Blumenau na década de 1970. No fim da vida, Elke foi presidente da Fundação Casa Dr. Blumenau (atualmente, Fundação Cultural de Blumenau, órgão municipal responsável pela área de cultura)²⁶¹. A título de homenagem, Elke Hering empresta o seu nome ao auditório da biblioteca da Universidade Federal de Santa Catarina.

3.6 A FUNDAÇÃO HERMANN HERING

As origens da Fundação Hermann Hering (FHH) remontam a 3 de fevereiro de 1935 – data do centenário de nascimento de Hermann Hering –, quando foi fundada a Instituição Hermann Hering. Criada durante a administração de Curt Hering, a instituição estava voltada à promoção de assistência social aos operários da empresa, oferecendo serviços tais como assistência médica, creche, refeitório, seguro de vida etc. A Cia. Hering possuía, ademais, uma vila operária que, no ano de 1955, contava com 52 casas (OS 75 ANOS..., 1955, p. 51-2; STARKE, 2012).

No ano de 1947, a instituição alterou a sua nomenclatura, passando a adotar o nome atual, Fundação Hermann Hering. Em 1956, a entidade foi legalizada a partir da publicação do

²⁶⁰ FUNDAÇÃO HERMANN HERING. **Tintas Hering**. Disponível em: <https://fundacaohermannhering.org.br/centro-de-memoria/colecao/nossa-tradicao-e-cultura/tintas-hering->. Acesso em: 11 nov. 2021.

²⁶¹ FUNDAÇÃO HERMANN HERING. **Galeria Açú Açú**. Disponível em: <https://fundacaohermannhering.org.br/centro-de-memoria/colecao/nossa-tradicao-e-cultura/galeria-acu-acu>. Acesso em: 11 nov. 2021.

seu estatuto e, dez anos mais tarde, tornou-se de utilidade pública, mediante lei estadual sancionada pelo então governador Ivo Silveira (Lei 3.898/1966) (STARKE, 2012, p. 32-5).

Segundo Starke (2012), em 1944 foi fundada a Cooperativa de Consumo dos Operários da Indústria Têxtil Companhia Hering com o objetivo de distribuir aos trabalhadores da empresa gêneros alimentícios a preço de custo. Essa instituição, em 1990, abriu-se a toda a comunidade, desvinculando-se da Cia. Hering. No ano de 2012, a cooperativa – atualmente denominada Cooper – possuía 100 mil cooperados, constituindo-se como a maior cooperativa de consumo da região Sul do país e como uma das cinco maiores redes de supermercado de Santa Catarina (STARKE, 2012, p. 30).

No que se refere às políticas de benefício aos trabalhadores, podemos mencionar ainda a Cooperativa de Crédito Organizações Hering, instituída em 1951, sob a idealização de Ingo Hering – primeiro presidente da cooperativa. A instituição tinha por objetivo oferecer financiamento barato aos funcionários da Hering. Em 2001, a CrediHering mudou de razão social, passando a ser denominada de Viacredi, atualmente desvinculada da Cia. Hering. No de ano de 2012, a cooperativa contava com 200 mil cooperados, constituindo-se como a maior do país em número de associados (STARKE, 2012, p. 30-2).

Conforme informações disponibilizadas no site institucional da FHH²⁶², paulatinamente a Cia. Hering incorporou boa parte dos benefícios previamente oferecidos pela Fundação. Nesse sentido, no ano de 2011, foi realizada uma alteração no estatuto da entidade, com o objetivo de ampliar as suas ações para áreas como a cultura, o esporte, o patrimônio, a educação e o meio ambiente. De acordo com Nunes & Sartori (2012, p. 50), a reestruturação jurídica da FHH mostrou-se indispensável para viabilizar o aporte de recursos financeiros por parte do poder público.

A Fundação Hermann Hering é uma personalidade jurídica de direito privado sem fins lucrativos. A gestão da entidade está a cargo de Amélia Malheiros²⁶³, que ocupa o posto de

²⁶² FUNDAÇÃO HERMANN HERING. **Quem somos.** Disponível em: <https://fundacaohermannhering.org.br/quem-somos>. Acesso em: 12 set. 2021.

²⁶³ Natural de Blumenau, entrou na Cia. Hering em 1992, aos 28 anos de idade, como atendente de telemarketing. Posteriormente, foi promovida ao posto de gerente de comunicação institucional da Hering, tendo sido uma das responsáveis pela fundação do Museu Hering. Possui graduação em administração e pós-graduação em marketing, títulos obtidos em instituições de ensino superior regionais de Blumenau (Universidade Regional de Blumenau e Faculdade Franciscana de Blumenau, respectivamente). Informações extraídas de Malheiros (2012, p. 8) e de: PANCHO. Uma das “caras” da Hering veio de família numerosa do Garcia. **NSC Total**, Blumenau, 24 set. 2018. Disponível em: <https://www.nsctotal.com.br/colunistas/pancho/uma-das-caras-da-hering-veio-de-familia-numerosa-do-garcia>. Acesso em: 27 out. 2021.

diretora técnica, com a direção-presidência sendo ocupada por Carlos Tavares D’Amaral²⁶⁴. Por sua vez, o conselho curador é formado por Ivo Hering, Fabio Hering, Hans Prayon, Evandro Carlos Badin e Ronaldo Loos. A equipe de profissionais que atua na fundação está em constante recomposição, mas segundo informações acessadas em setembro de 2021, trabalhavam diretamente na FHH, além da gestora, oito profissionais – que ocupavam cargos como “museólogo”, “assistente de documentação e pesquisa”, “estilista” e “estagiário” –, provenientes de distintos campos de formação escolar, tais como a museologia, a história, a pedagogia e a moda²⁶⁵. Como indícios comprobatórios do grau de institucionalidade e de projeção da entidade, podemos mencionar o fato de a FHH possuir identidade visual própria, bem como presença e atuação nas principais plataformas de redes sociais, tais como o Instagram (uma conta para a FHH e outra para o Museu Hering), o Facebook, o Youtube e o LinkedIn.

Segundo documento que apresenta a política da Fundação Hermann Hering, os recursos da instituição provêm de dividendos oriundos de ações da Cia. Hering transferidas à FHH, conjuntamente à captação de incentivos fiscais de pessoas físicas e jurídicas²⁶⁶. O relatório de transparência da Fundação, publicado em 2020, especifica algumas das fontes de recursos, captados mediante leis de incentivo e programas como a Lei Rouanet / Pronac (Programa Nacional de Incentivo à Cultura), o FIA (Fundo para a Infância e a Adolescência), o ProAC (Programa de Ação Cultural, lei de incentivo do estado de São Paulo) e o Edital Elisabete Anderle de Estímulo à Cultura de 2019 (da Fundação Catarinense de Cultura)²⁶⁷. Sabe-se, ademais, que a FHH já recebeu aportes do Fundo Municipal de Apoio à Cultura (FMAC) de Blumenau.

Segundo o balanço patrimonial divulgado no supracitado relatório de transparência, a Fundação Hermann Hering contava, em 2020, com um patrimônio líquido de R\$ 19.767.795,63. Os principais ativos da Fundação são de natureza permanente, decorrendo de investimentos (ações e cotas), que totalizam R\$ 11.999.362,89, e de patrimônio imobilizado (imóveis, equipamentos etc.) na ordem de R\$ 4.337.879,71. No exercício fiscal de 2020, a FHH totalizou em receitas R\$ 2.946.116,62, registrando superávit de R\$ 1.384.143,03.

²⁶⁴ Filho de Max Tavares D’Amaral e Isolda Hering, integra a quarta geração da família. É referido como engenheiro (BROOS & SOCORRO, 1980, p. 49), tendo atuado por muitos anos na Cia. Hering. Sabe-se, ademais, que ocupou a presidência da Associação Empresarial de Blumenau (ACIB).

²⁶⁵ FUNDAÇÃO HERMANN HERING. **Quem somos**. Site citado.

²⁶⁶ FUNDAÇÃO HERMANN HERING. **Política norteadora das ações da Fundação Hermann Hering**. Disponível em: <https://fundacaohermannhering.org.br/img/transparency/politica-fundacao-hermann-hering.pdf> Acesso em: 12 nov. 2021.

²⁶⁷ FUNDAÇÃO HERMANN HERING. **Relatório 2020**. 2020. Disponível em: <https://fundacaohermannhering.org.br/img/transparency/relatorio-2020.pdf>. Acesso em: 14 set. 2021.

A Fundação Hermann Hering consiste num órgão vinculado à Cia. Hering e encarregado daquilo que, no mundo empresarial, convencionou-se chamar de “responsabilidade social e ambiental”. Além de ser a entidade mantenedora do Museu Hering e do Centro de Memória Ingo Hering (CMIH), a FHH fomenta, desenvolve e promove um conjunto amplo de atividades, tais com projetos sociais, cursos e oficinas, tendo a juventude como público privilegiado.

De acordo com o relatório de transparência da FHH, a entidade atua em dois eixos, a saber: “Memória & Cultura” e “Empreendedorismo”. Nas palavras da gestora da instituição, expressas no vídeo de divulgação institucional da FHH, o novo papel da entidade está voltado ao desenvolvimento de ações relacionadas à “cultura”, ao “empreendedorismo” e à “moda como plataforma de educação transformadora”²⁶⁸. De modo geral, podemos afirmar que as iniciativas da Fundação Hermann Hering tangenciam as mais diversas temáticas e campos de atuação, tais como: cultura, história, memória, museologia, arquitetura, moda, design, educação, empreendedorismo, indústria, sustentabilidade e inovação. De tal modo, a FHH configura-se como uma entidade voltada à promoção, à disseminação e à inculcação de um conjunto de valores e de concepções elegidos pela Cia. Hering como socialmente relevantes.

Dentre os inúmeros projetos desenvolvidos pela Fundação Hermann Hering, irei mencionar quatro iniciativas que, em minha visão, auxiliam a captar a tônica das ações levadas a cabo pela entidade. A discussão de tais iniciativas, assim, serve à compreensão da lógica de atuação e do ideário subjacente às iniciativas da instituição – embasado em valores e critérios tais como a diversidade, a sustentabilidade, o empreendedorismo, a inovação e a criatividade.

O primeiro projeto a ser evocado é o Trama Afetiva, um dos carros-chefes da FHH. Sob a “direção criativa” de Jackson Araujo e Luca Predabon, o projeto seleciona e reúne indivíduos “criativos” – denominados de “trameirxs” –, que participam de oficinas, workshops e atividades dirigidas por “designers-tutores” – profissionais altamente reconhecidos no espaço da moda, com atuação nas áreas de design, estilismo e arquitetura –, com a finalidade de projetar e elaborar colaborativamente produtos com propriedades inovadoras e sustentáveis. Foram realizadas, até o momento, três edições do projeto, em 2016, 2018 e 2019, que ocorrem na

²⁶⁸ Fala extraída de: FUNDAÇÃO HERMANN HERING. **Bastidores da nossa história**. 2019. 5m44s. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=CHg87dGbJSc&t=8s>. Acesso em: 30 ago. 2021. Este vídeo, elaborado com o patrocínio do Sistema Brasileiro de Museus (SBM) e do Instituto Brasileiro de Museus (IBRAM), aborda os processos de conservação e de catalogação do acervo do Museu Hering, apresentando depoimentos da equipe de profissionais, além de depoimentos de personagens da família Hering, como Ivo Hering e Carlos Tavares D’Amaral.

cidade de São Paulo²⁶⁹, centro da moda no país²⁷⁰.

O Trama Afetiva tem como objetivo oferecer aos participantes – jovens profissionais e estudantes – formação e preparação para o mercado de trabalho, além de disseminar o ideário que orienta o projeto, estruturado por princípios como o *upcycling*²⁷¹ e a economia afetiva²⁷², e que compreende a moda como uma forma de ativismo social. Para o desenvolvimento dos produtos, são utilizados como matéria-prima resíduos têxteis da própria Cia. Hering. O projeto teve como resultado a elaboração de duas coleções, denominadas Casca (de 2016) e Nós (de 2018). Ademais, as edições de 2018 e 2019 resultaram em publicações – livros-catálogos do evento, apresentando textos dos participantes e o “resultado criativo”, isto é, as coleções desenvolvidas –, disponibilizadas no site da FHH (ver ARAUJO & PREDABON, 2018; 2019)²⁷³.

O Trama Afetiva serviu de impulso a outro projeto da FHH, o Retrama, criado em 2017. Utilizando resíduos e sobras de processos têxteis obtidos por doação, a equipe da FHH desenvolve novos produtos a partir da técnica do *upcycling*. A equipe da Fundação desenvolve o design dos produtos, ao passo que a produção é executada por cooperativas parceiras da cidade de Blumenau. Após finalizadas, as peças são disponibilizadas no Museu Hering, onde podem ser adquiridas pelos visitantes mediante uma doação. Os valores angariados são utilizados para cobrir os custos de produção; o excedente, por sua vez, é aplicado em outros projetos sociais da Fundação. Segundo a FHH, em 2019, foram “ressignificados” mais de 400 kg de resíduos têxteis²⁷⁴.

²⁶⁹ O projeto conta com o financiamento do ProAC (lei de incentivo à cultura do estado de São Paulo). Em função da pandemia de COVID-19, o Trama Afetiva teve a sua edição de 2020 adiada.

²⁷⁰ As informações sobre o projeto foram extraídas de: FUNDAÇÃO HERMANN HERING. **Trama Afetiva**. Disponível em: <https://fundacaohermannhering.org.br/projeto/trama-afetiva>. Acesso em: 15 out. 2021; e WORLD FASHION. **Trama Afetiva da Fundação Hermann Hering**. 2019 (*Tag* que reúne textos publicados em 26/07/2019, 12/07/2018 e 21/10/2016). Disponível em: <http://worldfashion.com.br/wfdaily/tag/fundacao-hermann-hering/>. Acesso em: 15 out. 2021.

²⁷¹ Refere-se ao processo de agregação de valor a um produto a partir da aplicação de design e processos criativos a materiais originalmente considerados como resíduos.

²⁷² Termo definido pela própria FHH como “[...] um modelo de produção e consumo voltado para a geração de valor e responsabilidade socioambiental por meio da ressignificação de processos e produtos” (trecho extraído de: FUNDAÇÃO HERMANN HERING. **Trama Afetiva**. Site citado). É interessante pontuar que os conceitos mobilizados pelo projeto não são claramente definidos e, muitas vezes, são utilizados de modo intercambiável. Por exemplo, são frequentemente evocados os termos economia circular, economia criativa e economia afetiva – este último cunhado pelo próprio Jackson Araujo em 2014 (cf. ARAUJO & PREDABON, 2018, p. 47) –, definidos de modo quase idêntico; no que se refere à definição de economia afetiva citada acima, percebe-se que ela poderia ser aplicada igualmente ao termo *upcycling*.

²⁷³ Voltarei a tratar do Trama Afetiva em maiores detalhes ao final deste capítulo.

²⁷⁴ FUNDAÇÃO HERMANN HERING. **Retrama**. Disponível em: <https://fundacaohermannhering.org.br/projeto/retrama>. Acesso em: 15 out. 2021.

Um terceiro projeto a ser mencionado é denominado de Encadeamento Produtivo. Realizado desde 2014 pela FHH em parceria com o SEBRAE – responsável pelo desenvolvimento e aplicação da metodologia –, o projeto oferece diagnóstico e capacitação a micro e pequenas empresas, sugerindo melhorias que visam profissionalizá-las, além de facilitar o estabelecimento de negócios com grandes companhias. Segundo informações da FHH, mais de cem empresas de Goiás, do Rio Grande do Norte e de Santa Catarina – estados nos quais a Cia. Hering possui fábricas – participam do projeto²⁷⁵.

Por fim, podemos mencionar ainda o programa Criação, promovido em parceria com a “mediadora sistêmica” Andrea Peruzzo. A iniciativa consiste num curso em que são abordados conhecimentos e técnicas em empreendedorismo, criatividade, inovação e “propósito de vida”. De acordo com a FHH, o público-alvo é composto por “pessoas empreendedoras e interessadas em reinventar negócios e projetos [...]”²⁷⁶.

3.7 O MUSEU HERING

O Museu Hering foi inaugurado em novembro de 2010. As iniciativas mais sistemáticas voltadas à criação do Museu, todavia, remontam ao ano de 2007, quando Amélia Malheiros – que, à época, ocupava o posto de gerente de comunicação institucional da Cia. Hering – foi encarregada de coordenar a equipe responsável pela preservação do arquivo histórico da companhia. Segundo os relatos sobre a fundação do Museu, Malheiros sugeriu a Carlos Tavares D’Amaral – então diretor administrativo da empresa – a ideia de criar um museu dedicado à história da companhia e da família Hering (MALHEIROS, 2011, p. 10; PABST, 2012, p. 189).

É interessante pontuarmos que, a despeito da história bastante recente do Museu, podemos verificar a existência de um conjunto de narrativas discursivas que, de um lado, visam forjar e demarcar uma antiguidade para o projeto do Museu Hering e, de outro, que procuram vincular essa iniciativa ao próprio grupo familiar. Por exemplo, na sua narrativa memorialista sobre a criação do Museu Hering, Malheiros (2011) menciona que a ideia para a fundação do Museu surgiu quando teve contato com uma carta escrita por Ingo Hering, em 1980, intitulada “Constituição do acervo do futuro museu da Cia. Hering”.

O próprio título de outro texto assinado por Malheiros (2014), “Museu Hering: (trinta

²⁷⁵ FUNDAÇÃO HERMANN HERING. **Encadeamento Produtivo**. Disponível em: <https://fundacaohermannhering.org.br/projeto/encadeamento-produtivo>. Acesso em: 11 nov. 2021.

²⁷⁶ FUNDAÇÃO HERMANN HERING. **Programa Criação**. Disponível em: <https://fundacaohermannhering.org.br/projeto/programa-criacao>. Acesso em: 11 nov. 2021.

e) quatro anos depois”, visa asseverar que, apesar de ter sido criado efetivamente no ano de 2010, a iniciativa de um museu Hering possui uma história mais longínqua, que remete ao início da década de 1980. Na visão de Amélia Malheiros, o Museu Hering é resultado das ações de três membros da família:

Se hoje temos um museu, é porque Seu Ingo teve visão patrimonial e museológica, Carlos D’Amaral apoiou e conduziu o processo e Ivo Hering preservou. Podemos, sem dúvida, escrever os nomes dos três nas memórias do Museu Hering (MALHEIROS, 2014, p. 28).

Nas publicações do Museu Hering, a carta escrita por Ingo Hering é referida como uma espécie de ato inaugural da iniciativa de musealização da memória familiar, servindo à definição e à construção de uma história para o Museu. Elaborada no centenário de fundação da Cia. Hering e frequentemente citada e reproduzida nos textos veiculados pelo Museu, a “famosa carta” de Ingo Hering (NUNES & SARTORI, 2012, p. 49) mencionava o anseio de constituir uma “espécie de Museu Hering”, sendo dirigida a familiares e amigos, a quem solicitava-se a contribuição para a reunião de objetos e documentos de “valor histórico” que constituiriam o acervo do futuro museu²⁷⁷. Nos dizeres de Ivo Hering, ex-presidente da Cia. Hering e filho de Ingo Hering:

E o pontapé inicial disso, sem dúvida, foi uma carta que o meu pai escreveu, né?! Pedindo pros familiares que... Documentos que tivessem, encaminhassem à empresa, pra que aí começasse todo esse trabalho de catalogação, de... De guarda, dessa memória é... Que é tão importante, né?! Que a gente preserve, né?!²⁷⁸

Conforme aponta Cury (2012b, p. 17), inexistem informações sobre o andamento da iniciativa proposta por Ingo Hering, que acabou por se concretizar apenas três décadas mais tarde. As ações mais diretas para a concretização do Museu Hering tiveram início a partir de 2008. Um dos passos decisivos para a execução do projeto foi a assinatura, em 2009, de um termo de cooperação entre a Fundação Hermann Hering e a produtora cultural Super Nova Comunicação e Marketing – radicada em Lages (SC), de propriedade dos irmãos Públio e Paulo Sartori. Segundo a narrativa fundacional do Museu Hering, Paulo Sartori conheceu e recrutou para o projeto Marília Xavier Cury, que ficou a cargo da parte museológica. No que se refere

²⁷⁷ HERING, Ingo. Constituição do acervo do futuro museu da Cia. Hering. (Carta – Blumenau, 25 de junho de 1980). Reproduzida em: MALHEIROS, Amélia; ARANTES, Marco Antonio; CURY, Marília Xavier. **Tempo ao tempo**: nasce um museu. Blumenau: Contraponto, 2011. p. 11.

²⁷⁸ Fala extraída de: FUNDAÇÃO HERMANN HERING. **Bastidores da nossa história**. Vídeo citado.

ao financiamento, o projeto contou com a captação via Lei Rouanet, com aportes de recursos realizado pela própria Cia. Hering (MALHEIROS, 2011, p. 13-5; STARKE, 2012, p. 36).

Deve-se pontuar, portanto, que o Museu Hering é resultado de uma articulação entre profissionais dos campos do marketing e da museologia. Após a idealização do Museu, Amélia Malheiros – que ocupava o posto de gerente de comunicação institucional da Cia. Hering, dado por si só bastante informativo – envolveu os irmãos Sartori no projeto, sócios de uma empresa de marketing. Em seguida, foi incorporada à iniciativa Marília Cury, vinculada ao Museu de Arqueologia e Etnologia da Universidade de São Paulo (USP), profissional com alto grau de reconhecimento no campo da museologia brasileira. De tal modo, a própria composição do grupo de profissionais envolvidos na criação do Museu Hering nos aponta para aquela que é, como veremos, uma das características centrais dessa iniciativa, isto é, a conjugação de interesses de mercado com a sensibilidade histórica e cultural implicada em uma instituição como o museu.

Conforme dito, à Marília Cury coube a concepção museológica. Cury elaborou um diagnóstico para a avaliação das potencialidades museológicas e uma proposta preliminar do projeto museológico institucional, apresentada em dezembro de 2009. A museóloga elaborou ainda uma estratégia para a implantação do museu, bem como o projeto para a exposição de longa permanência, denominada Tempo ao Tempo, datado de junho de 2010²⁷⁹ (CURY, 2011; 2012b). Essa exposição foi inaugurada conjuntamente ao Museu Hering, em novembro de 2010. Segundo informações fornecidas por Paes (2014), à época da abertura do Museu, o mesmo contava com setor educativo e consultoria museológica – o setor de museologia foi implantado apenas em 2014, ano em que foi concluído o plano museológico institucional.

É pertinente considerarmos alguns acontecimentos e processos macro-históricos subjacentes ao período de fundação do Museu Hering, o que nos permite objetivar a narrativa fundacional produzida pela própria instituição. Conforme sublinhado por Kerber & Ott (2014, p. 222-3), o investimento disseminado em memória por parte de empresas coincide com o processo de liberalização econômica ocorrido no país a partir do início da década de 1990, quando o discurso da responsabilidade social também passou a exercer grande influência no meio empresarial brasileiro. As práticas de responsabilidade social e ambiental, voltadas à promoção da imagem das empresas junto aos consumidores, implicam a atuação de grupos privados em domínios que até então eram exclusivos ao Estado – como a educação, a cultura e o patrimônio. Como argumentam Nunes & Sartori (2012, p. 45), as próprias leis de incentivo

²⁷⁹ O projeto expositivo pode ser consultado em Cury (2011, p. 87-135).

baseadas em renúncia fiscal reduzem a atividade do Estado na área cultural, transferindo a sua responsabilidade para a iniciativa privada, processo característico da década de 1990 no país, desenrolado sob a égide do ideário neoliberal e do “fantasma do Estado mínimo”.

Segundo Kerber & Ott (2014, p. 223), o investimento empresarial em memória amplamente disseminado no Brasil nas décadas de 1990 e 2000 ocorre num momento de internacionalização das empresas, bem como de abertura do capital de grupos empresariais até então controlados majoritariamente por famílias. Tal realidade encontra expressão no caso da Hering. Como vimos, em 2007 – ano em que o Museu Hering foi idealizado – a família vendeu um número significativo de ações de sua propriedade na bolsa de valores. Ademais, conforme foi exposto previamente, em 2012 – dois anos após a inauguração do Museu Hering – 25% dos produtos da Hering eram importados, ao passo que apenas 30% eram confeccionados em fábricas próprias – sendo a maior parte desse montante produzida por indústrias localizadas fora da cidade de Blumenau e do estado de Santa Catarina.

Assim, em face à venda de boa parte do capital familiar da companhia – o que implica a perda do controle exclusivo da família sobre os negócios –, conjuntamente aos processos de internacionalização e de descentralização da produção fabril – o que representa um deslocamento da empresa em relação ao seu contexto geográfico de origem, a colônia Blumenau –, o Museu Hering – que versa precisamente sobre a história da família Hering e que está situado na matriz da empresa, no município de Blumenau – representa, de certo modo, uma reação e uma compensação simbólica a tais acontecimentos e processos. Em outras palavras, o Museu serve como um mecanismo de manutenção da propriedade simbólica da família sobre a empresa, estabelecendo uma conexão permanente entre, de um lado, a companhia e a marca Hering e, de outro, a família Hering e o contexto socioespacial de origem da empresa.

Tal argumento adquire inteligibilidade ainda maior quando consideramos a aquisição da Hering por outro grupo empresarial ocorrida em 2021, o que representa a perda definitiva do poder decisório exclusivo do grupo familiar sobre a companhia. Nesse contexto, não é anedótico registarmos a visita realizada por funcionários do grupo Soma ao Museu Hering, noticiada nas redes sociais da instituição²⁸⁰. Por meio de tal iniciativa, os representantes do novo grupo controlador da Hering são expostos à narrativa sobre a história da empresa e seu grupo familiar fundador, no intuito de que a atuação empresarial da Hering no futuro seja executada com o devido reconhecimento à história da companhia e aos seus primeiros

²⁸⁰ FUNDAÇÃO HERMANN HERING. **Postagem em rede social sobre a visita do grupo Soma ao Museu Hering**. Instagram. 15 out. 2021. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CVDeuo9rEF/>. Acesso em: 15 out. 2021.

proprietários.

Em um documento intitulado “Carta de serviço ao cidadão”, o Museu Hering descreve a sua missão nos seguintes termos:

Promover interações e reflexões sobre o futuro da moda, valorizando o legado da Cia Hering e de todos que se dedicaram a essa construção coletiva, estimulando o empreendedorismo e contribuindo para a formação do capital socioeconômico e cultural da humanidade.²⁸¹

No mesmo documento é apontado que a narrativa do Museu está voltada às temáticas da industrialização, do empreendedorismo e da moda através do tempo. Na visão da profissional responsável pela ideação da concepção museológica institucional, o Museu Hering tem como proposta a preservação do patrimônio industrial e da moda, valorizando o patrimônio cultural da Cia. Hering (CURY, 2011, p. 53; CURY, 2012b, p. 16). De modo mais específico, podemos apontar que o Museu tematiza a história da empresa e da família Hering (cf. MALHEIROS, 2012).

O Museu Hering está instalado na sede da Cia. Hering, no bairro do Bom Retiro em Blumenau, em uma edificação enxaimel datada de fins do século XIX²⁸², que fazia parte da antiga vila operária da empresa. Segundo nos informa a literatura patrocinada pelo próprio Museu, a edificação ocupou distintas funções ao longo do tempo, tais como refeitório, biblioteca e residência de funcionários (ARANTES, 2011; MALHEIROS, 2014; CURY, 2011).

Conforme apontado por Arantes²⁸³ (2011, p. 29), em função da deterioração da edificação, ela foi restaurada no ano de 2000, ocasião em que foi integralmente desmontada e reconstruída mantendo as características originais, trabalho executado pelo arquiteto Paulo Zutter²⁸⁴. Dois anos depois, em função de seu valor patrimonial, o prédio foi tombado pelo estado de Santa Catarina, pelo Decreto 5.913/2002. Em 2010, a edificação sofreu mais uma restauração com a finalidade de adaptação para a instalação do Museu Hering (ARANTES,

²⁸¹ MUSEU HERING. **Carta de serviço ao cidadão.** Disponível em: <https://fundacaohermannhering.org.br/img/transparency/carta-de-servico-ao-cidadao.pdf>. Acesso em: 11 nov. 2021.

²⁸² De acordo com Arantes (2011, p. 29), o ano exato de construção da edificação é desconhecido.

²⁸³ Marco Antonio Arantes é autor de uma biografia sobre Ingo Hering, intitulada *Conversa com Ingo Hering, Hoje*, publicada em 2008.

²⁸⁴ O trabalho de restauração está documentado em fotografias, disponíveis em Arantes (2011, p. 30).

2011; CURY, 2011). De acordo com Nunes & Sartori (2012, p. 50), a restauração do imóvel, a instalação do Museu, a montagem da exposição e o desenvolvimento das ações educativas no ano de 2011 foram viabilizados por meio da Lei Federal de Incentivo à Cultura.

É interessante pontuarmos que a edificação enxaimel que atualmente abriga o Museu Hering é concebida, há pelo menos algumas décadas, como um ativo importante e valioso à memória da Hering e às narrativas elaboradas pela empresa sobre a sua própria história. Já no ano de 1980, uma fotografia dessa edificação é mobilizada como um recurso narrativo no livro comemorativo do centenário da empresa, acompanhada dos dizeres: “Atravesse esta porta e conheça a Hering de 1980” (BROOS & SOCORRO, 1980, p. 64-5). Desse modo, a edificação apresenta-se como um mecanismo exemplar de construção da memória, constituindo-se como um recurso narrativo que serve à articulação entre o passado e o presente da companhia.

Além do Museu Hering, a Fundação Hermann Hering é mantenedora do Centro de Memória Ingo Hering (CMIH), que ocupa a função de reserva técnica do Museu. O CMIH é constituído pelo arquivo histórico da Cia. Hering, que possui dois grandes fundos inter-relacionados e considerados indissociáveis: família Hering e Cia. Hering. Segundo Cury (2012b), em 2012 o acervo foi transferido para uma das casas históricas localizadas na sede da Hering, nas adjacências da edificação enxaimel onde está situado o Museu. A edificação que passou a abrigar o acervo histórico havia sido residência da família Hering até o início do século XX (CURY, 2012b, p. 20).

Atualmente, o acervo do Museu Hering está abrigado em uma edificação conhecida como o “antigo Prédio da Costura”, datada de 1920 e tombada pelo governo do estado de Santa Catarina (Decreto 5.913/2002). O Prédio da Costura, situado na matriz da Hering no Bom Retiro, foi submetido a um processo de restauração a partir de 2013. Em 2015, passou a abrigar o acervo histórico, ano em que foi oficialmente inaugurado o Centro de Memória Ingo Hering. O CMIH está sediado numa edificação de quatro pavimentos que, além do acervo histórico, abriga ainda o Auditório Bruno Hering, localizado no sótão do Prédio da Costura, com capacidade para 160 pessoas. O Centro de Memória é também o espaço para atendimento a pesquisadores interessados em consultar o acervo da instituição (MALHEIROS, 2014; PAES, 2014)²⁸⁵.

Em fevereiro de 2020, o acervo do CMIH contava com 41.195 itens documentados, que

²⁸⁵ No que tange à estrutura física à disposição da Fundação Hermann Hering, devemos mencionar ainda o Espaço Gertrud Hering (conhecido também como “Castelinho de Gertrud Gross-Hering”), antiga residência da escritora, localizado nas imediações da matriz da Cia. Hering. O espaço é utilizado e cedido para a realização de eventos e workshops.

estão sendo submetidos a um processo de digitalização. O acervo é composto por documentos, livros, fotografias, instrumentos de trabalho, maquinário e indumentárias, objetos ligados à família e à empresa Hering. Os objetos estão organizados e agrupados em coleções que tratam de aspectos da história da empresa e da família Hering, bem como da cidade de Blumenau. Dentre as coleções, podemos mencionar, por exemplo: a Primeira Maternidade de Blumenau; Enchentes em Blumenau; Centenário da Cia. Hering; Vila Operária da Cia. Hering; Sociedade Teatral Frohsinn – Sociedade Dramático Musical Carlos Gomes; Prédio da Costura; Camiseta 1910; dentre outras²⁸⁶. No vídeo de divulgação institucional da Fundação Hermann Hering, considera-se que o acervo do Centro de Memória representa “aspectos de desenvolvimento do Brasil”, da “industrialização do país” e da “transformação do vestuário do brasileiro”²⁸⁷.

É recorrentemente mencionado na literatura produzida pelo próprio Museu Hering o fato de o acervo do Museu ser constituído por três ordens de patrimônio, a saber, o arquivo histórico da empresa, o arquivo da família e o conjunto arquitetônico industrial de edificações utilizadas pela companhia. Assim, é interessante pontuarmos que o conjunto arquitetônico da matriz e das unidades satélites da Hering foram concebidos como parte integrante do patrimônio industrial da empresa e do acervo do Museu Hering (CURY, 2012b; CURY, 2011; ARANTES, 2011).

De acordo com Andrade (2012), é possível distinguir duas fases do desenvolvimento do patrimônio arquitetônico da Cia. Hering: a primeira delas, que compreende o período entre fins do século XIX e a década de 1960, caracteriza-se pelo planejamento e pela construção espontâneos, atendendo a demandas pontuais e momentâneas; e a segunda fase, que abrange a década de 1960 até os dias atuais, em que se verificou a modernização do parque fabril da Cia. Hering, caracterizada por um planejamento cuidadoso e por uma longa execução, processos capitaneados por profissionais dos ramos da arquitetura e do paisagismo.

A Cia. Hering experienciou uma grande transformação na década de 1970 com a reconstrução quase integral do seu parque industrial e a criação de unidades satélites espalhadas por Santa Catarina e pelo país. As primeiras construções começaram no fim da década de 1960, sendo concluídas pouco mais de uma década depois. O projeto ficou a cargo do renomado

²⁸⁶ Informações extraídas de: FUNDAÇÃO HERMANN HERING. **Centro de Memória**. Disponível em: <https://fundacaohermannhering.org.br/centro-de-memoria>. Acesso em: 12 nov. 2021.

²⁸⁷ FUNDAÇÃO HERMANN HERING. **Bastidores da nossa história**. Vídeo citado.

arquiteto Hans Broos²⁸⁸, responsável pelo emprego do concreto armado para as edificações da fábrica, característico da arquitetura modernista brasileira. Ademais, Broos optou por preservar algumas das edificações históricas da Cia. Hering, o que culminou com a coexistência de edificações de estilos e períodos históricos distintos, isto é, a coexistência entre o “histórico” e o “moderno” (ANDRADE, 2012).

Segundo Andrade (2012), a modernização das instalações fabris da Cia. Hering contou também com a participação do famoso artista plástico e paisagista Roberto Burle Marx. Uma das últimas edificações construídas, no final da década de 1970, consiste em um centro social e refeitório. Trata-se de uma edificação térrea de amplas proporções, localizada na área da antiga vila operária da empresa (nas adjacências do Museu Hering). Sobre o prédio, Burle Marx projetou um amplo jardim suspenso utilizando principalmente espécies nativas, que faz parte do circuito acessado pelos visitantes do Museu Hering. Ademais, Burle Marx assinou o projeto de uma praça histórica com paisagismo, composta por espelho d’água e escultura, inaugurada no centenário da Hering, em 1980.

No que se refere à construção e à modernização da arquitetura industrial da Cia. Hering levada a cabo na década de 1970, é mister registrarmos que tal iniciativa não se encerra em seu valor funcional, prático e econômico, comportando um esforço de contribuição à cultura e à história, por meio da criação de um patrimônio industrial que conjuga, simultaneamente, a funcionalidade de uma instalação fabril com o estatuto de uma obra de arte modernista. O investimento em edificações que possuem o caráter de patrimônio arquitetônico representa não apenas um esforço de projeção de uma imagem moderna para a Cia. Hering, mas visa demarcar também as propriedades eminentemente culturais do grupo familiar – enquanto patrono das artes e da cultura –, responsável pela execução de ações no universo econômico e empresarial que configuram ao mesmo tempo uma contribuição e um legado nos campos cultural, artístico e estético.

Marília Xavier Cury afirma, com bastante propriedade, que o Museu Hering realizou

²⁸⁸ Nascido na Eslováquia (de origem étnica germânica), Hans Broos radicou-se no Brasil, onde se vinculou à chamada escola de arquitetura brutalista. Alguns dos trabalhos pelos quais Broos é reconhecido referem-se precisamente às edificações fabris da Cia. Hering, mormente a matriz da Hering no Bom Retiro. De acordo com Andrade (2012, p. 151-2), Broos foi responsável pelo projeto de unidades satélites da Hering nos municípios catarinenses de Indaial, Rodeio, Ibirama, Benedito Novo, Gaspar e Blumenau, além da Hering do Nordeste S.A. em Paulista (Pernambuco).

“uma aposta na profissionalização” (CURY, 2012b, p. 19). Além de possuir um projeto museológico e, posteriormente, ter desenvolvido o plano museológico institucional, o Museu Hering formou uma equipe interdisciplinar de profissionais. Segundo Cury (2012b), no ano de 2012, a instituição contava com sete profissionais e três estagiários com formação em distintas áreas de conhecimento, tais como arquitetura, história, moda e estilismo, educação, serviço social e turismo e lazer. Outros indicativos do grau de profissionalização dessa instituição museal são a identidade visual própria do Museu (cf. MALHEIROS, 2014), bem como o cadastro no Sistema Estadual de Museus de Santa Catarina (SEM-SC) e no Sistema Brasileiro de Museus (SBM).

A Fundação Hermann Hering, por intermédio do Museu Hering, promove e realiza – com o patrocínio da Cia. Hering – o Seminário Interdisciplinar em Museologia (SIM), evento que reúne especialistas nas temáticas dos museus, da memória empresarial, da história de Blumenau, da arquitetura e da moda. Até o momento foram realizadas quatro edições do evento, que ocorre bianualmente, com as seguintes temáticas: “Fronteiras regionais e perspectivas nacionais” (2014), “Patrimônio industrial em questão: presente e futuro” (2016), “Paisagem como memória: o legado de Hans Broos no Vale do Itajaí” (2018) e “Moda pro novo mundo” (2020). Como resultado da primeira e da quarta edições do seminário, foram publicados anais que sistematizam as discussões realizadas durante os eventos (SEMINÁRIO INTERDISCIPLINAR EM MUSEOLOGIA, 2014; SEMINÁRIO INTERDISCIPLINAR EM MUSEOLOGIA, 2021).

Tais seminários são interessantes na medida em que nos permitem identificar algumas das principais linhas de atuação e temáticas enfocadas pelo Museu Hering. A primeira edição do SIM reuniu um conjunto de profissionais e de especialistas, provenientes de distintas instituições museológicas e de memória, que debateram temas pertinentes à museologia. Além de Marília Xavier Cury, coordenadora dos anais do evento, o seminário contou com a participação, por exemplo: de Maria Cristina Bruno, do Museu de Arqueologia e Etnologia da Universidade de São Paulo, nome bastante conhecido no campo da memória empresarial; e de Sueli Petry, diretora do Patrimônio Histórico e Museológico da Fundação Cultural de Blumenau, uma das mais reconhecidas historiadoras locais (SEMINÁRIO INTERDISCIPLINAR EM MUSEOLOGIA, 2014).

O I SIM explicita um investimento de autoafirmação do Museu Hering visando situar e demarcar um espaço para a instituição no contexto da memória, dos museus e da museologia, tanto em âmbito regional quanto nacional. Nas palavras da organizadora dos anais do evento: “O Seminário Interdisciplinar em Museologia (SiM) é o exemplo da liderança do Museu Hering

em parceria com setores da preservação patrimonial e universitário e museus do município e região” (CURY, 2014, p. 23).

A segunda e a terceira edições do SIM abordaram, respectivamente, os temas do patrimônio industrial e do patrimônio arquitetônico industrial, questões recorrentes nas narrativas veiculadas pelo Museu Hering (ver, por exemplo, ANDRADE, 2012; CURY, 2012b). Por fim, a quarta edição do SIM – evento realizado on-line, simultaneamente ao 8º Moda Documenta, promovido pelo Museu Online da Indumentária e da Moda (MIMo) – congregou pesquisadores acadêmicos e produtores de moda em um espaço voltado ao debate sobre temas como a memória da moda, o seu caráter social, histórico e político, bem como as possibilidades de “transformação” e de engajamento social a partir da moda (SEMINÁRIO INTERDISCIPLINAR EM MUSEOLOGIA, 2021).

A quarta edição do Seminário Interdisciplinar em Museologia aponta para a articulação entre a museologia e a moda ou, mais precisamente, para o investimento em memória da moda por parte do Museu Hering. Como será demonstrado em maiores detalhes adiante, esse é um dos eixos centrais do discurso memorialista do Museu Hering, tendo por finalidade a inscrição e a demarcação de um *locus* de destaque para a empresa e a família Hering no contexto da história da moda e da produção têxtil no país.

Além da elaboração de publicações decorrentes de eventos promovidos pela instituição, o Museu Hering possui um conjunto de obras próprias, que versam sobre a história do Museu e que apresentam informações sobre o seu acervo e exposições. Em minha visão, a elaboração de publicações institucionais configura mais um indício do nível de profissionalização e de institucionalização do Museu Hering.

Refiro-me, de modo específico, à série de publicações intitulada “Museu Hering”, elaborada por meio do patrocínio da Lei de Incentivo à Cultura. A série, que se pretendia anual (CURY, 2012b), conta efetivamente com duas obras publicadas. A primeira delas, intitulada *Tempo ao tempo: nasce um museu*, ricamente ilustrada e em formato bilíngue (português e inglês), consiste em um registro do processo de implementação do Museu Hering (MALHEIROS, ARANTES & CURY, 2011). Ademais, a obra foi concebida como um catálogo da exposição permanente do Museu (denominada Tempo ao Tempo), além de apresentar detalhadamente o projeto museológico institucional.

A segunda obra, intitulada *Museu Hering: conquistas e possibilidades criativas*, é composta por mais de uma dezena de textos de autoria dos profissionais que integram a equipe do Museu (CURY, 2012a). Os textos tematizam a história do Museu Hering, apresentam as atividades desenvolvidas na instituição (comunicação, atividades educativas, pesquisa etc.),

abordam aspectos da expografia institucional e apresentam resultados de pesquisas realizadas pela equipe multiprofissional com base no acervo do Museu Hering.

O Museu Hering promove e realiza um conjunto de atividades, oficinas e ações culturais e educativas. Segundo Silva (2012, p. 59), o setor de educação e de comunicação do Museu possui três grandes programas: “O Museu e a Escola” (voltado ao público escolar), “O Museu e a Comunidade” (destinado ao público espontâneo) e “Práticas e Conceitos” (que enfoca o público que busca uma aproximação com o museu, o aprofundamento de temas e oportunidades de aperfeiçoamento).

No programa O Museu e Escola, fomenta-se a visita de professores e de grupos de alunos ao Museu Hering com o planejamento e a execução de atividades lúdicas e de educação patrimonial. No contexto do programa, verifica-se ainda a iniciativa “Transporte Programado”, no qual a Fundação Hermann Hering oferece serviço de ônibus para que escolas de Blumenau e região visitem o Museu, voltado especialmente a escolas públicas que não possuem recursos financeiros para a realização de atividades externas. O programa O Museu e a Comunidade, por sua vez, compreende o atendimento de visitantes espontâneos, além de fomentar uma vez por mês “Oficinas Criativas” (voltadas a assuntos de moda e de arte manual, abordando técnicas de customização de roupas) e o “Domingo no Museu” (com oficinas e atividades lúdicas), além de demais projetos destinados a públicos específicos, como famílias, crianças, mães e bebês e terceira idade. Por fim, o programa Práticas e Conceitos volta-se ao atendimento de pesquisadores e à promoção de visitas técnicas de instituições de ensino superior, além de fomentar a realização de estágios no Museu (SILVA, 2012; 2014)²⁸⁹.

A entrada no Museu Hering é gratuita e a visita é acompanhada por mediadores. Pode-se afirmar que a instituição trabalha com uma política de visitação em massa. Segundo dados de dezembro de 2020, nos seus dez anos de existência, o Museu recebeu a visita de um público bastante expressivo, que totaliza mais de 162 mil visitantes²⁹⁰. Segundo informações fornecidas por Malheiros (2012, p. 10), o público do Museu Hering é bastante amplo e diversificado, sendo constituído por funcionários, clientes, fornecedores, estudantes, turistas, autoridades e comunidade em geral.

²⁸⁹ Mariana Girardi Barbosa Silva foi a responsável pela concepção do setor de educação do Museu Hering. Sobre as atividades educativas do Museu Hering, consultar, além dos textos de Silva (2012, 2014), o caderno *Temáticas Educativas*, voltado ao público formado por professores (MUSEU HERING, 2012).

²⁹⁰ FUNDAÇÃO HERMANN HERING. **Relatório 2020**. Documento citado.

O Museu Hering exhibe exposições temporárias e exposições de longa duração. No que se refere às exposições temporárias, o Museu já idealizou e executou cerca de uma dezena delas. Podemos mencionar os temas e os conteúdos de algumas dessas exposições, o que nos permite identificar as temáticas abordadas e consideradas de relevância por parte da instituição: “Ingo Hering: um homem à frente de seu tempo”, de 2011 (sobre a trajetória pessoal e profissional do idealizador do Museu Hering); “Mulheres: tecendo o futuro”, de 2011 (que tematizou o protagonismo feminino e a presença da mulher no mercado de trabalho); “As cooperativas constroem um mundo melhor”, de 2012 (sobre o surgimento das cooperativas na região, exposição realizada com o apoio da Cooper e da Viacredi, que faziam parte do grupo Hering); “Entre postais e memórias”, de 2013 (sobre a vida e a obra de Gertrud Gross-Hering e sobre os cartões-postais colecionados por Johanna Hering); “FHH de todos nós” (que abordou a história da Fundação Hermann Hering); “Moda em outros tempos” (que exibiu fotografias da família Hering e dos funcionários da Cia. Hering, conjuntamente a campanhas publicitárias da companhia); “A construção de uma camiseta” (sobre os processos de confecção desse item de vestuário por parte da Cia. Hering); e “Trama Afetiva: um novo passo rumo à economia circular”, exposta entre 2019 e 2020 (que exibiu as peças da Coleção Jardim Suspenso, resultantes da terceira edição do Trama Afetiva). As exposições são abrigadas principalmente no Museu Hering, ou instaladas em outros espaços como, por exemplo, o Shopping Neumarkt de Blumenau (que recebeu, em 2018, uma exposição da coleção desenvolvida na primeira edição do Trama Afetiva, de 2016)²⁹¹.

Quanto às exposições permanentes ou de longa duração, verificamos basicamente três delas. A primeira, intitulada “Jardim Suspenso de Burle Marx” e de natureza permanente, é externa ao espaço do Museu Hering, embora esteja localizada nos seus arredores e seja concebida como parte integrante do circuito acessado pelos visitantes do Museu. Essa exposição consiste no jardim projetado pelo paisagista Roberto Burle Marx na matriz da Cia. Hering, no final da década de 1970.

A segunda e mais importante exposição do Museu Hering, de longa duração, é denominada “Tempo ao Tempo”. A exposição esteve em exibição desde a inauguração do Museu, em 2010, até o ano de 2020. Segundo informações fornecidas ao pesquisador pelo setor de salvaguarda e pesquisa da Fundação Hermann Hering, a entidade idealizou e preparou uma renovação da sua expografia ao longo do ano de 2020, aproveitando o fechamento do Museu

²⁹¹ Informações extraídas de: FUNDAÇÃO HERMANN HERING. **Museu Hering**. Disponível em: <https://fundacaohermannhering.org.br/museu-hering>. Acesso em: 12 nov. 2021.

em função da pandemia de COVID-19. A nova exposição de longa duração, denominada “Um Novo Tempo”, foi efetivamente inaugurada em março de 2021.

Para a análise da narrativa expográfica do Museu Hering que será apresentada na subseção seguinte, optei por considerar exclusivamente a exposição Tempo ao Tempo. Essa escolha se justifica por um conjunto de razões. Em primeiro lugar, conforme nos informa a idealizadora do projeto museológico do Museu Hering, a exposição Tempo ao Tempo é uma “síntese daquilo que o museu visiona, seja quanto ao conteúdo, seja quanto à forma” (CURY, 2011, p. 92). Em segundo lugar, a exposição inaugurou o Museu e esteve em exibição ao longo de uma década, constituindo-se como a mais duradoura, conhecida e visitada dentre as exposições do Museu Hering. Por fim, pode-se apontar um motivo de ordem operacional: a exposição Tempo ao Tempo, ao contrário da nova exposição do Museu Hering, é acessível de modo on-line, sendo possível a realização de um *tour* virtual que simula a experiência do visitante no Museu. Em um cenário de permanência da pandemia de COVID-19, aliado à necessidade de coleta de dados em tempo hábil para análise nesta tese, o *tour* virtual representou a possibilidade factível de acesso ao Museu Hering, ao seu acervo e à sua expografia²⁹².

Não obstante, a realização de um *tour* virtual comportou algumas vantagens, como a possibilidade de incursão prolongada e detida no espaço do Museu, o que permitiu atentar de modo aprofundado aos detalhes da exposição. Ao passo que a visita a um museu – notadamente os de natureza privada e familiar –, faz-se, via de regra, acompanhada por um mediador, usualmente verifica-se um constrangimento de tempo à observação da expografia. Mesmo que a visita hipoteticamente não seja guiada, o tempo disponível ao pesquisador para a análise detida das exposições limita-se a algumas horas, isto é, ao período de funcionamento da instituição²⁹³. No caso do Museu Hering, o *tour* virtual possibilitou a realização de uma “visita” à instituição e a análise da sua expografia ao longo de dias.

Ademais, a excelente qualidade técnica das imagens que simulam o *tour* no Museu, que podem ser aproximadas (*zoom-in*) e que permitem o giro em 360 graus no interior do espaço expositivo, possibilitou a obtenção de informações satisfatórias acerca do circuito expositivo, bem como a captura de imagens que foram incorporadas a este texto e que permitem visualizar

²⁹² Ainda está por ser realizada no futuro, em tempo hábil e com melhores condições sanitárias e de saúde, uma visita à exposição Um Novo Tempo, com vistas à elaboração de uma comparação entre a expografia nova e antiga do Museu Hering, o que permitirá identificar eventuais inflexões na narrativa veiculada por essa instituição de memória.

²⁹³ A alternativa encontrada a tal realidade, no contexto desta pesquisa, orientou-se à produção de registros fotográficos em grande quantidade, para a posterior reconstrução do percurso expositivo e para a análise detida aos mínimos detalhes da exposição.

em detalhes os distintos espaços que compõem o Museu Hering.

Deve-se ter em mente que, à medida em que os museus se constituem como instituições vivas e dinâmicas – que possuem como características elementares o trabalho contínuo de pesquisa no acervo e nas coleções e, por consequência, a comunicação por meio de exposições renovadas (cf. DESVALLÉES & MAIRESSE, 2013) –, a análise da expografia de um museu representa sempre um retrato diacrônico, isto é, uma fotografia de um momento singular da trajetória da instituição. No entanto, ainda que seja sempre um retrato específico e particular, determinado por circunstâncias e condicionantes históricos específicos²⁹⁴, essa fotografia nos permite captar características sincrônicas da instituição museológica, do acervo que a constitui e da narrativa que intenciona promover. É com base em tal premissa – isto é, de que uma exposição de um museu configura um retrato singular e momentâneo que, simultaneamente, oferece indícios de ordem estrutural sobre a instituição museológica, o seu acervo e a narrativa produzida e veiculada pelos controladores do museu – que procedo à análise particularizada da exposição *Tempo ao Tempo*.

“Tempo ao tempo” é uma expressão atribuída ao próprio Hermann Hering e, por tal motivo, foi escolhida para denominar a primeira exposição de longa permanência do Museu Hering. Nos dizeres de Paul Hering, filho de Hermann: “Meu pai tinha por lema: Vamos dar tempo ao tempo. Em sua vida passou bons e maus bocados, mas jamais se deixou dominar pelos revides. Sempre foi um otimista, que nunca perdeu o ânimo e seu esforço para progredir” (HERING, 1980, p. 130 *apud* STARKE, 2012, p. 37)²⁹⁵.

A exposição *Tempo ao Tempo* se baseia em um conjunto de possibilidades temáticas ou recortes conceituais para comunicação e exposição do Museu Hering, definidos por Marília Xavier Cury no projeto museológico institucional (CURY, 2011). Os temas elencados pela museóloga e, posteriormente, tematizados pela exposição *Tempo ao Tempo*, são: “empreendedorismo” (definido com base em Schumpeter, citado a partir do trabalho de Maria Luiza Renaux Hering), “memória do operário e história social do trabalho”, “história da industrialização no Vale do Itajaí e em Santa Catarina”, “fabricação da malha no Brasil”, “a

²⁹⁴ No caso do Museu Hering, os efeitos de acontecimentos históricos recentes se fazem expressar na própria nomenclatura da nova exposição, sugestivamente denominada de “Um Novo Tempo”. Vale lembrar que a exposição foi montada durante a pandemia de COVID-19, momento histórico singular e de grandes consequências sociais. Ademais, a Cia. Hering foi adquirida por outro grupo empresarial em 2021, fato que certamente representará “um novo tempo” para a história da empresa e da família Hering.

²⁹⁵ A citação de Paul Hering foi extraída de sua autobiografia, traduzida dos seus diários escritos em alemão e publicada postumamente em 1980 pela Fundação Casa Dr. Blumenau, intitulada *Memória, aventuras, anotações*.

camiseta, história e uso”, “design, moda e linhas de produtos” e “publicidade e propaganda” (CURY, 2011, p. 59-71)²⁹⁶.

Segundo informações disponibilizadas pelo próprio Museu Hering:

Por meio da exposição de longa duração “Tempo ao Tempo” o museu se propõe a informar sobre a trajetória histórica da Cia. Hering, refletir sobre empreendedorismo, valorizar o patrimônio industrial, material e imaterial de Blumenau e pensar sobre moda como expressão cultural e social²⁹⁷.

Passemos agora à incursão etnográfica ao Museu Hering e à análise da exposição Tempo ao Tempo²⁹⁸. A edificação enxaimel que sedia o Museu Hering está localizada na entrada da matriz da Cia. Hering, na Rua Hermann Hering²⁹⁹, no Vale do Bom Retiro, na cidade de Blumenau. À esquerda do Museu, encontramos a antiga residência da família Hering, primeiro espaço a comportar a reserva técnica do Museu³⁰⁰. Aos fundos do Museu, visualiza-se uma loja destinada à comercialização de produtos da Cia. Hering. O Museu possui acessibilidade – rampa e calçamento com sinalização –, havendo ainda espaço para estacionamento de veículos no seu entorno.

²⁹⁶ É interessante ressaltarmos que temas como imigração alemã ou germanidade estão ausentes das possibilidades temáticas do Museu Hering, apresentadas no projeto museológico. O termo “cultura teuto-brasileira” é mencionado apenas uma vez no documento, *en passant* (CURY, 2011, p. 79). Tal fato é extremamente significativo e será problematizado em detalhes na parte final deste capítulo.

²⁹⁷ Citação extraída de: FUNDAÇÃO HERMANN HERING. **Museu Hering**: visite. Disponível em: <https://fundacaohermannhering.org.br/museu-hering/visite>. Acesso em: 12 nov. 2021.

²⁹⁸ Além do *tour* virtual disponibilizado no site da Fundação Hermann Hering, a incursão ao Museu e a análise da sua expografia baseiam-se também no livro-catálogo da exposição, que apresenta informações detalhadas sobre os recursos expositivos (CURY, 2011). Deve-se pontuar que a exposição acessada pelo *tour* virtual (produzido em 2014) possui pequenas diferenças em relação ao catálogo do Museu (de 2011) – por exemplo, em termos da localização de determinados objetos ou dos recursos audiovisuais reproduzidos nos dispositivos multimídia –, o que atesta o caráter diacrônico e dinâmico do Museu. A análise apresentada nesta seção toma por base a expografia do Museu Hering acessada pelo *tour* virtual, isto é, considera a disposição de objetos e de recursos expositivos presentes no Museu no ano de 2014. Todas as imagens reproduzidas na seção foram, igualmente, extraídas do *tour* virtual (recurso *Print Screen*). Para acessar o *tour* virtual, ver: FUNDAÇÃO HERMANN HERING. **Museu 360°**. Disponível em: <https://fundacaohermannhering.org.br/museu-360/index.html>. Acesso em: 23 ago. 2021.

²⁹⁹ Vários integrantes da família emprestam seus nomes a ruas na cidade de Blumenau. As ruas em que está situada a matriz da Cia. Hering são nomeadas em homenagem a Hermann e Bruno Hering. Na cidade, temos ainda as ruas Curt Hering, Max Hering, Victor Hering, Ingo Hering, Johanna Hering, dentre outras. Ademais, Ingo Hering empresta o seu nome a um trecho da rodovia BR-470, que liga Blumenau ao município de Navegantes.

³⁰⁰ Aos fundos dessa edificação, visualiza-se o refeitório, sobre o qual está instalado o jardim concebido por Burle Marx.

Imagem 10 – Fachada do Museu Hering.



Fonte: Fundação Hermann Hering, *tour* virtual ao Museu Hering.

A edificação que abriga o Museu Hering possui dois pisos, além de um sótão³⁰¹: o Piso 1, localizado na altura da rua, e o Piso 2, um nível abaixo³⁰². Os três níveis da edificação são acessados através de uma escada interna de madeira. Existe ainda a possibilidade de utilização de um elevador, que desloca o visitante do primeiro para o segundo piso, instalado com vistas a maior acessibilidade do Museu³⁰³. A área total do Museu Hering (considerando os três níveis) é de aproximadamente 420 m² (CURY, 2011, p. 94).

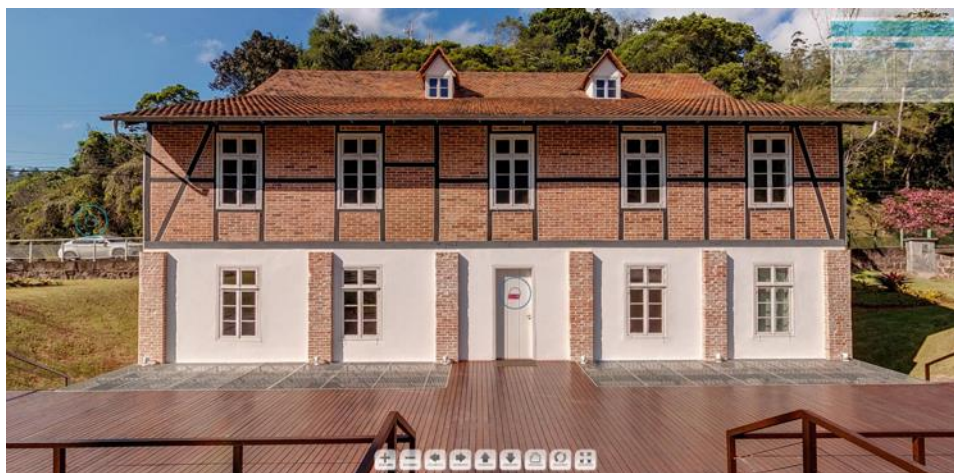
A edificação, no seu exterior, apresenta tijolos à vista, assentados em vigas de madeira, como é característico da técnica construtiva enxaimel. As paredes possuem um conjunto numeroso de janelas, o que torna a edificação bastante iluminada. Para o primeiro piso, há duas portas de acesso: a primeira é a entrada principal do Museu (acessada por uma rampa), que leva à recepção; a segunda dá acesso a uma das salas do Museu, denominada de “Contribuição dos funcionários e Preservação do patrimônio cultural”, tendo a função de saída de emergência. Há ainda outra saída de emergência no segundo piso, localizada na sala “Criatividade na educação”, que dá acesso a um *deck* externo.

³⁰¹ O sótão, que não faz parte do percurso expositivo disponibilizado no *tour* virtual, constitui-se como um espaço para atividades internas dos profissionais do Museu (isto é, seu “setor administrativo”).

³⁰² Não se trata exatamente de um subsolo, uma vez que o Museu está situado em uma área de declive.

³⁰³ Na recepção, visualiza-se uma cadeira de rodas disponível aos visitantes, mais um indicativo da preocupação da instituição com a acessibilidade.

Imagem 11 – Fundos do Museu Hering, com acesso ao *deck*.



Fonte: Fundação Hermann Hering, *tour* virtual ao Museu Hering.

A partir do *deck*, tem-se acesso a um pequeno jardim com bancos para descanso. O entorno do Museu, de modo geral, é arborizado e ornamentado com flores. Desde o *deck*, visualizamos também uma espécie de monumento, com o símbolo da campanha Câncer de Mama no Alvo da Moda, que tem por função ressaltar a imagem da Cia. Hering como uma empresa socialmente responsável³⁰⁴.

No que se refere ao espaço interno, as paredes foram rebocadas e pintadas com tinta branca. Uma das paredes foi mantida em seu formato original – isto é, tijolos e vigas de madeira aparentes –, técnica museográfica que visa preservar e expor a composição original do prédio. O teto e o piso do Museu são de madeira, com exceção de parte do segundo pavimento, que emprega piso frio. O espaço possui um sistema de iluminação adequado ao favorecimento dos objetos e da exposição, além de climatização e de sinalização de emergência.

O espaço interno é bem planejado e organizado em termos de circuito expositivo. No primeiro piso, temos: recepção; Sala 1: “História e trajetória da Cia. Hering” (que ocupa quase metade do primeiro pavimento); Sala 2: “Contribuição dos funcionários e Preservação do patrimônio cultural”; e, entre a recepção e a Sala 2, um espaço dedicado à campanha do câncer de mama, em que estão localizados também o elevador e a escada. No segundo piso, encontram-se: Sala 3: “Moda no tempo”; Sala 4: “Criatividade na educação”; além dos banheiros. Em

³⁰⁴ Bastante conhecida no país pelo símbolo do “Alvo Azul”, a campanha é capitaneada pelo Instituto Brasileiro de Controle do Câncer (IBCC), visando arrecadar recursos para a conscientização, o diagnóstico e o tratamento do câncer. A Hering foi uma das primeiras marcas a aderir à iniciativa, em 1995. Ver: IBCC. **Patícia Bonaldi, IBCC e Hering juntos na luta contra o câncer de mama**. 1º out. 2018. Disponível em: <https://ibcc.org.br/patricia-bonaldo-ibcc-e-hering-juntos-na-luta-contr-o-cancer-de-mama/>. Acesso em: 28 dez. 2021.

linhas gerais, o Museu Hering é interativo e dispõe de recursos expositivos variados, tais como painéis, fotografias, equipamentos midiáticos, objetos históricos e dispositivos que permitem a interação do visitante.

Ao transpassarmos a porta de entrada do Museu Hering, acessamos a recepção. Nesse espaço, imediatamente à direita da porta de entrada, estão disponíveis guarda-volumes para os visitantes. A recepção possui mesas, cadeiras e um balcão de trabalho destinados à equipe do Museu. Sobre a mesa do balcão, há um computador e materiais de escritório. Depositado sobre o balcão, visualizamos o livro de registro de presença. Na mesa ao lado do balcão, são exibidos folders de divulgação do Museu Hering, da cidade de Blumenau e da *Oktoberfest*³⁰⁵, além de algumas publicações do Museu, como o caderno educativo (MUSEU HERING, 2012), o catálogo da exposição Tempo ao Tempo (MALHEIROS, ARANTES & CURY, 2011) e o livro que reúne as contribuições da equipe de profissionais acerca do acervo do Museu e das atividades desenvolvidas (CURY, 2012a). Essa mesa exhibe ainda, de modo destacado, o “Livro de Sugestões e Reclamações do Museu Hering”.

Atrás dessa mesa, afixado na parede, visualizamos o “Mapa do Circuito”, que consiste numa planta-baixa da edificação com a identificação das salas que compõem o percurso expositivo. Em frente ao balcão, na parede oposta, encontramos um armário-mostruário, que exhibe mais catálogos da exposição Tempo ao Tempo, dentre outras publicações. Aos fundos da recepção, do lado oposto à porta de entrada, observa-se uma placa afixada na parede que dá as boas-vindas aos visitantes e apresenta um breve texto sobre a exposição Tempo ao Tempo. Ao transpassarmos uma passagem localizada nessa parede, acessamos a Sala 1³⁰⁶.

A Sala 1 é dedicada à história da família e da empresa Hering. Ao adentrar a sala, o visitante se depara, à sua direita, com um vídeo sobre a história de Blumenau – da segunda metade do século XIX até a década de 1920 (CURY, 2011, p. 99) –, projetado por um *datashow* acoplado ao teto. A localização desse recurso audiovisual, logo no início do circuito expositivo, explicita a sua função expográfica, isto é, o vídeo fornece um contexto histórico à exposição e ao surgimento da Hering. À sua frente, o público que adentra ao espaço visualiza um amplo painel que apresenta uma linha do tempo sobre a família e a companhia Hering, que se estende por toda a parede dos fundos do primeiro piso da edificação, atingindo ainda a parede oposta àquela que exhibe o vídeo sobre a história de Blumenau.

³⁰⁵ O folder de divulgação da *Oktoberfest* é bastante revelador, na medida em que nos permite deduzir o ano em que o registro fotográfico que serviu à elaboração do *tour* virtual foi produzido. O folder em questão apresenta a identidade visual e a iconografia da edição de 2014 do festival.

³⁰⁶ Na recepção, à esquerda da porta de entrada, há um acesso à sala que comporta a escada e o elevador. Falarei desse espaço posteriormente, seguindo o percurso expositivo idealizado pelo próprio Museu.

Imagem 12 – Sala *História e trajetória da Cia. Hering*, no Museu Hering. Na imagem, observa-se o painel com a linha do tempo sobre a história da empresa e da família.



Fonte: Fundação Hermann Hering, *tour virtual ao Museu Hering*.

A linha do tempo, largamente ilustrada por fotografias, apresenta um conjunto de realizações consideradas relevantes à história da família e da empresa. A cronologia constrói e organiza a história da Hering em cinco períodos: (1) 1880 a 1889, “Costura em família – Trabalho artesanal”; (2) 1900 a 1929, “Fiando o futuro – Mercado nacional e verticalização”; (3) 1930 a 1959, “Beneficiando a malha – Renovação, expansão, reorganização, descentralização e inovação”; (4) 1960 a 2000, “Pensar global, agir local – (Des)verticalização, modernização, descentralização, diversificação”; e (5) Atualidade, “Moda, pra que te quero! – Varejo, vestuário, consciência patrimonial”³⁰⁷.

O texto introdutório à linha do tempo da exposição *Tempo ao Tempo* nos permite captar o investimento na construção do legado da Hering implicado em tal recurso expositivo³⁰⁸:

Esta exposição tem o objetivo de apresentar uma cronologia, destacando a origem da Cia. Hering e aspectos da sua trajetória até a atualidade. Esperamos assim contribuir com informações sobre a participação da empresa no cenário industrial, de vestuário e varejo em Santa Catarina e no Brasil³⁰⁹.

Alguns dos acontecimentos tematizados na linha do tempo nos permitem compreender

³⁰⁷ A linha do tempo aborda os principais eventos associados à trajetória da Hering, já tematizados na bibliografia sobre o tema e nas publicações comemorativas elaboradas pela própria empresa. Para uma consideração detalhada acerca de tais acontecimentos, ver a seção deste capítulo dedicada à trajetória da Hering.

³⁰⁸ Tratarei dessa questão detalhadamente na seção seguinte.

³⁰⁹ Citação extraída da expografia do Museu Hering.

em maiores detalhes a construção simbólica da relevância pública da história da Cia. Hering – isto é, a construção do seu “legado histórico” –, como, por exemplo: o fato de, em 1882, ser a “única fábrica de tecido de malha do Brasil” – o que visa demarcar o pioneirismo da empresa –, ano em que recebeu a medalha de prata em uma exposição em Porto Alegre³¹⁰; a inserção em outros mercados, extrapolando o cenário local e regional – a Hering alcançou o mercado gaúcho em 1898 e os mercados paulista e carioca em 1904; um título de “pioneiro do reflorestamento no Brasil” recebido por Bruno Hering, em 1906 – o que visa demarcar e promover o legado da família no tocante à questão ambiental³¹¹; a medalha de ouro recebida na Exposição Nacional do Rio de Janeiro, em 1908, “pelo melhor produto de malha”; o posicionamento como uma das “maiores malharias da América Latina”, alcançado em 1967; o recebimento do prêmio de Melhor Empresa do Ano, em 2010, concedido pela Revista Exame etc.

Na parede oposta à linha do tempo, o visitante observa – e pode tocar – a matéria-prima dos produtos da Hering, o algodão, em distintas fases do processo de produção do fio. Em seguida, visualizam-se em dois mostruários alguns itens de vestuário históricos produzidos pela Hering, com destaque a uma camiseta confeccionada pela empresa em 1910³¹². Por fim, posicionado junto a essa parede, verificamos uma espécie de armário com tela multimídia acoplada, recurso denominado de “Registros Históricos”, que reproduz registros de áudio – disponíveis em português, alemão e inglês – que interpretam relatos e cartas expedidas por membros da família Hering: uma carta de Hermann Hering à família que ainda estava na Alemanha (de 1879); duas cartas de Bruno Hering enviadas a familiares que residiam na Alemanha (de 1882 e 1885); um relato de Minna Hering (do final do século XIX) e a famosa carta de Ingo Hering em que propõe a criação do Museu Hering (de 1980).

³¹⁰ Sobre as premiações recebidas pela Cia. Hering em exposições, no fim do século XIX e início do XX, compreendidas enquanto indicativos da “conquista do mercado nacional” por parte da empresa, ver o trabalho de Deschamps (2012).

³¹¹ A ênfase no pioneirismo de Bruno Hering para o reflorestamento é interessante, uma vez que demonstra, de modo exemplar, a construção narrativa do passado sob a égide dos imperativos do presente – isto é, explicita o trabalho da memória em ato. O discurso acerca da responsabilidade social e do papel das empresas para a sustentabilidade, bastante disseminado nos dias atuais, encontra expressão nas narrativas da Hering sobre a sua própria história; em outras palavras, o discurso histórico que a Hering produz sobre si mesma dá ênfase a aspectos socialmente valorizados no presente.

³¹² É referida como a “primeira camiseta”, sendo a mais antiga peça fabricada pela Cia. Hering ainda preservada. Ver: FUNDAÇÃO HERMANN HERING. **Camiseta 1910**. Disponível em: <https://fundacaohermannhering.org.br/centro-de-memoria/colecao/preservar-e-possibilitar/camiseta-1910>. Acesso em: 2 nov. 2021.

Na Sala 1, destacam-se ainda dois teares circulares, fabricados em 1889³¹³ e 1902 – um deles, posicionado ao lado do recurso tátil que representa o processo de produção do fio de algodão. Em conjunto, tais recursos expositivos têm por efeito a produção de um sentido e de uma narrativa que simula o processo de confecção das roupas pela Hering: parte-se do algodão, matéria-prima utilizada para a fabricação do fio; este, por sua vez, é acoplado ao tear, equipamento que serve à produção da malha. Durante a visita ao Museu, os teares são colocados em movimento por mediadores, demonstrando na prática o seu processo de funcionamento. No restante do espaço, são disponibilizados vários *puffs*, nos quais os visitantes podem se sentar para assistir aos recursos audiovisuais ou ler as informações da linha do tempo. De modo geral, os objetos abrigados no Museu Hering estão etiquetados e as fotografias possuem legendas.

Imagem 13 – Sala *História e trajetória da Cia. Hering*, no Museu Hering. Em primeiro plano, observa-se o tear, datado de 1889. À direita do tear, está posicionado o recurso tátil que exhibe as distintas fases da produção do fio de algodão e, à esquerda, o recurso Registros Históricos. Atrás do tear, mostruários exibem indumentárias históricas fabricadas pela Hering.



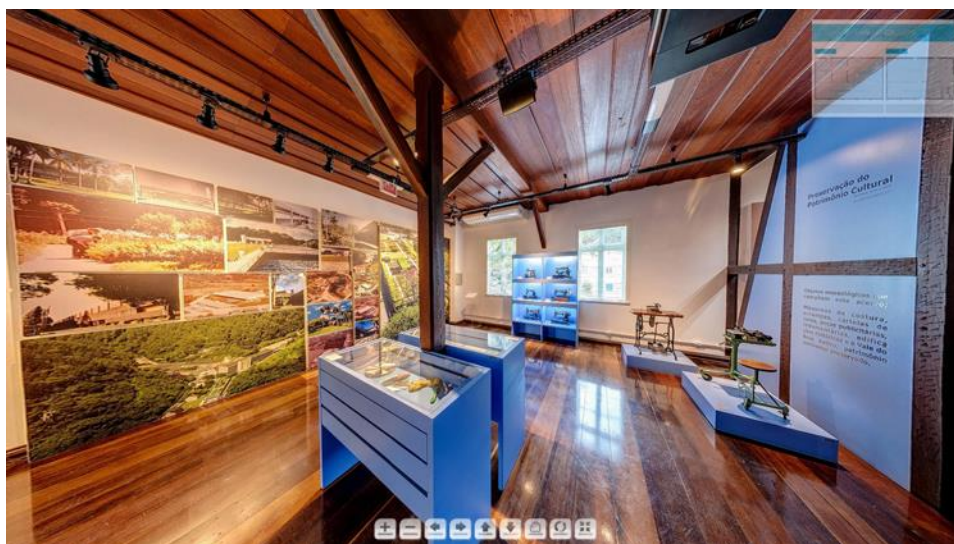
Fonte: Fundação Hermann Hering, *tour* virtual ao Museu Hering.

No fundo da Sala 1, à esquerda, temos acesso à Sala 2. Neste espaço, são apresentados três conjuntos de objetos expográficos. O primeiro deles é composto por semióforos utilizados na produção têxtil da Hering ao longo da história, tais como: máquinas de costura (oito, ao total), cartelas e amostras de cores, estampas e indumentárias. Tais objetos estão expostos em

³¹³ De fabricação francesa, o tear de 1889 é a máquina mais antiga da Cia. Hering ainda em movimento. Ver: FUNDAÇÃO HERMANN HERING. **Quantas memórias podem ser tramadas num tear?** Disponível em: <https://fundacaohermannhering.org.br/centro-de-memoria/colecao/nossa-tradicao-e-cultura/quantas-memorias-podem-ser-tramadas-em-um-tear>. Acesso em: 2 nov. 2021.

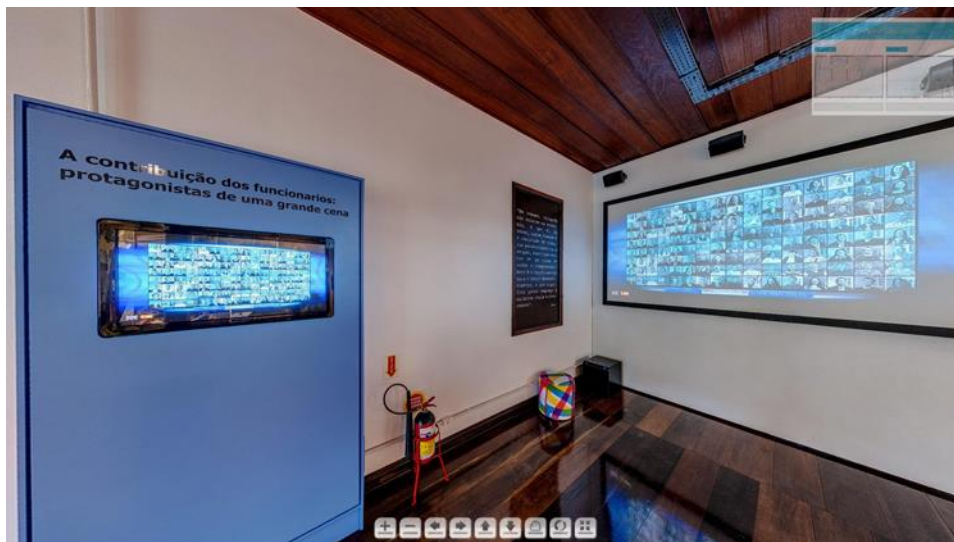
pedestais, armários-mostruário e mesas-mostruário com gavetas. O segundo conjunto consiste em um painel com fotografias do parque industrial da Cia. Hering, que retratam também a paisagem florestal que circunda a matriz da Hering, bem como o jardim concebido por Burle Marx, compreendidos enquanto “patrimônio ambiental preservado”. Por fim, o terceiro recurso expositivo, denominado de “A contribuição dos funcionários: protagonistas de uma grande cena”, trata-se de uma mídia *touch screen* que apresenta um conjunto de cerca de 130 depoimentos de funcionários e ex-funcionários da Hering – em vídeo e áudio, disponível em português, inglês e espanhol. Ao ser selecionado, o depoimento passa a ser exibido em um telão afixado na parede, projetado a partir de um equipamento acoplado ao teto.

Imagem 14 – Sala *Contribuição dos funcionários e Preservação do patrimônio cultural*, no Museu Hering. Na imagem, observa-se o conjunto de semióforos utilizados pela Cia. Hering no passado; à esquerda, na parede, está posicionado o painel com fotografias da paisagem industrial e ambiental da Cia. Hering.



Fonte: Fundação Hermann Hering, *tour* virtual ao Museu Hering.

Imagem 15 – Recurso “A contribuição dos funcionários: protagonistas de uma grande cena”, localizado na sala *Contribuição dos funcionários e Preservação do patrimônio cultural*, no Museu Hering.



Fonte: Fundação Hermann Hering, *tour* virtual ao Museu Hering.

Os três conjuntos de objetos expostos na Sala 2 conformam uma narrativa. Tal narrativa, que visa produzir uma articulação entre o patrimônio industrial da Hering – concebido como “patrimônio cultural” – e alguns dos personagens a ele relacionados – isto é, os funcionários –, pode ser descrita nos seguintes termos: por meio do seu trabalho, o qual depende dos objetos expostos na sala – como as máquinas de costura –, os funcionários contribuíram e contribuem para o desenvolvimento e o progresso da Hering, o que se comprova a partir das fotografias que retratam o seu parque industrial – espaço em que as atividades de trabalho são executadas e que serve como um demonstrativo da projeção e da grandeza da Hering. A contribuição dos funcionários é ressaltada e consagrada por meio do terceiro recurso expositivo, os depoimentos, que tematizam três pontos específicos: as lembranças sobre a Hering, a expectativa de futuro e o aspecto preferido acerca da Hering – isto é, os depoimentos foram estruturados de modo a garantir uma representação necessariamente elogiosa sobre a empresa.

A Sala 2 é significativa, uma vez que visa à produção e ao reforço da identificação entre a empresa e o seu corpo de funcionários – que constitui um dos públicos-alvo do Museu –, aspecto economicamente produtivo para as atividades da empresa. Ademais, apesar dos funcionários serem referidos enquanto “protagonistas” na expografia, é interessante pontuarmos que, no percurso expositivo, a sala que tematiza a contribuição dos trabalhadores está localizada após a sala dedicada à história da família fundadora, o que implica, inequivocamente, uma hierarquização em termos de protagonismo no contexto da Cia.

Hering³¹⁴.

À esquerda da Sala 2 – da perspectiva do visitante que adentra ao espaço –, há uma passagem que leva à outra sala, de dimensões pequenas, onde estão localizados o elevador e a escada, que dão acesso ao segundo piso (inferior). Essa sala interliga também a Sala 2 à recepção. No espaço, em uma das paredes, encontramos afixada uma placa que apresenta e atribui créditos aos profissionais e às empresas envolvidos na elaboração e na execução da exposição *Tempo ao Tempo*. Na sala, há ainda três mesas-mostruário com gavetas, que tematizam a campanha do câncer de mama, exibindo itens de vestuário com o símbolo da iniciativa.

Ao descer a escada, o visitante chega à Sala 3, que constitui uma fração que ocupa mais da metade do segundo piso do Museu³¹⁵. Trata-se de um espaço composto por recursos expositivos de natureza audiovisual, que apresenta dois telões com projeção a partir de *datashows*: o primeiro exhibe um vídeo sobre a “Evolução da moda do século 20 ao 21”, ao passo que o segundo aborda o tema “Criatividade na moda (técnicas e tecnologias usadas pela Cia. Hering)”³¹⁶. Entre os dois telões, estão posicionados nove aparelhos televisores, que exibem vídeos que tematizam as etapas do processo produtivo de confecção de indumentárias, tais como: beneficiamento, corte, costura, estamparia, embalagem etc. Na Sala 3 enfoca-se, portanto, o processo de fabricação dos produtos da Hering, com recursos expositivos autorreferentes, voltados à própria empresa e a seus processos internos e atividades atuais³¹⁷. De tal modo, essa sala tem a clara finalidade de promoção e de fortalecimento da empresa e da marca Hering.

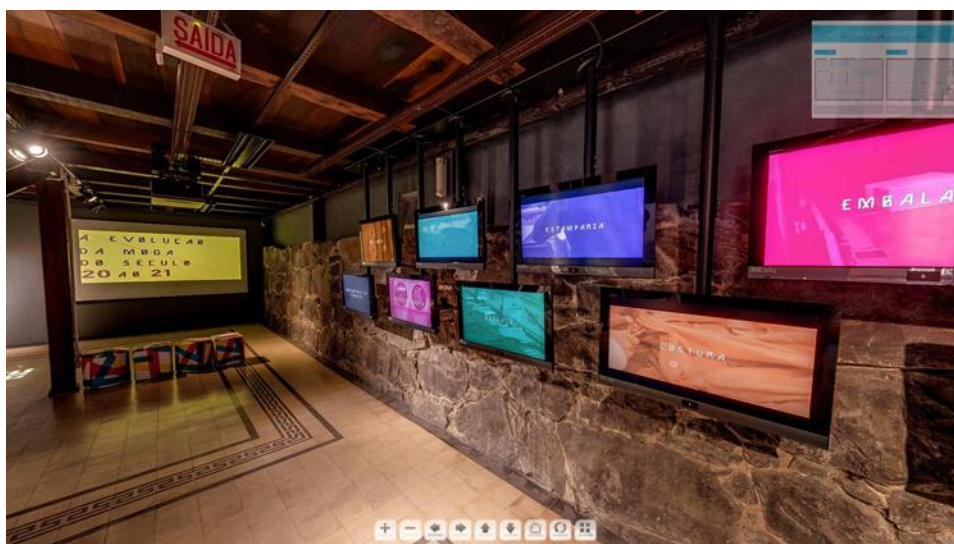
³¹⁴ Para uma análise que enfoca a memória de ex-funcionários sobre a história de uma empresa teuto-brasileira (a Rheingantz), consultar Ferreira (2013). Segundo a autora, as narrativas de memória desses trabalhadores são marcadas por uma retórica da perda, em função do declínio do potencial fabril da cidade a partir da falência da empresa.

³¹⁵ O espaço é utilizado para abrigar exposições temporárias do Museu Hering.

³¹⁶ No catálogo da exposição (CURY, 2011, p. 122-3), mencionam-se dois vídeos distintos em exibição nos telões: “Coleções, tendências e costumes” (imagens históricas de catálogos da Hering) e “Criatividade na moda: estamparia” (imagens de texturas de tecidos e estampas).

³¹⁷ A Sala 3 comporta ainda o painel fotográfico “Intimidade”. Apelando à curiosidade do visitante, o painel – que possui pequenos furos que compõem a representação de uma fechadura – permite a observação, através da aproximação do olho aos furos dispostos no painel, de fotografias que retratam as roupas de baixo (*underwear*) em distintas épocas. O painel, que tematiza a evolução da moda íntima, mostra-se um recurso expositivo bastante atrativo e que desperta a curiosidade do público, especialmente das crianças.

Imagem 16 – Sala *Moda no tempo*, no Museu Hering.



Fonte: Fundação Hermann Hering, *tour* virtual ao Museu Hering.

O investimento na promoção da marca pode ser constatado igualmente na Sala 4, que ocupa a segunda fração do piso inferior do Museu Hering, conjuntamente aos banheiros. Um dos recursos expositivos do espaço, denominado “A cultura das campanhas publicitárias”, consiste em um televisor que exibe vídeos das campanhas de publicidade da Cia. Hering veiculadas na televisão a partir da década de 1970. Além de constituir um evidente mecanismo de promoção e de publicidade da marca, o recurso tem por finalidade produzir uma identificação entre o visitante e a Cia. Hering por meio da reprodução de campanhas publicitárias conhecidas pelo público, que apresentam produtos da companhia que, não raro, o visitante possuía e utilizava.

A Sala 4 promove o fortalecimento da identificação entre o público e o Museu – e, por extensão, entre o visitante e a marca Hering – também por meio da interação e do engajamento direto dos visitantes. Nesse espaço, são desenvolvidas atividades interativas e “criativas”. Por exemplo, os visitantes podem customizar as suas próprias camisetas, encontrando-se à disposição uma máquina de costura e uma prensa para estampa. A sala possui ainda computadores (com programas para o desenvolvimento de estampas), impressora, mesas de trabalho e *puffs*, além de indumentárias expostas em cabides. Essa é uma das salas do Museu com maior sucesso entre o público, especialmente os grupos escolares³¹⁸.

³¹⁸ De acordo com Silva (2014, p. 260), na medida em que a atividade de customização da camiseta consumia muito tempo, para os grupos escolares e de turismo a atividade foi transformada em um “brinde” ao final da visita, deixando de ser um produto total do Museu.

Imagem 17 – Sala *Criatividade na educação*.



Fonte: Fundação Hermann Hering, *tour* virtual ao Museu Hering.

Encerrando nosso *tour* ao Museu Hering e, com vistas a uma síntese acerca do percurso expositivo realizado, podemos remeter uma vez mais à Marília Xavier Cury, responsável pelo projeto expositivo. Na visão da museóloga, o “enunciado central” do Museu Hering parte da trajetória da Cia. Hering, passa a tematizar o trabalho e as pessoas envolvidas na história da companhia, culminando com o “brasileiro”, isto é, “[...] aproximando a narrativa expositiva às narrativas de vida dos visitantes, sobretudo evocando tempos e lembranças pessoais” (CURY, 2011, p. 92).

3.8 UMA CONTRIBUIÇÃO À MODA BRASILEIRA: O LEGADO DA CAMISETA

De acordo com Kerber & Ott (2014), um dos principais recursos mobilizados pelas empresas ao contarem as suas histórias consiste na elaboração de linhas do tempo que costumam figurar nas publicações comemorativas patrocinadas pelos grupos empresariais e em páginas institucionais na internet. Na perspectiva dos autores, o uso de cronologias – que ressaltam os grandes acontecimentos e realizações na história das empresas – é responsável pela produção de uma narrativa dotada de um sentido de evolução, de desenvolvimento contínuo e de progresso ordenado. Nesse sentido, podemos afirmar que as linhas do tempo se configuram como profícuas estratégias de *marketing* e de autovalorização simbólica das empresas que, ao tomarem por base o seu passado, acabam por produzir um senso de perenidade e de previsibilidade à história da empresa, servindo à construção de um imaginário acerca de um futuro bem-sucedido para as companhias.

No caso da Cia. Hering, o uso de linhas do tempo é disseminado. Uma das mais importantes e detalhadas é aquela encontrada no Museu Hering, analisada na seção anterior. Como foi sinalizado, os acontecimentos elencados nessa linha do tempo visam demarcar e projetar a relevância pública dos fatos históricos pertinentes à Hering, características-chave do investimento na promoção e na alimentação de um legado. Linhas do tempo figuram também no site institucional da Cia. Hering³¹⁹ – que versa sobre a história da empresa desde a sua fundação, em 1880, até os dias atuais, tratando de acontecimentos como a reestruturação operacional, a abertura de capital e a criação do Museu Hering – e no site da própria Fundação Hermann Hering³²⁰ – tematizando os acontecimentos considerados relevantes à história da instituição.

Segundo Kerber & Ott:

Os usos destas cronologias também servem a estas empresas como ferramentas de conversão da realidade narrada em acontecimentos históricos importantes de ser transmitidos, ativados e transformados em patrimônio histórico destas empresas, merecedores de evocação por meio da memória (KERBER & OTT, 2014, p. 230).

Isto é, as linhas do tempo operam por meio da seleção e da exaltação de momentos determinados e considerados relevantes da história da empresa que, muito frequentemente, são alçados a um nível de importância histórica e social que extrapola o contexto da empresa, abrangendo o local em que está inserida, a região ou até mesmo o país. De tal modo, constata-se que as linhas do tempo ocupam um papel importante na construção do legado de empresas e empresários, afigurando-se como um recurso de primeira ordem às iniciativas de memorialização que visam produzir representações positivas e laudatórias sobre os feitos e realizações de grupos empresariais.

Ademais, deve-se ter em mente que, se as linhas do tempo têm por efeito a promoção do legado das empresas – isto é, a inserção da história de um grupo empresarial na história “oficial”, inscrevendo as realizações da empresa nos anais da história nacional –, e se a história de grupos empresariais familiares é, via de regra, narrada a partir dos integrantes e das gerações da família que a comandaram (PISCITELLI, 1999) – como se sabe, na memória de grupos empresariais familiares, a história da empresa e a história da família são universos quase sempre indissociáveis –, temos, por extensão, que as linhas do tempo visam demarcar e alimentar o

³¹⁹ CIA. HERING. **Institucional**. 2020. Site citado.

³²⁰ FUNDAÇÃO HERMANN HERING. **Quem somos**. Site citado.

legado de determinado grupo familiar e dos seus personagens mais destacados. Em outras palavras, uma iniciativa de memorialização empresarial mostra-se, via de regra, um investimento na promoção do legado e na consagração social de agentes específicos, a saber, os empresários e administradores dos negócios familiares.

Um conjunto de discursos produzidos e veiculados pela Fundação Hermann Hering e pelo Museu Hering – seja por intermédio de publicações institucionais ou de depoimentos dos profissionais envolvidos com a instituição – nos permite constatar e explicitar o investimento na construção e na alimentação do legado da Cia. Hering, isto é, da relevância pública – histórica e social – das ações e realizações da empresa e da família Hering.

Um primeiro exemplo pode ser encontrado no texto de Arantes (2011), constante no livro-catálogo do Museu Hering (MALHEIROS, ARANTES & CURY, 2011). Nas palavras do autor, o Museu Hering não retrata “[...] apenas a saga de uma família, ou teria que ser a saga de inúmeras famílias que, anônimas, se uniram aos Hering na construção desta memória” (ARANTES, 2011, p. 25). Em tal construção discursiva, procura-se enfatizar que o Museu Hering não se refere a apenas uma família, mas a todas as famílias que contribuíram para as atividades da Cia. Hering. Assim, na visão propalada por Arantes (2011), o Museu Hering não tematiza uma memória particular ou individual, mas, ao contrário, uma memória de natureza coletiva, pertinente e relevante não apenas à família fundadora, mas a todos aqueles que tiveram envolvimento – ainda que anonimamente – com a empresa ao longo de sua história.

Em segundo lugar, podemos mencionar a fala do diretor-presidente da Fundação Hermann Hering, Carlos Tavares D’Amaral, na qual afirma que: “Essa indústria [a Cia. Hering] ela se confunde se confunde [*sic*] com a industrialização do Brasil, de fato”³²¹. Via de regra, essa estrutura discursiva – “X se confunde com a história de Y”, em que Y representa a história do país ou de determinado segmento específico da história nacional, seja a indústria, a política, a cultura etc. – é um excelente indicativo da existência de um investimento na construção de legado. Dito de outro modo, ao se deparar com tal estrutura discursiva, o pesquisador está defronte a um indício do investimento em memória orientado segundo finalidades de promoção e de alimentação de legado, ou seja, da relevância pública de acontecimentos históricos que

³²¹ FUNDAÇÃO HERMANN HERING. Depoimento Carlos Tavares D’Amaral. 2021. 7m30s. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=VX_6gJJ7tHI. Acesso em: 14 set. 2021.

possuem uma natureza originalmente particular e específica.

Um terceiro exemplo pode ser encontrado na fala da responsável pelo setor de Salvaguarda e Pesquisa da Fundação Hermann Hering, Franciele Machado, reproduzida a seguir:

O nosso trabalho no centro de memória, ele tem uma relevância social, né?! Que que contempla inclusive interesses nacionais, né? É... O acervo ele conta um pouco sobre a história da industrialização do país, sobre os reflexos da Segunda Guerra Mundial, também aqui no Sul do Brasil, é... Conta um pouco sobre a transformação do vestuário básico, arquitetura moderna, a gente tem trabalhos do Hans Broos, do Roberto Burle Marx. Então tem uma relevância, né?! É... Histórica, que não é apenas pra Companhia Hering, não é apenas pra Fundação Hermann Hering, é o interesse é, nacional e... O próprio prêmio do IBRAM, ele vem como uma confirmação disso né?! As ações que a gente desenvolve do mesmo jeito elas têm, né, um valor especial pra comunidade acadêmica, pra pra pessoas da área de museus e centros de de memória³²².

No excerto, procura-se evidenciar a relevância – “social”, “histórica”, “nacional”, “acadêmica” – do acervo do Museu Hering, fato que, na visão da profissional, encontra comprovação no reconhecimento outorgado por instituições oficiais do setor museológico brasileiro, como o IBRAM. Ademais, são detalhadas temáticas e acontecimentos históricos de relevância que podem ser abordados a partir do acervo do Museu Hering – industrialização do país, impactos da II Guerra, evolução do vestuário etc. –, o que atestaria a imbricação entre a história da família e da empresa Hering e a própria história nacional.

Por fim, podemos evocar a fala da então gerente de comunicação e sustentabilidade da Cia. Hering, Elis Forti Chiteiro, que se destaca não apenas por empregar explicitamente o termo “legado”, mas também por afirmar o papel do Museu Hering como depositário de “parte da história do país”. Ademais, o excerto sinaliza para aquela que, como veremos a seguir, constitui uma das principais características do discurso sobre o legado da Hering promovido por meio das suas iniciativas de memorialização, a saber, a contribuição da empresa à moda brasileira:

E isso é um... Um legado é... Enorme pra comunidade, né?! Isso é um... Um legado de aprendizado, de como se fazer, de como estar à frente de uma organização centenária, e de como influenciar num país inteiro a partir é... De uma moda que traz elementos de comportamento relevantes em cada período da sua história. É... A comunidade ela pode se beneficiar muito, né?! Em conhecer, em ter contato conosco, porque nós carregamos parte da história desse país³²³.

³²² FUNDAÇÃO HERMANN HERING. **Bastidores da nossa história**: pílula 02. 2019. 2m58s. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=FLvfFsed0IY>. Acesso em: 30 ago. 2021.

³²³ FUNDAÇÃO HERMANN HERING. **Bastidores da nossa história**. Vídeo citado.

Nas iniciativas culturais e memorialistas da Cia. Hering, podemos constatar um investimento na definição e na promoção do legado da companhia que toma por base a sua contribuição ao vestuário e à moda no país. No projeto museológico institucional do Museu Hering afirma-se, por exemplo, que a “[...] Hering lembra a etiqueta de uma peça que todos temos em nossas casas e que remete à nossa identidade brasileira” (CURY, 2011, p. 56). Para a demarcação da contribuição da Hering ao vestuário brasileiro, a camiseta configura-se, de modo especial, como um recurso extremamente relevante, sendo submetida a uma estratégia de simbolização.

O investimento na atribuição de um caráter simbólico à camiseta pode ser constatado em diversas iniciativas do Museu Hering e da própria Cia. Hering. Por exemplo, uma das coleções do acervo do Centro de Memória Ingo Hering, intitulada “A ressignificação da camiseta”, é dedicada a essa peça de vestuário, sendo compreendida enquanto um “legado para o futuro”. No texto que apresenta a coleção, argumenta-se que:

Hoje o mundo usa camiseta e no Brasil esta emblemática peça de vestuário está intimamente ligada à Cia. Hering, uma pequena malharia que iniciou suas atividades produzindo camisetas, ceroulas e meias em 1880. Por aqui, a camiseta rompeu barreiras sociais e econômicas tornando-se símbolo de uma geração³²⁴.

Na visão da Hering, a camiseta constitui uma das grandes contribuições da empresa à sociedade brasileira; ademais, a história da camiseta no país se confundiria com a própria história da Cia. Hering. Nesse sentido, é válido considerarmos um livro elaborado como “contribuição cultural” pela Cia. Hering, intitulado *A história da camiseta*, com tiragem de cinco mil exemplares (JOFFILY *et al.*, 1988a). Ricamente ilustrada e com preâmbulo assinado por Ingo Hering, a obra consiste em uma coletânea de ensaios intelectualmente competentes – a maioria deles de autoria de jornalistas, com atuação em periódicos de expressão nacional – que versam sobre a camiseta sob diferentes aspectos: sociologia, política, ecologia, *marketing*, economia, esporte, artes etc.

Na introdução da obra, além de definir a moda como uma manifestação cultural, Ruth

³²⁴ FUNDAÇÃO HERMANN HERING. **A ressignificação da camiseta**. Disponível em: <https://fundacaohermannhering.org.br/centro-de-memoria/colecao/legado-para-o-futuro/a-ressignificacao-da-camiseta>. Acesso em: 12 nov. 2021.

Joffily (1988b) demarca um *locus* para a Hering no contexto da história da camiseta no país³²⁵. Nas palavras da jornalista: “A camiseta, no Brasil, acompanhou essa evolução. Entre nós, sua história se confunde com a própria história das grandes empresas do ramo, sendo a maior delas a *Companhia Hering*” (JOFFILY, 1988b, p. 18, grifo da autora). Tal construção discursiva nos permite captar a tônica do legado promovido pela empresa ao apontar a imbricação entre a história da camiseta e a história da Hering, isto é, ao afirmar que os feitos e as realizações da empresa são relevantes para a moda e para a história brasileiras. Dessa forma, podemos compreender a obra como um investimento consequente para a associação da Hering – isto é, da sua própria história e marca – à história da moda e da camiseta no Brasil³²⁶.

Ademais, Joffily (1988b) lança mão de um argumento bastante interessante para justificar o sucesso da empresa, a saber: a opção dos irmãos Hermann e Bruno Hering pela confecção de indumentárias para a população imigrante (meias e camisas-de-meia), ao invés de produtos destinados às “elites da época” (como luvas de pelica ou estolas de peles). Desse modo, os irmãos Hering estabeleceram a primeira empresa do gênero no país, em 1880. Com a transformação da camiseta em artigo de moda a partir da década de 1960, a Hering experienciou um crescimento exponencial, tornando-se duas décadas depois a maior malharia da América Latina e a segunda maior do mundo. Obviamente, segundo a autora, isso não foi “[...] obra do acaso. Era a consequência de uma orientação empresarial consciente, associada à caracterização específica do ramo em que se estabeleceram” (JOFFILY, 1988b, p. 18-9). Nesse sentido, o sucesso da Cia. Hering estaria relacionado à sua escolha por artigos “populares”, em detrimento das “elites” – o que teria sido recompensado, posteriormente, com a popularização da camiseta enquanto item de moda.

No texto que apresenta a nova exposição de longa duração do Museu Hering (“Um Novo Tempo”), podemos verificar uma vez mais os usos da camiseta enquanto um recurso simbólico que visa a demarcação e a promoção do legado da Cia. Hering. No excerto reproduzido a seguir, a camiseta é concebida, de modo específico, como um semióforo que permite acessar a própria história do país:

³²⁵ O próprio título da introdução assinada por Joffily (1988b), “Um personagem que faz a história”, refere-se à moda e, mais especificamente à camiseta, explicitando o esforço de simbolização desse item de vestuário.

³²⁶ Tal esforço de construção de legado se explicita até mesmo nos ensaios que, não tratando diretamente da Hering, empregam como ilustração fotografias do maquinário e do parque fabril da empresa – o que se verifica, por exemplo, no texto de Arp (1988). Tal procedimento opera uma associação visual entre, de um lado, a Hering e, de outro, a produção têxtil e a moda em seus mais variados aspectos.

Desde a sua fundação e nesses seus primeiros 141 anos de existência, a Hering fez parte – e estampou em suas camisetas – a cultura e a sociedade brasileira, de modo que acompanhar o desenvolvimento da empresa é também apreender os espíritos dos séculos XIX, XX e XXI. Uma empresa construída a muitas mãos, e que divide e estende o senso de comunidade com todo o país ao oferecer o que poderíamos denominar a indumentária básica de todo brasileiro, do uniforme escolar ao uniforme esportivo, da camiseta básica à camiseta ativista³²⁷.

Por fim, podemos sublinhar ainda a ênfase na atribuição de um caráter político à camiseta. Em texto que apresenta um dos projetos desenvolvidos pela Fundação Hermann Hering, o Trama Afetiva, encontramos a assertiva de que um dos objetivos implicados em tal iniciativa é: “Fazer o consumidor entender que uma camiseta pode sim fazer a diferença no planeta”³²⁸. Assim, a camiseta – e, por extensão, uma das principais empresas responsáveis pela sua produção no país – são consideradas potenciais agentes de transformação social e de mudança política, através da moda.

Em suma, para a Cia. Hering, a camiseta é concebida enquanto um objeto simbólico, dotado de sentidos e de significados múltiplos: ela estaria intimamente ligada à cultura e à identidade brasileiras, possuindo também um caráter político e representativo de uma geração – a juventude, para a qual a camiseta é uma plataforma de expressão, de identificação e de ativismo –, operando ainda a mediação – enquanto objeto histórico e peça musealizada – entre o observador e a história brasileira. Na visão da Cia. Hering, o legado da empresa e da família Hering consiste nas suas realizações substantivas à moda e ao vestuário no Brasil. A associação entre a história da Hering e a história do vestuário no país – isto é, o “legado” da Hering à sociedade brasileira – encontra na camiseta, assim, um dos recursos simbólicos mais importantes e valiosos.

3.9 A MEMÓRIA DE UMA MARCA: O MUSEU COMO ESTRATÉGIA EMPRESARIAL

Um dos apanágios do semióforo na acepção de Krzysztof Pomian (1984), conforme discutido no capítulo anterior, constitui-se na sua inutilidade. Segundo o historiador e filósofo polonês, para que um objeto adquira o estatuto de semióforo – isto é, para que se constitua como

³²⁷ FUNDAÇÃO HERMANN HERING. **Um Novo Tempo**. Disponível em: <https://fundacaohermannhering.org.br/museu-hering/exposicao/um-novo-tempo>. Acesso em: 12 nov. 2021.

³²⁸ FUNDAÇÃO HERMANN HERING. **Trama Afetiva**. Site citado.

um depositário e um veículo de significado, intermediando a relação entre um observador e o “invisível” –, é necessário que o mesmo seja retirado do circuito de atividades econômicas e destituído de suas finalidades práticas imediatas, sendo depositado em uma instituição destinada à sua proteção e consagração, responsável por garantir que esse objeto seja exposto ao olhar. Na visão de Pomian, as peças de coleção e os objetos de museu assemelham-se à obra de arte, precisamente em função da ausência de finalidade utilitária que caracteriza tais objetos.

Ademais, em termos de uma hierarquia de valores socialmente produzida, Pomian (1984) argumenta em favor da superioridade do invisível sobre o visível, fato que, na visão do autor, aparenta ser uma constante entre as diversas culturas. Ao passo que o visível remete à materialidade e à utilidade, o invisível associa-se ao intangível, isto é, a objetos que pertencem ao domínio do sagrado e do simbólico. Precisamente em função de sua intangibilidade e por serem depositários de significado, os semióforos adquirem um valor superior em relação aos objetos meramente mundanos utilizados em atividades práticas e ordinárias.

Na visão de Pomian, uma posição social hierarquicamente superior, via de regra, se faz acompanhada da posse de semióforos que conferem prestígio e servem à representação e à afirmação da posição social ocupada por um indivíduo ou grupo. Desse modo, para aqueles situados em posições dominantes na hierarquia do poder, os semióforos operam como “insígnias da sua superioridade, da sua posição eminente na esfera do significado” (POMIAN, 1984, p. 79).

Tais assertivas mostram-se especialmente relevantes quando consideramos o caso de elites empresariais, como a família Hering, agentes que desenvolvem atividades mormente econômicas, isto é, ações de natureza eminentemente mundana. Em tal contexto, parece ser necessário que a posição econômica dominante se mostre acompanhada da posse de semióforos que operam a conexão de tais grupos sociais ao invisível e ao simbólico, polo hierarquicamente superior e socialmente mais valorizado. De tal modo, para que ocorra a consagração social de tais agentes – isto é, para que se verifique a produção de representações públicas elogiosas e para que a sua posição social seja considerada socialmente “legítima” –, é necessário que os mesmos não se restrinjam ao circuito de atividades econômicas, adentrando ao universo do invisível e do simbólico, isto é, da cultura e da história.

Nas palavras de Pomian:

É fácil de compreender então que a aquisição de semióforos, a compra de obras de arte, a formação de bibliotecas ou de colecções, é uma das operações que, ao transformar a utilidade em significado, permitem a quem tenha uma alta posição na hierarquia da riqueza ocupar uma posição correspondente na do gosto ou do saber, sendo as peças de colecção, como se viu, símbolos de pertença social, senão de superioridade. A aquisição de semióforos equivale portanto à do bilhete de entrada num meio fechado e ao qual não se pode aceder sem ter retirado uma parte do dinheiro que se possui do circuito utilitário (POMIAN, 1984, p. 80).

Dessa forma, às elites empresariais em análise nesta tese importa a demonstração de uma posição social que não se constitui meramente pela posse de capital econômico. Em outras palavras, mais do que meras elites ricas e endinheiradas, é mister demonstrar a posse de capital simbólico e de prestígio, a partir da exibição de objetos que comportam e comunicam significados, ou seja, de artefatos que se constituem como invólucros do invisível, dimensão hierarquicamente superior do mundo. Assim, o investimento de elites econômicas em memória pode ser compreendido como um esforço de aproximação com o invisível e com o simbólico, isto é, de demonstração de uma posição proeminente no âmbito da relação com o invisível, que define a alta hierarquia da sociedade. Tal esforço de simbolização pode ser executado mediante a aquisição de semióforos ou, como se mostra bastante frequente no caso de elites empresariais com atuação industrial, por meio da alçada de objetos mundanos – isto é, de máquinas, objetos de trabalho, mercadorias – à condição de objetos históricos e significantes.

Não obstante, em minha visão, é mister que relativizemos a formulação de Pomian (1984) que estabelece uma distinção irreconciliável entre significado e uso, afirmando a ausência de utilidade para o semióforo – aspecto considerado como conceitualmente necessário. Conforme argumenta José Reginaldo Gonçalves (2007b), Pomian, em sua “teoria geral das colecções”, assume uma oposição ontológica entre objetos que existem para significar e objetos que servem a funções exclusivamente práticas. Na perspectiva de Gonçalves, tal oposição se baseia na incorporação da “ideologia da colecção” por parte de Pomian, segundo a qual os semióforos são – e devem ser – desprovidos de finalidades práticas e utilitárias, isto é, que assume aprioristicamente a não-finalidade econômica do objeto de colecção. Nos termos de Gonçalves:

O que estou sugerindo é que, assumindo essa perspectiva, o autor parece se deixar enfeitiçar pela própria ideologia da colecção, a partir da qual esta é concebida como um espaço auto-suficiente, infenso às contingências históricas, suprimindo-se assim os processos históricos econômicos, políticos de produção que a tornaram possível (GONÇALVES, 2007b, p. 47).

No caso das estratégias de memorialização de elites empresariais, parece evidente que, para além de um investimento de aproximação com o “invisível” – portanto, um investimento externo ao circuito de atividades utilitárias –, tais iniciativas representam também um investimento de natureza econômica, voltado mormente à promoção de uma imagem positiva sobre determinada empresa. Em outras palavras, as instituições de memória de elites empresariais promovem a marca da empresa, procuram agregar valor aos seus produtos tomando por base a história do grupo empresarial, além de associarem a história de determinado ramo de atividade empresarial à própria história da empresa – aspectos que, em conjunto, produzem e disseminam uma visão favorável sobre a empresa.

Um exemplo da utilização de objetos históricos e de peças de coleção com finalidades empresariais pode ser obtido a partir do trabalho de Heidi Kolk (2019) acerca do Museu Campbell House, localizado em St. Louis, nos Estados Unidos. A antiga residência da família do comerciante Robert Campbell, datada de 1851, foi convertida em uma casa-museu e inaugurada no ano de 1943, processo levado a cabo pelo grupo preservacionista William Clark Society.

Especificamente no que se refere ao ponto que nos interessa neste momento – isto é, os usos econômicos da memória, dos museus e dos semióforos –, cabe pontuar que a casa foi adquirida e doada à recém-criada Campbell House Foundation pela Stix, Baer & Fuller, companhia varejista localizada nas proximidades da residência dos Campbell. De modo interessante, Kolk (2019) demonstra como a imagem da Campbell House foi utilizada em campanhas publicitárias da companhia, servindo, assim, à promoção da própria empresa e da sua marca – os objetos da família Campbell chegaram a ser expostos, nos informa a autora, na loja da empresa.

Além da aquisição e da musealização da Campbell House representar possibilidades de valorização da área em que a empresa estava situada, bem como de incremento da sua reputação e prestígio junto às elites da cidade, os objetos dos Campbell serviam como um modelo de estilo de vida distintivo, que poderia ser assumido pelos habitantes locais mediante a aquisição e o consumo de produtos da Stix, Baer & Fuller. Desse modo, as campanhas promocionais da empresa mobilizaram os objetos dos Campbell para estimular as vendas, no contexto do consumismo característico dos Estados Unidos no pós-Guerra (KOLK, 2019).

Como argumenta Voigt, em resenha do trabalho da referida autora:

A análise de Kolk, assim, acentua a necessária vigilância dos estudiosos da história quanto aos múltiplos interesses envolvidos na promoção da memória, que adquire ainda mais relevância se considerarmos o contexto recente de disseminação do investimento de empresas e elites empresariais na esfera da memória (VOIGT, 2020b, p. 239).

Se os objetos históricos – e a “história”, em sentido amplo – se configuram como um recurso valioso às empresas, em nada surpreende que a memória das próprias empresas seja um trunfo recorrentemente mobilizado na sua atuação econômica, enquanto uma estratégia empresarial. Nesse contexto, podemos tomar como exemplo os casos de duas empresas brasileiras, as Indústrias Reunidas Francisco Matarazzo e a Sadia, analisados por Piscitelli (1999). Em 1982 e 1994, esses grupos lançaram livros comemorativos, respectivamente, do centenário e de meio século de fundação das empresas. Na visão da autora, tais obras de memória empresarial podem ser compreendidas enquanto uma estratégia de *marketing* e de relações públicas, veiculando uma visão assertiva das empresas com base em aspectos selecionados das suas trajetórias³²⁹. Nas palavras de Piscitelli:

Nesses veículos de *marketing* institucional, auto-apresentações destinadas a transmitir uma imagem positiva das empresas, os grupos explicitam suas estratégias operacionais, descrevem suas relações com o mercado e publicitam produtos e serviços. Um dos principais recursos utilizados para essa promoção é contar suas histórias. Os grupos narram essas histórias falando, invariavelmente, de suas origens, outorgando, quase sempre, importância crucial aos fundadores e referindo-se às sucessões (PISCITELLI, 1999, p. 142).

Na perspectiva de Lima (2014), a memória empresarial serve para agregar valor às empresas, o que auxilia a explicar a crescente preocupação com a memória por parte dos grupos empresariais. Ademais, o investimento em memória consistiria em uma demonstração de responsabilidade e de cidadania por parte das empresas, exigências cada vez mais disseminadas entre clientes e *stakeholders* (LIMA, 2014, p. 57).

De acordo com Kerber & Ott: “[...] os interesses que levam a iniciativa privada a investir em patrimônio estão associados aos fins turísticos, imobiliários e industriais, além de ser um elemento que agrega valor à marca de determinados produtos” (KERBER & OTT, 2014, p. 121). Nesse sentido, mostra-se pertinente problematizarmos a própria categoria de “patrimônio” à luz das instituições de memória criadas por empresas. Tais instituições,

³²⁹ Nesse sentido, podemos compreender as publicações comemorativas de história empresarial e os museus criados por empresas como duas modalidades de autoapresentação de grupos empresariais, que não estão alheias às suas estratégias comerciais e de *marketing*.

destinadas a salvaguardar e promover o patrimônio *histórico* das empresas, integram o seu patrimônio geral – inclusive *econômico* e *imobiliário*. Em outras palavras, as instituições de memória estão inseridas no contexto geral da empresa, cujas dinâmicas e atividades possuem, por definição, uma natureza econômica e uma finalidade utilitária. Assim, no contexto empresarial, um investimento em patrimônio histórico é, simultaneamente e de modo invariável, um investimento orientado segundo finalidades comerciais e econômicas.

No caso do Museu Hering, como foi sinalizado nas seções anteriores, pode-se constatar uma inequívoca estratégia de promoção da empresa e da marca Hering implicada em tal iniciativa de memorialização. No Museu, encontramos objetos que servem à autoapresentação da empresa, tematizando alguns dos seus processos e atividades internas e atuais – como o recurso tátil sobre as distintas fases da produção do algodão ou os vídeos sobre as etapas do processo produtivo de uma indumentária. Além disso, verificamos a existência de recursos expositivos que promovem deliberadamente a marca Hering e a identificação do visitante com essa marca – caso dos vídeos que apresentam as campanhas publicitárias da Cia. Hering ao longo da história. Por fim, podemos mencionar a estratégia de simbolização da camiseta – constante no Museu Hering e em outras iniciativas culturais capitaneadas pela Cia. Hering –, que procura associar a história desse item de vestuário à história de uma das suas maiores fabricantes e varejistas, isto é, que visa agregar um valor simbólico a uma mercadoria vendida em larga escala pela própria Cia. Hering.

O papel da memória para o fortalecimento e a promoção da marca é reconhecido de modo explícito e consciente por parte do Museu Hering. Em texto que apresenta informações sobre a história, as atividades e o acervo do Centro de Memória Ingo Hering, afirma-se que: “Neste espaço, passado e presente se fundem através da nossa essência e nos levam a caminho do futuro. O acervo ganha vida e nutre o Museu Hering e a *produção contemporânea de nossas marcas*” (grifo meu)³³⁰. Na visão da imprensa especializada em negócios, um dos principais fatores explicativos para o sucesso empresarial da Cia. Hering refere-se à sua capacidade de adaptação às transformações e às novas dinâmicas do mercado brasileiro. Nas palavras de Fabio Hering, ex-presidente da empresa e um dos principais responsáveis pela reorientação estratégica da Cia. Hering: “Com a abertura iniciada no governo Collor, despertamos. Percebemos que os principais ativos que tínhamos eram nossas marcas e canais de distribuição”³³¹. Nesse sentido, o Museu Hering representa um investimento naquele que é considerado um dos principais

³³⁰ Citação extraída de: FUNDAÇÃO HERMANN HERING. **Centro de Memória:** sobre. Disponível em: <https://fundacaohermannhering.org.br/centro-de-memoria>. Acesso em: 12 nov. 2021.

³³¹ Citação extraída de: TEIXEIRA, Alexandre. A velha dama no novo mercado. Notícia citada.

ativos da Cia. Hering – a marca –, alinhado às estratégias e à reorientação de mercado assumidas pela empresa a partir das décadas de 1990 e 2000, quando passou a focar o varejo e o fortalecimento de marcas.

Os usos da memória e do Museu Hering como um ativo empresarial podem ser constatados também a partir de um depoimento do diretor-presidente da Fundação Hermann Hering, Carlos Tavares D’Amaral, que integra uma série de vídeos elaborados pela FHH para apresentar a nova exposição de longa duração do Museu Hering (“Um Novo Tempo”). O depoimento é ilustrativo, uma vez que se constitui em um recurso audiovisual que tinha por objetivo tematizar a trajetória de D’Amaral na Cia. Hering e divulgar a nova exposição do Museu Hering, mas no qual o depoente acaba por focar, na maior parte do vídeo, as estratégias de negócios da Cia. Hering, chegando a dirigir-se diretamente ao “consumidor”, público-alvo do depoimento:

Você que tá visitando esse Museu, né?! E tá vendo uma história de 140 anos, não é?! É... Espero que se empolgue com essa história. E nós temos uma missão e uma vontade muito grande de obviamente perpetuar essa empresa. Fazer com que essa empresa caminhe moderna, atualizada, como ela sempre foi... Sempre procurando as tendências, procurando aquilo que efetivamente você consumidor espera que a gente possa lhe ofertar³³².

Desse modo, o depoimento demonstra como a memória e as estratégias de negócios são compreendidas como elementos indissociáveis pela Cia. Hering ou, em outras palavras, como o conjunto de iniciativas promovidas por uma empresa – dentre elas, o investimento em memória – constitui invariavelmente uma estratégia dotada de um aspecto de natureza econômica. Para a Cia. Hering, de modo específico – e para as elites empresariais, de modo geral –, a memória opera como uma representação da solidez, da estabilidade e do sucesso do empreendimento econômico, servindo à produção de reconhecimento e de prestígio junto ao público visitante do museu – que, para uma empresa, representa simultaneamente um público composto por consumidores e clientes em potencial.

Não obstante, parece-me claro que o Museu Hering não pode ser reduzido à sua utilidade prática e econômica, isto é, a uma mera estratégia de *marketing* voltada à promoção da marca Hering. Se este fosse o caso, mostrar-se-ia muito mais racional e produtivo, de um ponto de vista estritamente econômico, o simples investimento em propaganda e publicidade. Enquanto um investimento em memória, o Museu Hering comporta, inegavelmente, uma dimensão não-

³³² FUNDAÇÃO HERMANN HERING. **Depoimento Carlos Tavares D’Amaral**. Vídeo citado.

utilitária e “irracional” em termos econômicos, consistindo em uma instituição destinada a abrigar e expor ao olhar um conjunto de semióforos – isto é, objetos “inúteis” que pertencem ao domínio do simbólico e que comunicam significados.

Todavia, ainda que os recursos expositivos e os objetos históricos em exibição no Museu Hering estejam destituídos de sua utilidade prática mais imediata – tenha-se em mente, por exemplo, um tear ou uma máquina de costura que, inseridos no espaço museal, não servem mais à confecção de indumentárias –, eles não estão desprovidos de sua finalidade econômica última, a saber, a produção de capital e de riqueza à Cia. Hering, o que ocorre, no espaço do Museu Hering, a partir da valorização simbólica da empresa e da marca, para a qual os objetos e as peças de coleção representam um recurso de primeira ordem.

Em suma, para empregarmos os termos de Pomian (1984), os objetos do Museu Hering – e a própria instituição de memória como um todo – são ao mesmo tempo “coisa” e “semióforo”, isto é, objeto útil que produz lucratividade econômica e objeto sem utilidade que comunica um significado³³³. É precisamente por meio da mediação que operam entre o espectador e o “invisível” – neste caso, o invisível refere-se à história da Cia. Hering e ao seu legado ao campo da moda no Brasil – que os semióforos abrigados no Museu Hering demonstram também a sua utilidade prática e finalidade econômica. Dessa forma, pode-se afirmar que uma iniciativa de memorialização como a do Museu Hering representa, simultaneamente, uma ação no mundo do visível e no mundo do invisível ou, mais precisamente, uma ação no mundo invisível que produz consequências práticas e objetivas no mundo visível.

Ademais, se o Museu Hering constitui uma estratégia empresarial – isto é, se uma instituição destinada a reunir semióforos apresenta inequivocamente uma utilidade prática e econômica –, chegamos à conclusão de que, em oposição ao que postulava Pomian (1984), utilidade e significado não representam termos antagônicos, mas, ao contrário, configuram-se como elementos constitutivos das estratégias de memorialização levadas a cabo contemporaneamente pelas elites empresariais.

³³³ Para evocarmos a célebre terminologia de Marcel Mauss (2003), tais objetos podem ser compreendidos como um “fato social total”, isto é, um fenômeno que exprime simultaneamente dimensões econômicas, simbólicas, políticas, morais, estéticas etc. Ademais, um museu pode ser encarado enquanto uma “dádiva” no sentido de Mauss, uma vez que, apesar de parecer uma ação gratuita, traz implicado um sistema de prestações e de trocas – no nosso caso, mais precisamente, traz implicados interesses de natureza econômica.

3.10 A MEMÓRIA DA HERING NA ENCRUZILHADA ENTRE A ETNICIDADE E A DIVERSIDADE

No que se refere às iniciativas culturais e de memorialização levadas a cabo pela Fundação Hermann Hering, pode-se constatar uma ausência de ênfase na questão da germanidade. As temáticas da imigração alemã e da etnicidade teuto-brasileira não parecem constituir eixos estruturantes dos discursos e das iniciativas promovidas pela instituição. A dimensão étnica está ausente de um conjunto de discursos e de iniciativas da FHH analisados anteriormente, não havendo qualquer menção enfática ou explícita à etnicidade, por exemplo: nos eixos de atuação e nos objetivos expressos pela FHH; nos temas de referência do acervo do Centro de Memória Ingo Hering; na missão institucional do Museu Hering; nas possibilidades temáticas para comunicação e exposição no Museu, constantes no projeto museológico institucional; nos objetivos imputados à principal exposição de longa duração do Museu (“Tempo ao Tempo”); nas temáticas dos eventos promovidos pela FHH e pelo Museu Hering etc.

É evidente, todavia, que a dimensão étnica não é submetida a um trabalho de ocultamento, nem está completamente ausente das iniciativas da instituição, sendo um tema que acaba por inevitavelmente incidir sobre as narrativas promovidas pela FHH e pelo Museu Hering. Tenha-se em mente, por exemplo, o fato de o Museu estar sediado em uma edificação enxaimel, estilo arquitetônico que constitui um dos maiores símbolos materiais reivindicados para a promoção da germanidade. No mesmo sentido, a instituição está situada na cidade de Blumenau, contexto socioespacial em que a etnicidade germânica afigura-se como imagem representativa sobre o lugar dominante e quase inconteste. No que tange à expografia do Museu Hering, verifica-se um vídeo sobre a história de Blumenau, tema que, invariavelmente, tangencia a questão da imigração. Na linha do tempo sobre a família Hering, exposta na primeira sala do Museu, tematiza-se a história de um grupo familiar fundado por imigrantes alemães. Por fim, podemos mencionar o fato de a temática da imigração ser uma das mais abordadas junto a grupos escolares que realizam visitas ao Museu Hering, aprofundando temas e questões discutidas por professores no contexto das disciplinas escolares (cf. SILVA, 2014, p. 257).

Apesar de tais indícios que sugerem o tratamento da questão da etnicidade, a germanidade mostra-se antes um tema incidental do que um objeto de investimento ou um recurso narrativo de primeira ordem. Em outras palavras, o Museu Hering não se configura como um mecanismo de promoção étnica, fato especialmente interessante quando

consideramos, como foi argumentado, o característico investimento em germanidade por parte do grupo familiar Hering ao longo da sua trajetória.

Tal assertiva encontra comprovação se comparamos a realidade do Museu Hering com a do Instituto Carl Hoepcke, analisado no capítulo anterior. Esta última instituição, como vimos, é caracterizada por uma escolha étnica, que opera deliberadamente a associação entre a memória do patrono e a memória da imigração alemã. Promover a memória da imigração alemã é um dos objetivos explícitos do ICH, expresso nas primeiras linhas do seu folder de divulgação institucional. Ademais, as atividades desenvolvidas pelo Instituto Carl Hoepcke – como os cursos de língua alemã e os Simpósios sobre Imigração e Cultura Alemã – contrastam com as iniciativas, eventos e cursos promovidos pela FHH – que enfocam temas não associados à etnicidade, como a moda, a museologia, e o empreendedorismo.

Em minha visão, dois fatores auxiliam a compreender a ausência de investimento em etnicidade por parte da Hering. Em primeiro lugar, precisamente o fato de o Museu Hering estar localizado em uma “cidade germânica”. Como se sabe, ao analisarmos uma instituição de memória, é mister considerarmos o contexto sociogeográfico e citadino no qual ela está situada (KOLK, 2019; VOIGT, 2020b). A Fundação Hermann Hering está localizada em um contexto germanizado, o que se expressa na imagem pública e oficial da cidade, na sua composição étnico-populacional, nas festividades públicas – notadamente a *Oktoberfest* – e na própria organização espacial da cidade – com uma profusão de edificações no estilo enxaimel. Um dos slogans oficiais utilizados pelo setor de turismo da cidade, “Blumenau: o Brasil de alma alemã”, nos permite compreender a hegemonia da etnicidade alemã enquanto imagem representativa do lugar.

Ademais, ao analisarmos uma instituição de memória, devemos ter em mente que a mesma está situada em um “espaço de relações” (BOURDIEU, 1989b), no qual estão posicionadas outras instituições de memória e museus. A cidade de Blumenau possui cerca de uma dezena de instituições desse tipo, a maior parte delas sob a responsabilidade do poder público municipal e dedicadas aos temas da imigração alemã, da colonização e da germanidade – como, por exemplo, o Mausoléu Dr. Blumenau, o Museu da Família Colonial, o Museu de Hábitos e Costumes, dentre outras.

Portanto, o Museu Hering está localizado em um contexto citadino favorável à germanidade, em que a etnicidade germânica afigura-se como “ponto pacífico”, isto é, em que tal etnicidade constitui a imagem dominante acerca do lugar. Por consequência, um investimento de natureza étnica por parte de um museu criado em tal contexto e em tempos recentes mostra-se, até certo ponto, dispensável e “redundante”. Além disso, ao focar temas

como o empreendedorismo e a história da moda e da industrialização, a Fundação Hermann Hering produz uma narrativa particular e específica dentro de um contexto de hegemonia da germanidade, o que permite distinguir o Museu Hering das demais instituições de memória que compõem o espaço relacional de museus e da memória na cidade de Blumenau.

Um segundo fator explicativo para a inexistência de ênfase na questão da germanidade, ainda mais importante a meu ver, refere-se a uma percepção sobre a ausência de lucratividade – seja simbólica, seja econômica – do investimento em etnicidade. Se a etnicidade pode ser compreendida como um investimento em sentido *bourdieusiano* – isto é, se o engajamento com a etnicidade depende do reconhecimento de um valor a ela associado, seja simbólico, social, cultural, econômico, profissional etc. (cf. FODOR, 2020) – no caso da Hering, ao que tudo indica, outras identidades – ou, mais precisamente, a “diversidade” – são compreendidas como recursos mais valiosos e lucrativos do que uma única (e potencialmente exclusiva) forma de identificação, isto é, a etnicidade alemã.

A Fundação Hermann Hering e o Museu Hering, como veremos adiante, exprimem um discurso balizado sob o ideário corporativo da “diversidade social” – que visa dar visibilidade e representatividade a uma miríade de identidades no contexto do mercado –, sintonizado às tendências e dinâmicas recentes das empresas e da economia globalizada. A assunção desse discurso por parte de empresas brasileiras está relacionada à liberalização econômica ocorrida no país a partir da década de 1990, quando os grupos empresariais passaram a se preocupar com a sua imagem pública, com o seu “papel social” e com a chamada responsabilidade social e ambiental (KERBER & OTT, 2014).

No excelente trabalho de Miqueli Michetti (2017) acerca da assunção do “discurso da diversidade” no mundo corporativo e da atuação de institutos empresariais/privados de cultura no Brasil, encontramos elementos pertinentes à compreensão de aspectos históricos e estruturais implicados nos usos da noção de diversidade por parte da Fundação Hermann Hering, bem como acerca das escolhas e investimento no tocante à promoção de identidades “diversas” a partir de suas ações e projetos institucionais.

Conforme argumenta a autora, a incorporação do discurso da diversidade – que engloba dimensões como gênero, raça, orientação sexual, nacionalidade, deficiências etc. – no mundo empresarial ocorreu nas décadas de 1960 e 1970, como resposta à luta pelos direitos civis nos Estados Unidos. À medida em que as demandas e o reconhecimento das chamadas “minorias

sociais” se tornaram um imperativo e uma inflexão social incontornável, o mercado passou a incorporar o discurso da diversidade. A assunção desse discurso por parte das empresas representa, simultaneamente, uma despolitização e uma neutralização da agenda da diversidade, uma vez que elementos como a diferença e a desigualdade são transformados em “diversidade” no mundo empresarial, que passa a “conter” – no duplo sentido de abranger e de refrear – os distintos (e desiguais) grupos que compõem a sociedade.

Em função da “isomorfia institucional global” do ambiente corporativo (MICHETTI, 2017, p. 124), o ideário da diversidade originado no universo anglo-saxão espalhou-se pelo mundo. Como argumenta Michetti (2017), a globalização econômica foi responsável pela instauração de normas e de padrões considerados válidos mundialmente. Além disso, a atuação e os padrões elegidos por grandes empresas acabaram por determinar regras para o mercado mundial, impactando empresas de menor porte, bem como aquelas situadas em contextos nacionais periféricos. Desse modo, a “gestão da diversidade” passou a ser uma das frentes da atuação corporativa globalmente, especialmente a partir da década de 1980, com a difusão do ideário neoliberal, contexto em que a noção de “responsabilidade social” passou a adquirir proeminência. Tal sistema de ideias supõe a crença de que a diversidade seria um elemento contributivo à melhoria da imagem das empresas, isto é, de que uma imagem pluralista associada à empresa valorizaria as marcas e os bens produzidos por tais organizações (MICHETTI, 2017).

De acordo Michetti (2017), o discurso da diversidade serve à legitimação do exercício do poder público por parte de agentes privados. Dito de outro modo, a atuação pública de agentes privados por meio da agenda da diversidade cultural é responsável pela conversão de capital econômico em capital político. Nas palavras da autora: “Embora não seja a via exclusiva, o discurso da diversidade é um dos meios pelos quais se busca justificar o exercício do poder público – no sentido da atuação pública e da influência dos rumos das políticas públicas do país – por agentes privados cujo capital é inicialmente econômico” (MICHETTI, 2017, p. 121). Dessa forma, o discurso da diversidade consiste em um recurso mobilizado por institutos privados ligados a empresas para agir de forma pública, fazer uso de recursos públicos e interferir nas políticas públicas de cultura.

As fundações e institutos com atuação na área de cultura considerados por Michetti (2017) – como o Itaú Cultural, o Instituto Moreira Salles, a Fundação Vale, a Fundação Roberto Marinho etc. –, organizações sem fins lucrativos ligadas a empresas, operam por meio de leis de incentivo à cultura. No Brasil, tais leis foram desenvolvidas no contexto pós-redemocratização e sob a influência do ideário neoliberal, que postulava a necessidade de

abertura de espaços por parte do Estado para a atuação da sociedade civil. Assim, os institutos empresariais de cultura surgem como agentes não-estatais envolvidos com a “coisa pública”, integrando o chamado “terceiro setor”, formado por instituições que estão em posições distintas das do Estado e do mercado, mas que comungariam características com ambos (MICHETTI, 2017).

Note-se que para a efetiva captação de recursos via leis de incentivo e, por extensão, para o exercício da influência nas políticas culturais do país, mostra-se necessário um relativo alinhamento do discurso de tais instituições privadas em relação ao discurso dominante veiculado pelo poder público. No contexto brasileiro, o discurso de valorização da diversidade cultural adquiriu prominência nos programas desenvolvidos pelo Ministério da Cultura (MinC), especialmente a partir dos governos lulo-petistas e da gestão de Gilberto Gil à frente da pasta (MICHETTI, 2017). Desse modo, compreende-se como o discurso da diversidade serve à legitimação de agentes privados que atuam publicamente em cultura, uma vez que esse discurso é um dos elementos estruturantes das próprias políticas públicas de cultura no país – sendo, portanto, legitimado pelo Estado³³⁴.

Por fim, conforme argumenta Michetti (2017), deve-se ter em mente que, ainda que façam parte da “sociedade brasileira”, os institutos empresariais de cultura falam em nome deles próprios, não enquanto porta-vozes do conjunto da sociedade – possuindo, inclusive, uma sobre-representação no âmbito das políticas culturais em função do elevado capital econômico de que dispõem. As ações e os investimentos de tais institutos, portanto, disseminam um ideário específico e próprio aos agentes envolvidos com tais organizações, dentre os quais podemos destacar valores – e concepções particularizadas de tais valores – como a diversidade, o empreendedorismo, a inovação e a sustentabilidade.

Como vimos, a Fundação Hermann Hering representa o órgão de responsabilidade social da Cia. Hering, voltado ao desenvolvimento de projetos e de iniciativas que visam gerar

³³⁴ A evocação de organizações transnacionais também opera como um mecanismo de legitimação dos institutos empresariais de cultura que, frequentemente, mencionam a subscrição a princípios formulados por entidades como a Organização das Nações Unidas (ONU) (MICHETTI, 2017). Um exemplo, no caso do Museu Hering, é a subscrição a alguns dos Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (ODS) da ONU – dentre os quais podemos mencionar, de modo expressivo, os objetivos “igualdade de gênero” e “redução das desigualdades” –, apresentada em um dos documentos públicos da instituição (ver: MUSEU HERING. **Carta de serviço ao cidadão**. Documento citado).

impacto social nos campos da cultura, da educação, da moda, do empreendedorismo e da sustentabilidade. No conjunto de iniciativas da instituição, podemos constatar uma preocupação explícita e enfática com a questão da “diversidade” cultural e social.

Por exemplo, no que se refere às fotografias que ilustram o Museu Hering no site da instituição – retratando mediadores e público visitante –, bem como nos registros fotográficos das atividades e dos projetos sociais desenvolvidos pela FHH, podemos verificar uma cuidadosa seleção de imagens que visam representar e asseverar a “diversidade” do público atendido pela instituição, mormente sob os aspectos racial e de gênero.

A adequação da narrativa da Fundação Hermann Hering aos imperativos da diversidade certamente sofreu a influência da consultoria especializada de profissionais do campo museológico, o que nos auxilia a compreender até mesmo a existência de um espaço expográfico no Museu Hering dedicado a tematizar a “contribuição dos funcionários”, questão usualmente ausente das narrativas produzidas pelas empresas sobre si mesmas (cf. KERBER & OTT, 2014, p. 231).

Ademais, a assunção do discurso da diversidade é um fator contributivo à bem-sucedida captação de recursos públicos para a instalação do Museu Hering e para a execução das atividades da Fundação Hermann Hering. Em outras palavras, parece muito mais factível a obtenção de recursos públicos para uma iniciativa dedicada a identidades múltiplas e diversas – isto é, que dizem respeito ao interesse de vários segmentos da sociedade, ou seja, o interesse “público” – do que para uma iniciativa dedicada à promoção de uma forma de identificação única e exclusiva, de base étnica.

Para explicitarmos as modalidades de apropriação e de promoção do discurso da diversidade nas iniciativas da Fundação Hermann Hering, é pertinente considerarmos em maiores detalhes um dos principais projetos da instituição, o Trama Afetiva. Conforme mencionado anteriormente, o projeto reúne, de um lado, estudantes e jovens profissionais e, de outro, especialistas consagrados no campo da moda e do design, com o objetivo de desenvolver uma coleção “criativa” e sustentável utilizando resíduos têxteis da Cia. Hering. Nesse sentido, para além da diversidade, o projeto atestaria também a responsabilidade social da Hering no que tange à questão ambiental.

Uma das definições apresentadas ao conceito de “economia afetiva”, basilar ao projeto Trama Afetiva, explicita a estratégia de promoção de uma imagem pública positiva da Cia. Hering subjacente à iniciativa com base na demonstração da sua responsabilidade social. Na visão dos responsáveis pelo projeto, a economia afetiva consiste em:

[...] um conceito que foca na importância do coletivo e na transmissão de uma mensagem ética por parte das empresas, que envolva ainda compartilhamento de informação e preservação do meio ambiente, e não só ganho pessoal³³⁵.

Um dos principais objetivos do Trama Afetiva é a promoção da diversidade e da representatividade no contexto da moda com vistas ao “empoderamento” de minorias sociais. Por exemplo, a seleção dos participantes e as publicações decorrentes do evento visam dar visibilidade a grupos considerados socialmente minoritários, como as mulheres, os negros, as travestis etc. Além disso, tais publicações empregam a chamada “linguagem neutra” em termos de gênero (p. ex. ARAUJO & PREDABON, 2019). Nesse sentido, o projeto promove e visibiliza múltiplas identidades em um esforço alinhado à promoção da marca Hering a segmentos e grupos sociais os mais diversos.

Em texto que apresenta o projeto Trama Afetiva no site da FHH, encontramos a menção a uma fala de um dos idealizadores do projeto, Jackson Araujo, na qual pode-se constatar de modo exemplar o agenciamento da questão da diversidade no contexto do projeto:

Não podemos falar sobre resíduos têxteis ou sólidos sem mencionar o resíduo social, ou seja, os discursos e corpos ainda invisibilizados pela moda, como corpos negros, transvestigêneres e gordos, para citar alguns. Estamos sempre ampliando nosso foco de pesquisa para fortalecer as reflexões sobre origens, identidade e representatividade. Temos que perceber que a transformação da indústria, na busca por processos que contribuam para a regeneração do planeta através do reaproveitamento, parte do princípio de cuidado com as pessoas³³⁶.

Se o objetivo primordial do conjunto de iniciativas da FHH – seja por meio do Trama Afetiva ou do próprio Museu Hering – é a promoção de uma imagem pública positiva sobre a marca e a Cia. Hering – enquanto uma empresa socialmente responsável –, faz pleno sentido que, quanto mais “diversa” e plural a marca e a empresa se apresentarem, mais amplo será o público consumidor em potencial atingido por tais iniciativas. Desse modo, a assunção de um discurso mais abrangente e “universal” como o da diversidade, mostra-se muito mais eficaz e lucrativo em termos empresariais do que a promoção de uma etnicidade com traços potencialmente exclusivos, como a teuto-brasilidade.

³³⁵ Extraído de: GUADAGNUCCI, Natália. Com foco em moda sustentável, projeto Trama Afetiva chega à segunda edição. **O Estado de S. Paulo (E + Estadão)**, São Paulo, 1º ago. 2018. Disponível em: <https://emails.estadao.com.br/noticias/moda-e-beleza,com-foco-em-moda-sustentavel-projeto-trama-afetiva-chega-a-segunda-edicao,70002422679>. Acesso em: 15 out. 2021.

³³⁶ Citação extraída de: FUNDAÇÃO HERMANN HERING. **Trama Afetiva**. Site citado.

As iniciativas culturais e de memorialização levadas a cabo pela Fundação Hermann Hering têm como finalidade última a consagração social – isto é, a produção de uma representação pública elogiosa que se pretende legítima – da empresa e da marca Hering. No caso do Trama Afetiva, a consagração da marca procura se valer da autoridade e da legitimidade de agentes consagrados no campo da moda e do design. Nesse sentido, a participação de profissionais de renome no projeto – tais como o estilista Alexandre Herchcovitch e o arquiteto Marcelo Rosenbaum, “designers-tutores” da primeira edição do evento, realizada em 2016³³⁷ – atribui capital simbólico à iniciativa e, por extensão, à organização que a patrocina, a Cia. Hering.

De tal modo, uma iniciativa “desinteressada” – isto é, um projeto de impacto social que visa fornecer educação não formal a estudantes e jovens profissionais –, além de lidar com um problema concreto da Cia. Hering – ou seja, os resíduos da produção têxtil –, acaba por produzir dividendos simbólicos e contribuir com a disseminação de uma imagem positiva da Cia. Hering e das suas marcas no campo da moda brasileiro – contando, para isso, com a participação de agentes dotados de autoridade no universo do estilismo e do design no país.

O desenvolvimento das coleções no contexto do projeto tem um caráter mais educativo do que comercial, uma vez que as coleções que resultam da iniciativa não são comercializadas, mas expostas em espaços e instâncias ligadas à moda. Em outras palavras, o resultado do projeto não tem uma finalidade econômica, mas antes simbólica – isto é, visa produzir reconhecimento aos envolvidos na iniciativa. Sugestivo, nesse contexto, é o fato das coleções desenvolvidas no Trama Afetiva já terem sido expostas em espaços consagrados e consagradores da moda e do design: por exemplo, a coleção do Trama Afetiva de 2016 foi exposta no Estúdio Marcelo Rosenbaum, além de ter sido divulgada na famosa revista de decoração, design e arquitetura *Casa Claudia*³³⁸. Além disso, o projeto já foi alvo de debates em eventos especializados em moda, como o *Brasil Eco Fashion Week*.

É importante termos em mente os significados do contexto socioespacial em que o projeto é desenvolvido, que representa, ademais, um indicativo da imagem que a Cia. Hering procura associar a si própria. O Trama Afetiva é realizado na cidade de São Paulo, centro da

³³⁷ Informações extraídas de: WORLD FASHION. **Trama Afetiva da Fundação Hermann Hering**. Site citado.

³³⁸ CASA CLAUDIA. Projeto TRAMA AFETIVA incentiva a criação de produtos de design com resíduos têxteis. **Casa Claudia**, São Paulo, 21 dez. 2016. Disponível em: <https://casaclaudia.abril.com.br/moveis-acessorios/projeto-trama-afetiva-incentiva-a-criacao-de-produtos-de-design-com-residuos-texteis/>. Acesso em: 15 out. 2021.

moda do país. Tanto no contexto citadino cosmopolita da capital paulista³³⁹, quanto no campo de produção da moda, muito provavelmente uma identidade étnica de base localizada ou exclusiva dificilmente encontraria lugar.

Nesse sentido, pode-se afirmar que, de uma empresa que em seus primórdios produzia camisas-de-meia rústicas destinadas a uma população social e espacialmente determinada – formada por colonos, de origem imigrante e que habitava o meio rural – a Hering projeta atualmente a sua imagem pública como uma empresa de moda, isto é, uma companhia de varejo – com modelo de negócio orientado ao fortalecimento e à promoção de marcas –, alinhada às demandas de consumo e às tendências mais modernas do mercado. Assim, as iniciativas da Fundação Hermann Hering visam promover uma empresa e uma marca que se pretendem dotadas de projeção nacional – e até mesmo internacional –, com acesso a grupos sociais e segmentos de consumo variados. Para a produção dessa imagem sobre a empresa, o discurso dominante no universo corporativo – que enfoca aspectos como a diversidade, a representatividade e a sustentabilidade – mostra-se um recurso social de primeira ordem.

3.11 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O alto nível de profissionalização e a magnitude do investimento no Museu Hering, possibilitados pelo próprio porte empresarial da Cia. Hering, demonstram a importância atribuída à questão da memória por parte da empresa. A relevância atribuída à memória não se explica apenas pelo capital simbólico que agrega à Cia. Hering, mas também pela convertibilidade de tal capital em dividendos de natureza econômica. Ainda que não possa ser reduzido a uma mera estratégia de *marketing*, o Museu Hering serve, indubitavelmente, à promoção da empresa e das marcas da Cia. Hering, sendo, portanto, uma iniciativa com elevado potencial de lucratividade econômica.

O Museu Hering é uma das iniciativas levadas a cabo pela Fundação Hermann Hering, órgão de “responsabilidade social” da Cia. Hering, que tem como principal finalidade a promoção de uma imagem positiva da empresa no mercado e entre os seus consumidores. O

³³⁹ Sabe-se que a quinta e a sexta geração da família Hering a comandarem a empresa possuem uma relação estreita com a cidade de São Paulo. Fabio Hering nasceu e desenvolveu boa parte da sua trajetória na cidade; seu filho, Thiago Hering, é formado em direito pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo. Desse modo, é possível aventarmos a hipótese de que a inexistência de uma conexão mais pessoal e íntima com o contexto de Blumenau por parte dos últimos presidentes da Companhia Hering seja um fator contributivo à ausência de ênfase no aspecto étnico constatada nas iniciativas promovidas pela instituição.

Museu, assim, está alinhado à reorientação estratégica da Cia. Hering desenrolada a partir de meados da década de 1990, quando uma empresa até então caracterizada por sua identidade industrial executou a desverticalização de seu processo produtivo, passando a se apresentar como uma varejista e a investir fortemente na promoção e no fortalecimento das suas marcas.

Nesse sentido, podemos considerar o Museu Hering como um caso dentre o conjunto de iniciativas empresariais que começaram a ser desenvolvidas no Brasil a partir da década de 1990, sob a égide do ideário neoliberal, que atribui um papel às empresas em áreas de atuação até então exclusivas ao Estado – como a cultura, a educação e a memória. A partir desse período, com a importação da noção de responsabilidade social corporativa ao contexto brasileiro, os grupos empresariais passaram a considerar a imagem pública da empresa e das suas marcas como um ativo econômico de primeira ordem. Desse modo, pode-se afirmar que a própria disseminação do investimento em memória empresarial característico de nossa época tem como um dos fatores explicativos a difusão do ideário da responsabilidade social, estratégia empresarial que visa agregar valor a uma marca e produzir lucratividade e rendimentos econômicos por meio da autovalorização simbólica das empresas.

A memória – seja por intermédio do Museu Hering, seja por meio das publicações comemorativas da história da empresa – serve como um mecanismo de promoção do “legado” da Cia. Hering, isto é, das realizações pertinentes à história particular da empresa e da família Hering que são projetadas a um nível de relevância pública, passando a “fazer parte da história do país”. De modo especial, como vimos, a um objeto banal e utilitário como a camiseta é agregado um elevado valor simbólico, o que auxilia a demarcar a contribuição da Cia. Hering ao vestuário no Brasil e a presença destacada da Companhia ao longo da história de evolução da moda no país.

É interessante pontuar que, para a promoção da empresa e para a consagração social de suas marcas – isto é, para a disseminação de uma representação pública, elogiosa e laudatória que visa à legitimação da Cia. Hering –, a delimitação e a alimentação de seu “legado histórico” no campo da moda, bem como a incorporação do “discurso da diversidade”, representam recursos considerados potencialmente mais valiosos do que o acionamento de uma identidade de base étnica – fato especialmente relevante quando consideramos o longo histórico de investimento em germanidade por parte do grupo familiar. Em outras palavras, o pioneirismo na confecção de uma peça de indumentária característica da “identidade brasileira” (a camiseta), bem como o desenvolvimento de produtos e de iniciativas sociais de natureza pluralista e voltadas à promoção da “diversidade cultural”, apresentam-se como recursos simbólicos economicamente mais valiosos a uma empresa com projeção e pretensões nacionais,

do que a vinculação da sua história a uma forma de identidade única e exclusiva, isto é, a etnicidade teuto-brasileira.

Não desprezível, ainda, é o fato de a ênfase na história da moda e da industrialização e a promoção do ideário do empreendedorismo representarem a possibilidade do Museu Hering de produzir uma narrativa específica e distintiva no contexto do espaço de instituições museais da cidade de Blumenau, onde a etnicidade germânica constitui-se como imagem representativa do lugar dominante. No caso da Hering, o Museu serve também a outro objetivo de extrema importância, a saber, a demarcação da propriedade simbólica da família sobre a empresa em um contexto de perda do controle acionário exclusivo do grupo empresarial. Por extensão, a associação operada pelo Museu Hering entre família e empresa constitui simultaneamente uma vinculação da empresa ao seu contexto socioespacial de origem, a cidade de Blumenau – isto é, a Cia. Hering foi criada pela família Hering, que tem a sua trajetória ligada à história de Blumenau –, o que auxilia a compreender a reincidência – ainda que de modo não enfático ou deliberado – do aspecto étnico no espaço do Museu.

Tais constatações nos apontam para a influência do contexto socioespacial em que as atividades da Fundação Hermann Hering e da Cia. Hering são desenvolvidas, sugerindo ainda uma possível influência de elementos de ordem geracional. Desde a sua fundação, em 1880, até o fim do século XX, as quatro primeiras gerações da família Hering a comandarem a empresa possuíam uma relação e uma trajetória intimamente ligada ao contexto de Blumenau. A partir de meados da década de 1990, a direção da empresa passou a ser exercida pela quinta geração e, a partir do início da década de 2020 – após a venda da Cia. Hering a outro grupo empresarial –, pela sexta geração, ligadas a outro ramo do tronco familiar. Os representantes das gerações mais recentes da família possuem uma trajetória desenvolvida, sobretudo, no contexto da cidade de São Paulo.

Assim, podemos constatar, *grosso modo*, a existência de dois grandes grupos geracionais no contexto da família Hering: de um lado, as gerações mais antigas, ligadas ao contexto do Vale do Itajaí, para as quais a germanidade representa um aspecto significativo e de valor³⁴⁰; e, de outro, as gerações mais novas, criadas no contexto mais cosmopolita de São

³⁴⁰ Ingo Hering, que é referido como o principal responsável pela idealização do Museu Hering, foi um notório germanista que, como vimos, chegou a defender a etnicidade teuto-brasileira textualmente, no contexto das publicações da Federação 25 de Julho.

Paulo e ligadas ao meio empresarial paulistano³⁴¹, para as quais importa sobretudo o alinhamento às tendências de mercado empresarialmente mais lucrativas.

Por consequência, a imagem pública veiculada pela Hering parece estar clivada por um embate entre duas tendências: a primeira, que mobiliza o Museu Hering como um meio de atestar e garantir a propriedade simbólica da família sobre a empresa – o que, por extensão, acaba por demarcar o seu contexto socioespacial de origem, que é caracterizado por um imaginário predominantemente étnico; e uma segunda tendência, que enfoca a ligação da Hering com a “identidade brasileira” –, reafirmando a projeção e as pretensões nacionais da empresa – e que promove, ademais, um perfil empresarial caracterizado pelo discurso da “diversidade social”. Ainda que, como foi argumentado, aspectos que remetem à etnicidade acabem por inevitavelmente reincidir sobre as narrativas e os recursos expositivos veiculados no Museu Hering, ao que tudo indica, a segunda tendência sagrou-se vitoriosa, exercendo uma influência dominante nas representações públicas que a Cia. Hering produz e dissemina sobre si mesma.

³⁴¹ Certamente, não se trata apenas de uma influência do contexto socioespacial, mas também da própria tendência assimilativa experienciada pelos grupos familiares de origem imigrante ao longo do tempo. Isto é, tendencialmente, quanto mais recente a geração familiar, mais distante ela se encontra da origem étnica.

4 WALDEMAR RICHTER E A PEQUENA ALEMANHA FANTÁSTICA

Apesar do investimento na esfera da memória levado a cabo por Waldemar Richter e sua família possuir características similares ao que foi verificado nas duas instituições de memória analisadas previamente, é mister que se explicita uma vez mais as diferenças em termos das propriedades sociais constitutivas desse agente e de sua trajetória. Se os personagens cuja memorialização foi submetida à análise nos capítulos precedentes são empresários *par excellence* – ainda que suas trajetórias envolvam investimentos em outras esferas sociais, sobretudo a da política –, Waldemar Richter é essencialmente um político e intelectual³⁴².

A sua inclusão para análise nesta tese se justifica, não obstante, por um conjunto de razões. Em primeiro lugar, ao identificar a singularidade e a amplitude de seus múltiplos agenciamentos nos domínios da memória e da etnicidade, despertou-se neste pesquisador uma inescapável e inelutável curiosidade sociológica. Em segundo lugar – e mais importante do ponto de vista científico, em termos de delimitação do objeto empírico –, o investimento de Waldemar Richter nos campos da memória e da etnicidade, executado a partir de sua inserção nos campos político e intelectual, é regido por uma lógica similar àquela que orienta as práticas e os discursos empresariais do Richter Gruppe – grupo empresarial de propriedade dos seus filhos. Em terceiro lugar, a trajetória de Waldemar Richter permite analisar, de modo exemplar, a construção do espaço e a produção de imagens representativas sobre um “lugar” com base em critérios étnicos e mnemônicos. Em quarto lugar, a trajetória e os agenciamentos de Waldemar Richter permitem captar as dinâmicas e a atuação de um membro das elites políticas locais nas esferas da memória e da etnicidade – ao contrário dos processos de ordem regional (em termos políticos) e nacional (em termos econômicos) da Hering, e das dinâmicas de natureza estadual (em termos econômicos e políticos) da Hoepcke. Por fim, considerar a família Richter e a cidade de Forquethina nos permite adentrar ao contexto sul-rio-grandense em que, como foi apontado, os investimentos em memorialização a partir de museus privados, familiares e empresariais mostram-se mais restritos quando comparados ao contexto catarinense.

³⁴² “Intelectual”, no sentido definido por Sapiro (2012), ou seja, o conjunto de produtores culturais que realizam intervenções no espaço público.

4.1 NOTAS ETNOGRÁFICAS PRELIMINARES

Conheci Waldemar Richter e seu filho mais novo, Günter Heinz Richter, em maio de 2019, durante o *XIV Seminário Nacional de Pesquisadores da História das Comunidades Teuto-Brasileiras*, ocorrido na cidade de Taquara (RS). Richter participava do evento, promovido pela Associação Nacional de Pesquisadores da História das Comunidades Teuto-Brasileiras (ANPHCTB), pois receberia uma homenagem da entidade organizadora do evento em função de sua atuação em prol da fundação da Associação, da qual foi o primeiro presidente.

Além de ter por objetivo dar visibilidade às pesquisas que tenho desenvolvido, a minha participação nesse evento – como em muitos outros nos últimos anos – teve por finalidade conversar com pesquisadores e especialistas gaúchos na temática da germanidade, visando identificar alguma instituição de memória das elites empresariais “alemãs” que estivesse localizada no Rio Grande do Sul.

Naquele momento da pesquisa, em virtude da dificuldade de identificação de instituições de memória das elites “alemãs” localizadas no território gaúcho, eu estava passando a acreditar na sua completa inexistência. Conversando com alguns pesquisadores durante o evento, foi-me indicado o nome do pesquisador Marcos Witt, para que eu inquirisse a respeito das instituições de memória. Witt, por sua vez, indicou-me o nome de Waldemar Richter. A indicação se justificava pelo fato de Richter ter amplo conhecimento sobre a história dos alemães no contexto sul-rio-grandense.

Desta feita, apresentei-me ao Sr. Waldemar, explicando a proposta da pesquisa e seus objetivos, expondo também as características das instituições que eu pretendia analisar. Sua resposta foi negativa; isto é, ele desconhecia instituições desse tipo. Conversamos um pouco mais; assim, pude explicar a minha pesquisa em maiores detalhes. Então, Richter respondeu algo como: “Olha, tem a nossa entidade, mas nós somos pequenos”. Ele referia-se ao Richter’s Hof. Em seguida, entregou-me um livreto de divulgação da cidade de Forquetinha – em que constavam também informações sobre a instituição de memória –, intitulado *So schön ist Forquetinha / Forquetinha: Joia Germânica*, elaborado pela empresa da sua família, o Richter Gruppe (RICHTER GRUPPE, 2017).

A reação de Richter não é incomum. É recorrente ao sociólogo das elites deparar-se com agentes sociais que não se consideram membros das “elites”, usualmente compreendidas enquanto um grupo extremamente poderoso e rico. Tal concepção de “elite”, vigente no senso comum, via de regra ignora as elites em contextos locais ou as elites não-econômicas, bem como os fatores de escala para a definição de uma elite, além das possíveis definições de “elite”

em sentido estrutural – ao invés da “elite” enquanto uma posição de classe (cf. VOIGT, 2021c). Ainda que, se comparado às empresas Hering e Hoepcke, o Richter Gruppe seja, de fato, “pequeno” – isto é, seja uma empresa de porte muito menor –, tal fato não implica que Waldemar Richter não ocupe uma posição de elite – nas esferas política, intelectual e econômica – considerando o contexto local do seu município e região.

Folheando o livreto que recebi de Richter, fiquei ao mesmo tempo surpreso e encantado, tanto com a cidade de Forquetinha quanto com a instituição de memória da família, o Richter’s Hof. E, especialmente, fiquei entusiasmado com a possibilidade de talvez ter, finalmente, encontrado uma instituição de memória das elites “alemãs” no Rio Grande do Sul. O Sr. Waldemar despediu-se de mim, colocando-me em interação com o seu filho, Günter. Conversamos durante um bom tempo durante o evento. Günter forneceu-me detalhes sobre a história e a trajetória do seu pai, bem como informações acerca do Richter’s Hof.

Foi combinado que este pesquisador daria retorno a Günter após analisar a instituição em maiores detalhes, refletindo com mais calma sobre a sua adequação à pesquisa. Tendo confirmado a sua adequação ao objeto em análise nesta tese, o retorno foi feito após alguns dias, por meio do aplicativo de mensagens *WhatsApp*. Nesse contato, obtive o aceite de Günter para incluir o Richter’s Hof às instituições analisadas na pesquisa, bem como a garantia de acesso à instituição, além da possibilidade de uma entrevista com seu pai.

Alguns meses mais tarde, agendei com Günter uma visita às cidades de Forquetinha e Lajeado. Na manhã de 5 de dezembro de 2019, saí de Porto Alegre em direção a Lajeado. Chegando à cidade, fui recebido com muita hospitalidade pela família Richter. Günter Richter buscou-me na rodoviária da cidade, levando-me ao encontro de seu pai, no *Memorial Pioneiros de Conventos*, localizado na área conhecida por Conventos, em Lajeado³⁴³. A partir desse momento, Waldemar assumiria o papel de guia da minha visita.

É importante destacar que Waldemar e seu filho Günter planejaram um roteiro de lugares históricos para que eu conhecesse durante minha visita às cidades. Waldemar, que não estava exercendo cargo público no momento, foi um anfitrião e representante semioficial das cidades de Lajeado e Forquetinha – papel reforçado pelo fato de, em nossas andanças pela região, Richter ser reconhecido e saudado por transeuntes.

Permaneci na localidade por dois dias. Ainda que a entrevista formalmente conduzida com Waldemar Richter tenha durado pouco menos de duas horas, pode-se afirmar que o campo de pesquisa se baseou na realização de uma entrevista prolongada e exaustiva – entrevista

³⁴³ Discutirei esse memorial em detalhes, na última seção deste capítulo.

compreendida como uma relação social entre um pesquisador que visa obter informações junto a um sujeito de pesquisa –, constituída por uma interlocução ininterrupta desenrolada ao longo de dois dias, durante visitas a sítios históricos e monumentos, bem como em interações mais informais, como almoços e cafés. Richter falou, de modo abrangente, sobre política, cultura e história dos imigrantes alemães na região.

O campo de pesquisa baseou-se também em algo que poderíamos denominar como “etnografia de espaços”, ou etnografia de lugares de memória, consistindo em visitas e incursões etnográficas intensas e em profundidade a um conjunto de espaços públicos voltados à definição e à promoção da memória. Para registro e reflexão sobre essa etnografia, elaborei notas de campo, que embasam as notas etnográficas apresentadas nesta seção e em demais partes do capítulo. Produzi, também, cerca de quatro centenas de fotografias³⁴⁴.

Após a visita ao Memorial Pioneiros de Conventos, Waldemar guiou-me a dois cemitérios históricos localizados na região de Conventos: primeiro, o cemitério luterano e, em seguida, o católico. No cemitério católico estão enterrados os antepassados de Richter. O cemitério fica ao lado do chamado “Lote 23”, que havia sido de propriedade de seu tataravô e antepassado imigrante, Johann Kaspar Richter. Caminhando pelo cemitério, chegamos à sepultura de Johann Kaspar.

Richter reconstruiu a sepultura de seu antepassado, dispendendo recursos para a elaboração de lápides em pedra bastante sofisticadas. Deste modo, a sepultura foi transformada propriamente em um monumento histórico, enfatizando seu caráter de “lugar de memória”. Além de celebrar o bicentenário de nascimento de Johann Kaspar, em 2017, o monumento faz alusão aos 150 anos da colonização de Conventos, em 2008, o que demonstra o esforço em transformar a trajetória de seu antepassado em uma trajetória historicamente relevante para a localidade em que a mesma se desenvolveu.

Ademais, o monumento traz informações históricas sobre a imigração da família e sobre os seus descendentes, além de desenhos estilizados de habitações que foram ocupadas pelo imigrante Johann Kaspar ao longo de sua trajetória – tanto no território alemão como no Brasil. A sepultura faz menção ainda a uma passagem bíblica, que demonstra o esforço de consagração social implicado no monumento: “Ricos em virtude, sua posteridade e sua glória jamais se apagarão” (Eclesiástico 44: 6, 13). A ênfase na transmissão familiar de valores e a afirmação da etnicidade – compreendida enquanto atributos diferenciadores do grupo, ligados à sua

³⁴⁴ Especialmente em Forquetinha, município com uma população bastante reduzida, a produção sistemática de fotografias que realizei despertou curiosidade nos populares.

origem – se expressam em outra frase presente no monumento: “Von Generation zu Generation mit Glauben - Arbeit - Einigkeit”³⁴⁵.

Imagem 18 – Fotografia da sepultura de Johann Kaspar Richter, tataravô de Waldemar Richter.



Fonte: Elaborada pelo autor, 2019.

A visita aos cemitérios e, de modo especial, a monumentalização da sepultura do antepassado de Richter, mostram-se extremamente interessantes à análise. Tal monumento permitiu a este pesquisador captar pela primeira vez alguns dos traços definidores do investimento de Richter nos domínios da memória e da etnicidade. Isto é, trata-se de um investimento voltado à materialização e à espacialização da história e da memória sobre os antepassados e a imigração alemã. Dito de outro modo, as ações de Richter têm por finalidade tornar a história e a memória visíveis, palpáveis e materializadas no espaço público. Ao mesmo tempo, tal procedimento envolve a construção e a promoção de imagens e narrativas representativas sobre o espaço e o “lugar”, ancoradas em critérios mnemônicos e étnicos.

³⁴⁵ “De geração a geração, com fé - trabalho - união”.

4.2 NIE GEDACHT: A TRAJETÓRIA IMPENSADA DE WALDEMAR RICHTER

Nie Gedacht (“Nunca Pensei”) é o título de uma série de livros de autoria de Waldemar Richter, resultado de uma extensa e prolongada pesquisa genealógica sobre grupos familiares de origem imigrante assentados na região de Forquetinha³⁴⁶. Embora a série de publicações envolva uma pesquisa sobre um amplo conjunto de famílias, pode-se constatar um forte componente autobiográfico no projeto, que se expressa no próprio título e que, ademais, é reconhecido pelo autor na apresentação da obra: “A obra *Nie Gedacht* – Nunca Pensei –, [...] é um marco histórico e está intimamente ligada com a trajetória da minha vida, já que a minha própria história está relacionada com ela” (RICHTER, 2019, p. 20).

É extremamente interessante que, ao justificar o título da obra, Richter evoque a sua própria trajetória. Na apresentação da obra, Richter elenca um conjunto de acontecimentos imprevistos em sua vida. A construção textual é interessante em seu aspecto formal e estilístico, na medida em que a expressão *Nie Gedacht* é um mecanismo constantemente repetido e acionado para a exposição das memórias sobre os feitos do autor e para o desenvolvimento de seus argumentos. Richter afirma que nunca havia pensado poder contribuir com a sua terra de origem e sua história. Além disso, nunca havia imaginado que Forquetinha fosse se tornar um município ou mesmo que fosse escrever livros sobre a história local. Ademais, nas próprias palavras do autor: “Nunca pensei que pudesse ter a oportunidade de ser escolhido como primeiro prefeito do novo município de Forquetinha, eleito com ampla vontade popular” (RICHTER, 2019, p. 21).

A expressão *Nie Gedacht*, categoria recorrentemente mobilizada por Richter também em sua própria narrativa autobiográfica, relatada ao pesquisador por meio da história oral (entrevista)³⁴⁷, parece-me profícua para enquadrar e refletir sobre a trajetória do agente. A expressão comporta inerentemente uma dimensão autorreflexiva e autobiográfica, denotando o

³⁴⁶ Mais especificamente, a coletânea se dedica a “imigrantes alemães homenageados com nomes de ruas em Forquetinha”, conforme consta no subtítulo da obra (RICHTER, 2019). De acordo com Richter, seu objetivo é publicar cinquenta livros sobre famílias de origem alemã, baseados em pesquisas genealógicas que vem realizando há algumas décadas. À época da realização da pesquisa com Waldemar, em dezembro de 2019, haviam sido publicados dois livros, um sobre a família Kremer, outro sobre a família Bauer. Para um registro na imprensa sobre o projeto genealógico e bibliográfico de Richter, ver: ASSUNÇÃO, Alício de. O homem que pretende publicar 50 livros sobre a colonização alemã no Vale do Taquari. **GaúchaZH**, 9 out. 2019. GZH Almanaque. Disponível em: <https://gauchazh.clicrbs.com.br/cultura-e-lazer/almanaque/noticia/2019/10/o-homem-que-pretende-publicar-50-livros-sobre-a-colonizacao-alema-no-vale-do-taquari-ck1jpn72104kv01r2dry58ip.html>. Acesso em: 20 fev. 2021.

³⁴⁷ Segundo Richter, há um historiador escrevendo a sua biografia no momento.

olhar retrospectivo do agente sobre a sua própria experiência, trajetória e ações. Assim, a expressão é fortuita por chamar a atenção para a dimensão “ilusional” do relato autobiográfico (BOURDIEU, 2006), isto é, a produção *ex post facto* de coerência e de linearidade para as trajetórias de vida, que possuem uma natureza eminentemente acidental e truncada, marcada por bloqueios, reconversões, redirecionamentos e desvios. Para empregarmos os termos de Bourdieu (1996b, p. 146), ao reconstituir trajetórias, o pesquisador deve estar atento para não transformar o “trajeto” em um “projeto”. Dito de outra forma, o pesquisador deve estar consciente e vigilante ao fato de que os acontecimentos na vida de um agente não são resultado de um grande plano estabelecido num momento particular de sua trajetória; tais acontecimentos são, ao contrário, contingentes e impremeditados.

Waldemar Laurido Richter nasceu em 27 de maio de 1948, em uma pequena comunidade denominada Neu Deutschland (ou Araguari, nome nacionalizado), pertencente ao atual município de Forquethinha (RS)³⁴⁸. Integra a sexta geração da família Richter no Brasil. É o primogênito de José Urbano Richter e Selmira (Doebber) Richter, possuindo uma irmã. José Urbano era o primogênito de João Balduíno Richter (avô de Waldemar). Por sua vez, João Balduíno era o primogênito de Wilhelm Richter (bisavô de Waldemar). Wilhelm era o terceiro filho do trisavô de Waldemar, Franz Richter – esse último nascido na Alemanha, em 1850, primogênito. O tetravô (ou tataravô) de Waldemar, pai de Franz, Johann Kaspar Richter (1817-1880), emigrou de Hamburg, chegando a Porto Alegre em outubro de 1858, com sua esposa e três filhos. No Rio Grande do Sul, o casal teve mais cinco filhos. Johann Kaspar assentou-se na região conhecida como Conventos, berço da colonização da região de Lajeado. Seu filho Franz, em 1875, dirigiu-se ao território que atualmente integra o município de Forquethinha. Johann Kaspar era natural de Weyhers, à época pertencente à Baviera e, atualmente, integrante do estado de Hessen (RICHTER, 1998).

A família constituía-se basicamente de colonos, ou seja, agricultores. Como é bastante característico nas áreas de colonização alemã, tais imigrantes e colonos desenvolviam também

³⁴⁸ A reconstituição da trajetória de Waldemar Richter baseou-se em um conjunto diversificado de fontes e publicações, dentre as quais deve-se mencionar, especialmente: a entrevista que realizei em dezembro de 2019, o “currículo do autor” publicado em um de seus livros (RICHTER, 2019) – currículo sistematicamente reproduzido e atualizado em suas obras –, o currículo de Richter disponível no livreto *So schön ist Forquethinha* (RICHTER GRUPPE, 2017) e, por fim, o livro que Waldemar escreveu sobre a família Richter (RICHTER, 1998).

atividades paralelas e complementares. Segundo Waldemar, seu antepassado imigrante Johann Kasper possuía o ofício de marceneiro, carpinteiro e mestre de obras. Na região de Conventos, construiu um salão de baile em sua residência, além de dedicar-se à fabricação de vinhos. Seu trisavô, Franz, além das funções de colono, dedicava-se ao reparo de armas e à fabricação de relógios³⁴⁹.

Waldemar Richter casou-se com Olinda Pozzebon (de origem étnica italiana), com quem possui quatro filhos: Paulo César, José Paulo, Luís Carlos e Günter Heinz. A família Richter emigrou da Alemanha confessando a religião católica. No Brasil, membros da família converteram-se ao luteranismo – sendo essa a primeira religião professada por Waldemar. Ao casar com Olinda, de origem étnica italiana e com familiares ligados ao clero católico (padres), converteu-se ao catolicismo.

Richter realizou seus estudos primários e, posteriormente, um supletivo para o curso ginásial. Iniciou sua carreira profissional como professor municipal, em 1966, aos dezessete anos de idade, lecionando para turmas de ensino primário, ministrando aulas de história e língua alemã³⁵⁰. Waldemar realizou o supletivo de segundo grau e, em seguida, prestou vestibular, ingressando no curso de Licenciatura em Estudos Sociais da Universidade do Vale do Taquari (UNIVATES), em Lajeado (RS). Mais tarde, concluiu também o curso de Licenciatura Plena em História, na Universidade de Caxias do Sul (UCS), em Caxias do Sul (RS).

Ao passar no vestibular, Waldemar Richter foi convidado pelo então prefeito municipal de Lajeado, Alípio Hüffner (gestão 1973-1976), da Aliança Renovadora Nacional (ARENA), para ser supervisor de ensino (cargo equivalente ao de “diretor de escola”), à época em que o sistema de ensino dos distritos de Lajeado estava sendo submetido a um processo de nucleação. Com o trabalho como professor e supervisor de ensino, Richter começa a tornar-se conhecido na localidade.

Assim, para as eleições de 1976, foi recrutado pelo prefeito para concorrer ao cargo de vereador, tendo sido eleito pela ARENA como primeiro suplente (mandato de 1977-1982)³⁵¹, assumindo o mandato ocasionalmente. Na esfera da política, Richter possui uma longa trajetória. Nas eleições de 1982, elegeu-se vereador pelo Partido Democrático Social (PDS) –

³⁴⁹ RICHTER, Waldemar Laurido. [2019]. Entrevista concedida a Lucas Voigt. Forquetinha, 5 dez. 2019. 2 arquivos .mp3 (1h44min).

³⁵⁰ Richter é falante do idioma alemão e do dialeto *Hunsrückisch*.

³⁵¹ TRIBUNAL REGIONAL ELEITORAL-RS. **Memorial da Justiça Eleitoral Gaúcha**. Lajeado – Resultados eleições municipais 1976. Disponível em: <https://www.justicaeleitoral.jus.br/arquivos/trs-municipais-1976-lajeado>. Acesso em: 15 fev. 2021.

o segundo mais votado –, exercendo mandato no período de 1983-1988³⁵². Nas eleições de 1988, elegeu-se pelo PDS para o mandato de 1989-1992³⁵³. Foi eleito ainda para mais dois mandatos de vereança (1993-1996 e 1997-2000), pelo PDS e pelo Partido Progressista Brasileiro (PPB), respectivamente³⁵⁴. Entre 1997-2000, licenciou-se do cargo de vereador para assumir a Secretaria de Cultura e Turismo de Lajeado, na gestão do prefeito Cláudio Pedro Schumacher, do PPB.

Richter foi também o coordenador da Comissão de Emancipação de Forquethinha, tendo sido eleito seu primeiro prefeito (2001-2004), pelo PPB. Nas eleições de 2004, perdeu o pleito em que disputava a reeleição para o candidato do PMDB, por uma diferença de 93 votos³⁵⁵. Na entrevista concedida a este pesquisador, Waldemar justificou a derrota em função das “medidas antipáticas” que adotou, como o plano diretor e o planejamento urbano da cidade. Não obstante, Richter retornou à prefeitura para mais dois mandatos, eleito pelo Partido Progressista (PP)³⁵⁶ para o período de 2009 a 2012 – vencendo no pleito de 2008 o mesmo candidato do PMDB que o havia derrotado na eleição anterior, por dez votos³⁵⁷ – e de 2013 a 2016³⁵⁸.

Nos últimos anos, desfilou-se do PP, por divergências com o atual prefeito, que havia sido vice-prefeito na sua última gestão. É relevante ressaltar que a sua aposentadoria no campo da política certamente está relacionada à centralidade que a pesquisa genealógica e a escrita de livros adquiriram na trajetória do agente nos últimos anos.

Os resultados das eleições municipais em Forquethinha desde 2000 (ano da emancipação), com vitórias com uma margem extremamente reduzida de votos, sugerem a existência de uma divisão da cidade em dois grupos políticos, expressa pela oposição entre, de um lado, o PP e, de outro, o PMDB (Partido do Movimento Democrático Brasileiro) e o PTB

³⁵² TRIBUNAL REGIONAL ELEITORAL-RS. **Memorial da Justiça Eleitoral Gaúcha**. Lajeado – Resultados eleições municipais 1982. Disponível em: <https://www.justicaeleitoral.jus.br/arquivos/tre-rs-municipais1982-lajeado/>. Acesso em: 15 fev. 2021.

³⁵³ TRIBUNAL REGIONAL ELEITORAL-RS. **Memorial da Justiça Eleitoral Gaúcha**. Lajeado – Resultados eleições municipais 1988. Disponível em: <https://www.justicaeleitoral.jus.br/arquivos/tre-rs-municipais1988-lajeado/>. Acesso em: 15 fev. 2021.

³⁵⁴ TRIBUNAL REGIONAL ELEITORAL-RS. **Resultados das eleições**. Disponível em: <https://www.tre-rs.jus.br/eleicoes/resultados-das-eleicoes>. Acesso em: 15 fev. 2021.

³⁵⁵ TRIBUNAL REGIONAL ELEITORAL-RS. **Eleições municipais 2004 1º turno**: Forquethinha. Disponível em: <https://capa.tre-rs.jus.br/eleicoes/2004/1t/voto/RS89222.htm>. Acesso em: 15 fev. 2021.

³⁵⁶ Richter, filiado originalmente à ARENA, manteve-se no mesmo espectro político, permanecendo filiado aos sucessivos partidos políticos que se desdobraram da ARENA: PDS, PPB e PP.

³⁵⁷ TRIBUNAL REGIONAL ELEITORAL-RS. **Eleições 2008**: Forquethinha. Disponível em: <http://capa.tre-rs.jus.br/eleicoes/2008/1turno/RS89222.html>. Acesso em: 15 fev. 2021.

³⁵⁸ TRIBUNAL REGIONAL ELEITORAL-RS. **Eleições 2012**: Forquethinha. Disponível em: <http://capa.tre-rs.jus.br/eleicoes/2012/1turno/RS89222.html>. Acesso em: 15 fev. 2021.

(Partido Trabalhista Brasileiro). As principais críticas direcionadas a Richter por parte de seus opositores relacionam-se aos gastos envolvidos com a construção dos prédios públicos e, especialmente, com os impactos que o ordenamento territorial da cidade e seu arruamento tiveram em propriedades particulares.

Richter possui circulação internacional, tendo se dirigido à Alemanha para a realização de cursos de curta duração em “Língua e Cultura Alemã” em distintas unidades do Goethe Institut. Ademais, deve-se mencionar as viagens à Alemanha que realizou enquanto ocupava cargos políticos – conjuntamente a outros prefeitos da região, que realizaram viagens de estudos com o intuito de obter informações sobre a infraestrutura e os serviços públicos disponibilizados por cidades alemãs –, além de viagens executadas com finalidades especificamente turísticas.

Na esfera intelectual, deve-se salientar a atuação destacada de Richter para a fundação da Associação Nacional de Pesquisadores da História das Comunidades Teuto-Brasileiras (ANPHCTB), em 1997, da qual foi o primeiro presidente. A ANPHCTB é uma importante entidade agremiadora de historiadores e demais pesquisadores interessados na temática da imigração e da colonização alemãs – radicados especialmente nos estados do Rio Grande do Sul e de Santa Catarina –, e que promove bianualmente seminários de pesquisa. Ademais, entre 2001 e 2004, Richter foi membro do Conselho Superior Administrativo da UNIVATES – agenciamento que se intersecciona entre as esferas intelectual e política.

Além da organização dos anais dos primeiros encontros da ANPHCTB, à época em que ocupava a presidência da entidade, deve-se registrar a extensa produção escrita de Richter nos campos da genealogia e da história, na forma de livros (RICHTER 1998, 2006, 2019; RICHTER & SCHMIDT, 2018) e revistas (RICHTER, 1991)³⁵⁹. Os livros foram publicados no formato de “edição do autor”, e alguns são bilíngues – como é o caso, por exemplo, de Richter (1998). As publicações de Richter podem ser compreendidas como um investimento em memória e etnicidade, dando forte ênfase às “raízes” e às “origens” de famílias e sobrenomes, registrando fatos históricos com o objetivo de “salvá-los do esquecimento” (RICHTER, 2006, p. 9). É interessante ressaltar que, de modo recorrente, as publicações de Richter – especialmente aquelas que tratam da história de grupos familiares – estimulam e convocam os membros da referida família a darem prosseguimento à pesquisa e preencheram eventuais lacunas encontradas. Ademais, as obras estimulam a realização de encontros e reuniões de famílias (RICHTER, 2019, p. 30).

³⁵⁹ Grande parte da sua produção bibliográfica foi gentilmente presenteada por Richter a este pesquisador.

Na esfera propriamente cultural, algumas das iniciativas de Waldemar Richter a serem mencionadas são: o envolvimento com a fundação de grupos folclóricos e a promoção de encontros de grupos e festivais de dança folclórica³⁶⁰; a atuação na idealização e na coordenação das três primeiras edições do *Volkstanzfest* de Lajeado; a organização de desfiles comemorativos municipais (como o desfile do centenário de emancipação política de Lajeado, em 1991); a fundação do Centro de Cultura Alemã de Lajeado, em 1992, da qual foi o primeiro presidente e a apresentação de um projeto piloto para a implantação do ensino de língua alemã nas escolas do município de Lajeado³⁶¹.

Como se pode constatar, Waldemar Richter possui inserção nas esferas da política e da produção intelectual e cultural. Em outras palavras, podemos definir Richter como um agente multiposicionado, com atuação destacada nas esferas da política e da intelectualidade/cultura (ao passo que a sua família possui ainda uma inserção na esfera econômica). Essa multinotabilidade do agente em distintas esferas sociais irá se expressar na imbricação entre cultura e política verificada em seus agenciamentos. Dito de outro modo, a intersecção entre as esferas da política e da produção intelectual e cultural verificada em sua trajetória terá expressão em muitas das suas ações voltadas à promoção da cultura germânica, executadas enquanto ocupou cargos públicos³⁶².

De acordo com Richter, suas ações enquanto político sempre foram voltadas ao apoio de entidades e iniciativas culturais. Em tal contexto de imbricação entre política e cultura, uma das ações mais destacadas de Richter, à época em que ocupava o cargo de secretário de cultura e turismo de Lajeado (1997-2000), foi a idealização e a execução do projeto do Parque Histórico Municipal “Deutscher Kolonie Park”, inaugurado em 2002 e localizado no centro da cidade.

O projeto foi inspirado pelo bastante conhecido Parque Aldeia Imigrante de Nova Petrópolis (RS)³⁶³. O Parque Histórico Municipal de Lajeado consiste num espaço amplo, funcionando parte como parque natural, parte como parque histórico, com cerca de duas dezenas de edificações históricas em estilo enxaimel, que foram desmontadas de seus sítios originais e remontadas no interior do parque com a finalidade de preservação histórica. O

³⁶⁰ Richter chegou a formar um grupo de danças folclóricas familiar, o Deutsche Volkstanzgruppe Wilhelm Richter, em 1987 (RICHTER, 1998, p. 173). Sobre a questão do folclore “alemão” praticado no Brasil, ver a minha monografia prévia (VOIGT, 2018).

³⁶¹ De acordo com Richter, é a partir e concomitantemente a esse trabalho cultural que foi despertado o seu interesse pelo tema da história, o que o motivou a iniciar a realização de pesquisas históricas e de entrevistas genealógicas.

³⁶² Richter é bem relacionado com jornalistas locais, que realizam a publicação de notícias divulgando os projetos e as iniciativas que desenvolve.

³⁶³ No passado, o parque de Lajeado possuía um labirinto de plantas, cópia deliberada do parque de Nova Petrópolis (BALLER, 2008, p. 106). Atualmente, o labirinto não existe mais.

trabalho de transferência dos prédios se baseou em uma pesquisa prévia executada por Waldemar Richter (COLLISCHONN & RICHTER, 2000)³⁶⁴, que realizou um levantamento de casas enxaimel do município de Lajeado – inclusive os distritos de Forquetinha e Canudos do Vale, posteriormente emancipados. Segundo Richter, as casas provêm dos municípios de Lajeado, Forquetinha, Canudos do Vale, Santa Clara do Sul, Estrela e Imigrante.

O Deutscher Kolonie Park ganhou notoriedade por ter servido de cenário para a rodagem do filme *A Paixão de Jacobina*, do premiado cineasta carioca Fábio Barreto, que trata do episódio conhecido como Revolta dos Muckers. Mais importante, o parque é digno de consideração, haja vista que pode ser tomado como um ensaio para o trabalho que Richter desenvolverá posteriormente na construção do município de Forquetinha³⁶⁵.

Waldemar guiou-me até o parque, após nossa visita aos cemitérios, analisada anteriormente. Em dezembro de 2019, à época da visita ao parque, o mesmo encontrava-se em mau estado de conservação, com as casas-museus fechadas para a visitação, o que explica o fato de os espaços estarem bastante sujos e com a aparência de inutilização. A visita ao interior de tais edificações, acompanhada por um funcionário do parque que atuou como guia, só foi possível após o contato com a administração do parque, facilitado pela presença de Richter.

O parque é uma representação de uma comunidade alemã e das principais atividades econômicas desenvolvidas no contexto de uma colônia. As edificações representam ferraria, alfaiataria, fábrica de refrigerantes (gasosaria), banco, associação rural, residência do *Musterreiter* (caixeiro-viajante), moinho de água³⁶⁶, casas para moradia, salão comunitário de danças e espaço para práticas recreativas, casa para artesanato e casa para café colonial. Possui ainda carroça, ponte pênsil, lago, coreto e monumento às famílias pioneiras de Lajeado³⁶⁷.

³⁶⁴ A obra é assinada por Wolfgang Collischonn e pelo filho de Waldemar, Günter Richter.

³⁶⁵ Tema que será tratado na próxima seção.

³⁶⁶ É interessante pontuar que, segundo Richter, caso soubesse que iria emancipar e ser o prefeito de um novo município – um dos acontecimentos impensados (*Nie Gedacht*) em sua trajetória –, não teria levado o moinho de água histórico que estava originalmente localizado em Forquetinha até Lajeado.

³⁶⁷ Para apontamentos pormenorizados sobre o parque e suas edificações, apresentadas por fotografias individualizadas, ver: Baller (2008).

Imagem 19 – Fotografia do pórtico do Parque Histórico Municipal “Deutscher Kolonie Park”, de Lajeado.



Fonte: Elaborada pelo autor, 2019.

Imagem 20 – Fotografia do interior do Parque Histórico Municipal de Lajeado.



Fonte: Elaborada pelo autor, 2019.

A execução do projeto do Parque Histórico Municipal dependeu da articulação e do capital social de Waldemar Richter a partir de uma ampla mobilização de redes de relações nas esferas da economia (empresariado) e da política (prefeituras, Consulado Alemão e Ministério da Cultura). Em função dos recursos limitados aportados pela prefeitura de Lajeado ao projeto, Richter buscou apoio na iniciativa privada para a aquisição e a transferência dos prédios. Segundo Richter, a maior parte dos prédios foi adquirida junto a empresas e grupos familiares. É o caso do Museu da Fruki, em que houve a doação de um prédio de propriedade da empresa,

bem como o auxílio financeiro para a sua transferência. Procedimento semelhante se verificou com o Museu da Família Lohmann (de Teutônia) integrado ao parque, bem como com a doação de um prédio por parte da Cooperativa Sicredi. Constata-se também a doação de prédios por parte de prefeituras, como é o caso do município de Santa Clara do Sul. Ademais, houve ainda o apoio do Consulado Alemão para a transferência de um dos prédios. No que tange ao pórtico de entrada do parque, os recursos para a sua construção advieram do Ministério da Cultura, à época em que Francisco Weffort era o titular da pasta. Em entrevista, Richter menciona a dificuldade de obtenção de recursos junto ao Ministério em virtude da resistência ao projeto por parte do Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN), na medida em que o projeto do parque – que não é tombado – envolvia a transferência de arquitetura histórica de seu sítio original.

No tocante à questão da transferência de arquitetura histórica enxaimel, Nedel (2020) identifica um conflito similar no caso do Museu Nacional de Imigração e Colonização de Joinville. A casa enxaimel que integra o percurso do museu, inaugurada em 1980, foi transplantada para a área – e o projeto original envolvia a construção de uma casa nova, não histórica. A iniciativa, como se pode imaginar, enfrentou resistência por parte do IPHAN. De modo semelhante ao que foi identificação por Nedel (2020, p. 141) no caso do Museu Nacional de Imigração e Colonização de Joinville, o empreendimento de remontagem de prédios históricos enxaimel por parte de Richter não teria efeito na “autenticidade” das construções – em oposição direta às concepções oficiais do IPHAN –, haja vista que a concepção de patrimônio implicada diz respeito mais à técnica construtiva do que ao caráter histórico da edificação em si – isto é, suas condições e localização original³⁶⁸.

Especificamente no que se refere ao Museu da Fruki (“Sprudelfabrik” ou fábrica de bebida gaseificada) integrado ao Parque Histórico Municipal, pode-se afirmar que o mesmo possui as características comuns de um museu de história empresarial, com uma expografia que mobiliza o discurso do “empreendedorismo”. A Fruki, importante fabricante de bebidas e refrigerantes com sede em Lajeado, foi fundada por Emílio Kirst. A edificação cedida pela empresa, datada de 1922, constitui-se no prédio original da sua primeira fábrica. No interior do espaço, há uma linha do tempo com os fatos relevantes da história da empresa e da família de empresários (de 1924 até os anos 2000), ilustrada por fotografias da família e das atividades da

³⁶⁸ A remontagem e transplantação de casas enxaimel no contexto das áreas de colonização alemã não é um procedimento raro. Para outro exemplo, ver o segundo capítulo de Voigt (2017).

empresa. O museu expõe ainda parte do maquinário utilizado no trabalho industrial, como tanque para lavagem de garrafas, tampador de garrafas, arrolhador, filtro de água e freezer.

Como o próprio Richter reconhece em sua fala, o parque foi um empreendimento de difícil execução, sofrendo oposição por parte de políticos locais e da câmara de vereadores. Segundo o entrevistado: “Esse trabalho, quando eu iniciei o parque, eu tremi muito. Eu achei que eu não ia conseguir, porque eu não tinha dinheiro, né?! E tinha uma oposição dos próprios vereadores do meu partido, ‘tavam contra’³⁶⁹. As principais críticas dirigiam-se, por um lado, ao fato de o parque representar apenas uma etnia, ao passo que a cidade de Lajeado teria sido colonizada por vários grupos étnicos. A própria nomenclatura do parque, parcialmente em português e parcialmente em alemão, deve-se à resistência ao emprego unicamente do termo “Deutscher Kolonie Park”, que seria um nome considerado “muito alemão”. Por outro lado, alguns vereadores apontaram o caráter custoso de manutenção do parque. Uma notícia de jornal do período permite ilustrar os embates desenvolvidos em torno do parque:

O vereador Antônio de Castro Schefer (PTB) foi o primeiro a criticar o Parque Histórico. “Parece que na época do ex-secretário da Cultura e Turismo, Waldemar Richter, Lajeado só tinha alemães. Foi investido um monte nesse parque e a sua manutenção exige altos custos. Além disso, ano que vem os prédios terão que ser reformados. Estamos com um pepino nas mãos. Não estou criticando, apenas dizendo a realidade. Para Delmar Portz (PSDB), muito antes de criticar é preciso elogiar o ex-secretário Waldemar Richter.³⁷⁰

Para encerrar esta seção, gostaria de retomar a reflexão sobre o aspecto impremeditado e não linear das trajetórias. Ao questionar Waldemar Richter sobre o seu envolvimento e atuação com a cultura alemã, o entrevistado elaborou o raciocínio a seguir:

Bem, eu ajudei demolir a casa enxaimel onde eu nasci. Achei ela feia. Nem fotografia não tirei. Porque... Era essa imagem que foi criada pós-guerra, né?! E... Depois comecei a, a valorizar isso, comecei a entender, né, comecei a estudar. Então na... Na escola eu já procurava fazer teatros, tudo em língua alemã ainda, né?! Naquela época... Eu comecei a lecionar em sessenta e seis, né?! E... Assim foi, a gente foi cultivando aí... Comecei depois a valorizar.³⁷¹

³⁶⁹ RICHTER, Waldemar. Entrevista citada.

³⁷⁰ PARQUE histórico recebe críticas e elogios. **Folha Popular**, Teutônia, 22 mar. 2007, p. 22 (apud BALLER, 2008, p. 117-8).

³⁷¹ RICHTER, Waldemar. Entrevista citada.

Richter manifesta seu desinteresse inicial – e até mesmo despreço – pela arquitetura enxaimel, apontando como justificativa o contexto das campanhas de nacionalização, que operaram uma desvalorização do elemento germânico na esfera pública brasileira. Em seguida, o entrevistado explicita o redirecionamento e as mudanças em sua trajetória com o surgimento do interesse e da valorização da cultura e da etnicidade alemã.

Em outro momento da entrevista, Richter argumenta:

Mas sempre o meu trabalho de vereador foi voltado mais pra esse trabalho. Usei o trabalho político pra fazer a minha política, mas também defender sempre a parte cultural e... Preservação da história, da cultura, das famílias... Os valores que as famílias legavam, né?! E nós procuramos cultivar assim, na escola também, e... Isso foi o meu trabalho. E sempre me reelegi, reelegi... Até que chegar a ser secretário de, de cultura e turismo.³⁷²

Assim, se em um momento inicial de sua trajetória Richter não considerava a arquitetura enxaimel – e a cultura e a etnicidade alemãs, por extensão – objetos dignos de interesse, posteriormente sua trajetória será marcada precisamente pelo investimento no enxaimel e pela promoção da cultura germânica. Isto é, a trajetória política de Richter será definida pelo investimento nas esferas da história e da cultura, que contribui para o seu sucesso eleitoral e para a obtenção de cargos públicos.

Além de demonstrar como o “trajeto” não coincide com um “projeto”, a narrativa de Richter incorpora outro aspecto de interesse à análise: a saber, em determinado momento de sua trajetória, verificou-se uma mudança nas disposições do agente, a partir da qual Richter passa a considerar a etnicidade algo digno de valor e de “investimento” – em sentido *bourdieusiano* – e, de modo correlato, algo capaz de produzir lucros e dividendos sociais e simbólicos para a sua trajetória pessoal, profissional e política.

O fato de o interesse em etnicidade ter sido despertado em algum momento determinado da trajetória de Richter demonstra como a etnicidade não é um dado nem uma herança natural, mas algo que depende de “investimento” e, por conseguinte, do reconhecimento das recompensas potenciais de tal empreendimento para a trajetória do agente (cf. FODOR, 2020). O investimento na esfera da cultura alemã – por meio da criação de parques e monumentos, da pesquisa e publicação de livros e da organização de grupos folclóricos, desfiles e entidades culturais – resultou em rendimentos e dividendos variados para Waldemar Richter, tais como: rendimentos escolares e profissionais – isto é, formação educacional e ascensão a posições de

³⁷² RICHTER, Waldemar. Entrevista citada.

professor e supervisor de ensino –, oportunidades de circulação internacional para a realização de cursos e visitas oficiais, além de dividendos políticos – materializados na ascensão aos cargos de vereador, secretário de cultura de Lajeado e, por fim, prefeito de Forquethinha. Dessa forma, algo que no início de sua trajetória parecia sem valor e desinteressante, passará a definir a trajetória de Richter e marcar o legado que o agente pretende construir.

4.3 A CIDADE ÉTNICA: UMA ALEMANHA FANTÁSTICA EM FORQUETHINHA

O município de Lajeado – município-mãe de Forquethinha –, localizado na região conhecida como Vale do Taquari, foi oficialmente fundado em 1891. Sua colonização teve início em meados do século XIX a partir da chamada “Fazenda dos Conventos”, empreendimento privado de colonização da empresa imobiliária Baptista Fialho & Companhia. O território da fazenda era originalmente uma sesmaria doada pela Coroa Portuguesa aos irmãos João e José Inácio Teixeira, em 1800, para o empreendimento a partir de fazendas. Após tais fazendas entrarem em inatividade e falência, a área foi adquirida pela sociedade liderada por Antônio Fialho de Vargas com a finalidade de iniciar um empreendimento de colonização. As primeiras famílias começaram a ser assentadas na região de Conventos a partir de 1854 (AHLERT, 2018). Ao menos metade dessas famílias de colonizadores provinha da região conhecida como Hunsrück – localizada no sudoeste da Alemanha, atualmente pertencente ao estado de Rheinland-Pfalz (RICHTER & SCHMIDT, 2018). Posteriormente, a região recebeu também fluxos de imigração italiana.

Lajeado, localizado a pouco mais de 100 km da capital Porto Alegre, é o município mais populoso da Região Geográfica Imediata de Lajeado. Segundo a estimativa do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), a população de Lajeado em 2020 era de cerca de 85 mil habitantes³⁷³. A cidade é altamente urbanizada e possui um grau elevado de desenvolvimento socioeconômico, operando como uma espécie de município satélite e centro comercial e industrial da região. Vários pequenos municípios – boa parte deles distritos emancipados de Lajeado³⁷⁴ – orbitam em torno do município, utilizando serviços e desenvolvendo atividades econômicas na cidade.

No que tange ao Vale do Forquethinha, a região começou a ser colonizada a partir de 1870 por descendentes de alemães provenientes do Vale do Caí e do Vale do Rio dos Sinos,

³⁷³ IBGE Cidades. **Lajeado**. 2017. Disponível em:

<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/rs/lajeado/panorama>. Acesso em: 6 mar. 2021.

³⁷⁴ Sobre o processo de emancipação de municípios a partir de Lajeado, ver: Rosa (2012).

além de imigrantes provenientes diretamente da Alemanha (RICHTER, 2019, p. 25). Como se constata no restante da região, o principal dialeto falado era o *Hunsrückisch*. Segundo o IBGE, em 2020, a população estimada do município de Forquetinha era de 2.400 habitantes³⁷⁵. A paisagem da cidade é rural e suas principais atividades econômicas estão voltadas ao setor primário – agricultura e pecuária.

No ano de 1983, Waldemar Richter apresentou um anteprojeto na Câmara de Vereadores de Lajeado para a criação do distrito de Forquetinha. Forquetinha torna-se distrito de Lajeado pela lei de 1987³⁷⁶. De acordo com Richter, a iniciativa de emancipação se iniciou dois anos mais tarde³⁷⁷. A Comissão de Emancipação de Forquetinha foi liderada e coordenada por Waldemar Richter. No plano discursivo, Richter justifica os esforços em prol da emancipação pelo fato de os distritos estarem “cada vez mais abandonados” por parte da sede municipal³⁷⁸.

O município de Forquetinha é desmembrado de Lajeado e efetivamente criado em 16 de abril de 1996. Conforme relatado por Richter, houve resistência por parte do governador Antônio Britto (PMDB) à emancipação do município, que vetou o projeto³⁷⁹. A Assembleia Legislativa do Rio Grande do Sul derrubou o veto e o presidente da casa, José Otávio Germano (PPB), acabou por assinar a lei que emancipava o município³⁸⁰. Entretanto, como o prazo para o encaminhamento de eleições havia passado, o município é instalado oficialmente apenas em 1º de janeiro de 2001.

³⁷⁵ IBGE Cidades. **Forquetinha**. 2017. Disponível em:

<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/rs/forquetinha/panorama>. Acesso em: 6 mar. 2021.

³⁷⁶ LAJEADO. LEI Nº 3918/1987 – CRIA O DISTRITO DE FORQUETINHA, CONSTITUI SEU TERRITÓRIO E DÁ OUTRAS PROVIDÊNCIAS. 1987. DISPONÍVEL EM: <HTTPS://LEISMUNICIPAIS.COM.BR/A/RS/L/LAJEADO/LEI-ORDINARIA/1987/392/3918/LEI-ORDINARIA-N-3918-1987-CRIA-O-DISTRITO-DE-FORQUETINHA-CONSTITUI-SEU-TERRITORIO-E-DA-OUTRAS-PROVIDENCIAS/>. ACESSO EM: 7 MAR. 2021.

³⁷⁷ De meados da década de 1980 até os anos 2000, verificou-se uma proliferação de emancipações municipais no Brasil. Para apontamentos históricos sobre a questão da emancipação no país, ver: Magalhães (2007).

³⁷⁸ RICHTER, Waldemar. Entrevista citada.

³⁷⁹ Todo o processo político e burocrático de criação do município está documentado no Memorial do Legislativo do Rio Grande do Sul. Ver: MEMORIAL DO LEGISLATIVO DO RIO GRANDE DO SUL. **Veto à consulta plebiscitária em Forquetinha, pertencente a Lajeado**. MLRS ALRS-LEG-MUN-PROCESSOS-20917-0100/95-9. 1995. 295 f. Disponível em: http://www.acervomemorial.al.rs.gov.br/uploads/r/memorial-do-legislativo-do-rio-grande-do-sul/f/0/f06b0e946196ddaaa593cb3ad5a9f7cbef92eb607084a85dc3556b26cab17f0/Consulta_plebiscit_ria_em_FORQUETINHA_-_LAJEADO_red_dig.pdf. Acesso em: 10 mar. 2021.

³⁸⁰ RIO GRANDE DO SUL. **Lei Nº 10.756, de 16 de abril de 1996** – Cria o município de Forquetinha. 1996. Disponível em: http://www.al.rs.gov.br/legis/M010/M0100099.ASP?Hid_Tipo=TEXTO&Hid_TodasNormas=10921&hTexto=&Hid_IDNorma=10921. Acesso em: 8 mar. 2021.

No primeiro ano de atividade administrativa do município, foi implementado o plano diretor municipal. Nesse sentido, a cidade de Forquethinha foi construída de modo planejado e ordenado no que se refere às edificações públicas, ao sistema viário e ao arruamento. Também no primeiro ano de administração como prefeito, Richter adquiriu três lotes de terra: três hectares para a construção dos prédios públicos, que estão alocados num local único e centralizado; catorze hectares para a construção de um parque de exposições e uma área destinada ao desenvolvimento da indústria (projeto não executado).

Todos os prédios da administração pública de Forquethinha, construídos a partir da instalação do município em 2001, reproduzem o estilo enxaimel. Como foi notado por um observador, Forquethinha é um “tributo arquitetônico à cultura alemã” (AHLERT, 2019, p. 16). Algumas das construções são em enxaimel (*Fachwerk*) propriamente dito – isto é, paredes sustentadas por caibros de madeira atravessados e preenchidas por tijolos –, embora a maior parte das construções constitua-se como imitação (ou pastiche) do estilo enxaimel – isto é, construções de tijolo e argamassa, com faixas pintadas à tinta para representar os troncos de madeira.

Uma vez mais, a cidade de Nova Petrópolis serviu como inspiração a Richter para a construção de Forquethinha. Ademais, outra fonte de inspiração foram as viagens que Richter realizou à Alemanha, em que teve contato com o que é conhecido por *Freilichtmuseum* (museu ao ar livre), coleção de monumentos arquitetônicos preservados ou reconstruídos e assentados em espaços públicos ao ar livre. Além de ser construída com base em critérios étnicos, a cidade de Forquethinha foi planejada e orientada sob a égide da memória, o que se expressa, por exemplo, no fato de as ruas do município empregarem o nome de colonizadores “pioneiros” da região.

Dentre as edificações públicas de Forquethinha em estilo enxaimel, podemos mencionar: o Posto de Saúde (*Gesundheitszentrum*); a Creche Municipal *Kindergarten Rotkäppchen* (“Jardim de Infância Chapeuzinho Vermelho”); a Biblioteca Pública Pastor Emílio Gans, transformada em centro de saúde e consultório odontológico pela nova administração municipal; o Centro de Referência de Assistência Social (CRAS); o Complexo Vida Saudável (*Gesundesleben Komplex*), destinado a práticas esportivas, contando com piscinas e academia de ginástica; o parque de máquinas e secretaria de obras e, como se poderia esperar, a Prefeitura

Municipal (*Rathaus*)³⁸¹. A Escola Municipal de Ensino Fundamental João Batista de Mello, única edificação que não está localizada nas imediações do terreno contíguo que constitui o centro administrativo da cidade, também reproduz o *Fachwerk*. Em Forquethinha, até mesmo os pontos de ônibus e as placas de sinalização reproduzem o estilo enxaimel, ao passo que as placas com nomes de ruas trazem desenhos de edificações em enxaimel. Reproduzo, a seguir, fotografias de algumas das edificações públicas da cidade de Forquethinha³⁸².

Imagem 21 – Fotografia com vista panorâmica do centro administrativo da cidade de Forquethinha.



Fonte: Elaborada pelo autor, 2019.

³⁸¹ No livreto *So schön ist Forquethinha* (RICHTER GRUPPE, 2017) podem ser encontradas fotografias individualizadas de cada um dos prédios públicos, acompanhadas pelas dimensões das edificações. Richter comentou que sempre procura enfatizar as dimensões dos prédios na medida em que, observando as fotografias, muitos questionavam-lhe se era possível adentrar nos prédios – isto é, se eles não eram miniaturas.

³⁸² As fotografias foram produzidas no mês de dezembro, o que explica a decoração de natal visível nos prédios.

Imagem 22 – Fotografia da Prefeitura Municipal de Forquethinha.



Fonte: Elaborada pelo autor, 2019.

Imagem 23 – Fotografia do prédio do Conselho de Referência de Assistência Social (CRAS) de Forquethinha.



Fonte: Elaborada pelo autor, 2019.

Imagem 24 – Fotografia da Creche Municipal *Kindergarten Rotkäppchen*.



Fonte: Elaborada pelo autor, 2019.

Imagem 25 – Fotografia da Biblioteca Pública Pastor Emílio Gans, posteriormente transformada em centro de saúde e consultório odontológico.



Fonte: Elaborada pelo autor, 2019.

No centro administrativo está localizada também a praça pública central da cidade. Na praça, encontramos três monumentos dedicados à memória de personagens políticos da cidade. À direita da praça, há um busto dedicado a Frederico Henrique Jaeger (1861-1934), comerciante de Forquetinha, líder da comissão de emancipação de Lajeado e seu primeiro prefeito

(intendente), em 1891. À esquerda, há um busto dedicado a Júlio César Redecker (1956-2007), deputado federal que deu apoio ao município, e que empresta o nome também à praça pública municipal. Ao centro, entre os dois bustos há um último monumento dedicado “aos primeiros colonizadores alemães”, representados por uma estátua de um homem segurando uma enxada – representando o “trabalho alemão” – e de uma mulher sentada com um bebê no colo – como representação da família. Os monumentos possuem placas explicativas com informações históricas, grafadas em português e em alemão.

Ainda no domínio especificamente memorial, deve-se mencionar o Museu Pastor Ernst Hermann Doebber, transformado posteriormente em biblioteca pública municipal. A edificação consiste em uma casa enxaimel histórica, remontada no centro de Forquethina, nas proximidades do centro administrativo. Segundo pesquisa do próprio Richter sobre a família Doebber, o genearca da família, o alemão Ernst Hermann Doebber (1827-1895) imigrou ao Brasil em 1851. Doebber veio ao Brasil como militar, integrando a legião de soldados alemães (os “Brummer”) que lutou na Guerra do Prata. A partir de 1860, Doebber começou a atuar como pastor leigo, nas regiões do Vale do Caí e Vale dos Sinos. Em 1879, fixou residência no Vale do Forquethina. Segundo Richter, Ernst Doebber teve um papel destacado na atração de colonos dos Vales do Caí e dos Sinos para o Vale do Forquethina. Por tal motivo, foi homenageado emprestando seu nome ao museu em Forquethina, construído em 2001 e inaugurado no ano seguinte. É importante destacar que Waldemar Richter possui laços de parentesco com a família Doebber. Sua mãe, Selmira, é bisneta de Ernst Doebber; Waldemar, portanto, é trineto do imigrante Doebber (RICHTER, 2006).

Imagem 26 – Fotografia do Museu Pastor Ernst Hermann Doebber.



Fonte: Elaborada pelo autor, 2019.

No que tange à cidade de Forquethinha, é mister que mencionemos ainda um último empreendimento de grande porte capitaneado por Waldemar Richter enquanto prefeito, o Parque de Exposições (*Ausstellungspark*) Christoph Bauer, obra iniciada em 2001. Visitei o parque acompanhado por Richter no segundo dia da minha estada em Forquethinha, em 6 de dezembro de 2019. Com cerca de vinte edificações, o amplo espaço (catorze hectares) se constitui como um parque destinado a receber eventos e exposições, como a Festa de Exposições Municipal, a Festa de Natal e a Noite Alemã. Suas condições físicas e de manutenção são boas, especialmente se comparadas às do Deutscher Kolonie Park, de Lajeado. O parque intercala edificações de construção recente que imitam o estilo enxaimel, edificações recentes que reproduzem a técnica construtiva do enxaimel e casas históricas em enxaimel original remontadas no parque.

O parque de exposições comporta edificações como: pórtico, salão para a terceira idade, Vila Germânica, *Biergarten*, espaço para restaurante (que não estava em funcionamento), casa do artesanato, casa do folclore alemão, pavilhão de exposições com torre panorâmica, salão para “jogos germânicos” e ginásio de esportes³⁸³. O espaço possui também parque de recreação infantil, um Papai Noel gigante (com cerca de cinco metros de altura), além de empreendimentos de jardinagem, tais como relógio de flores, uma representação em flores de um pavão e o labirinto de ciprestes – com uma estátua de Fritz e Frida, isto é, um casal “típico”

³⁸³ A nomenclatura das edificações é bilíngue. O mesmo ocorre com as placas explicativas do parque, acopladas às edificações.

germânico utilizando trajes folclóricos, localizada ao centro do labirinto, que possui ainda uma ponte pênsil localizada em sua lateral.

Além de se configurar como um espaço funcional – possuindo áreas de lazer e confraternização como, por exemplo, o salão para a terceira idade e o salão de jogos germânicos –, o parque possui ainda uma dimensão estritamente memorial, que reproduz as atividades de trabalho na colônia, representadas por um moinho colonial, uma prensa de cana-de-açúcar e um paiol/estábulo, com carroça e esculturas em gesso de animais (vacas e porcos). No mesmo sentido, o parque comporta monumentos a personagens em atividades e situações de trabalho típicas de uma “colônia alemã”, como o *Milchmann* (“leiteiro”), o *Musterreiter* (“caixeiro-viajante”), a *Grossmutter bringt Rezepte* (“a avó trazendo receitas”), e o *Kolonial Schlachtag* (“dia do abate na colônia”, que representa um homem, com faca na mão, carneando um porco). Há também edificações que retratam uma dimensão mais privada e doméstica da vida nas colônias, como a *Wohnhaus* (casa de moradia) e a *Häusche-Kapunga* (isto é, uma “patente”, espécie de banheiro improvisado localizado no exterior das residências).

De extremo interesse à análise, tem-se um espaço denominado de *Märchen Welt* (“mundo dos contos”, ou “mundo das fadas”, segundo a tradução empregada no próprio parque). Trata-se de um painel em meia lua, que reproduz imagens de personagens de filmes da Disney – como Rapunzel, a Bela Adormecida e a Branca de Neve –, com pequenas edificações acopladas em formato de torres em estilo enxaimel. O espaço faz menção também aos Irmãos Grimm, os conhecidos folcloristas alemães que coletaram tais histórias da tradição popular oral alemã e europeia, tendo realizado o seu registro escrito.

Desse modo, pode-se afirmar que o parque se estrutura a partir de uma dupla influência: de um lado, a etnicidade germânica, que é reivindicada, representada e promovida, e que se fundamenta em aspectos como a tradição popular e literária alemã – representada pela referência aos contos dos Irmãos Grimm –, bem como no estilo de vida e nas práticas de trabalho dos imigrantes e seus descendentes na colônia; de outro lado, verifica-se uma evidente influência estética da indústria cultural americana, que se estende para além do espaço específico do *Märchen Welt*. Dito de outra forma, uma estética fantástica, de fantasia e que visa à produção de encanto e maravilhamento – permeada por estórias de aventura, castelos, torres e princesas –, exerce uma notável influência no parque como um todo e, até mesmo, nas demais edificações da cidade de Forquethina analisadas anteriormente. Assim, se Forquethina pode ser apropriadamente definida como uma “cidade étnica” e, decididamente, uma “cidade germânica”, o imaginário e os suportes imagéticos para a configuração e a organização do espaço provêm também do contexto americano e, mais especificamente, do universo da Disney.

Imagem 27 – Fotografia com vista panorâmica parcial do Parque de Exposições (Ausstellungspark) Christoph Bauer, em Forquethina. 1: Märchen Welt; 2: Salão da terceira idade; 3: Vila Germânica; 4: Moinho colonial; 5: Relógio das flores.



Fonte: Elaborada pelo autor, 2019.

Imagem 28 – Fotografia da Casa do Artesanato (Artesanathaus [sic]), no Parque de Exposições Christoph Bauer.



Fonte: Elaborada pelo autor, 2019.

Imagem 29 – Detalhe do painel *Märchen Welt*, no Parque de Exposições Christoph Bauer.



Fonte: Elaborada pelo autor, 2019.

Imagem 30 – Fotografia da estátua representando o *Kolonial Schlachtag* (“dia do abate na colônia”), no Parque de Exposições Christoph Bauer.



Fonte: Elaborada pelo autor, 2019.

A cidade idealizada e executada por Waldemar Richter pode ser enquadrada naquilo que José Reginaldo Gonçalves (2007a) denominou de “forma não-aurática de autenticidade”. Ao desenvolver uma reflexão sobre o problema da “autenticidade” no que tange aos patrimônios culturais, Gonçalves mobiliza a formulação bastante conhecida de Walter Benjamin (1987) sobre a autenticidade da obra de arte em face à sua reprodutibilidade técnica. Para o filósofo alemão, a autenticidade de uma obra residiria em sua “aura”, constituída por atributos como a originalidade, a singularidade e a permanência. A fruição da obra de arte, em Benjamin, evoca uma experiência religiosa e sagrada, de contemplação de um artefato único e original. Na visão do autor, a obra de arte reproduzida tecnicamente estaria desprovida de “aura”, sendo, portanto, inautêntica (BENJAMIN, 1987).

Mobilizando tais formulações para o campo de estudos dos patrimônios culturais, Gonçalves (2007a) sugere a existência de formas “não-auráticas” de autenticidade, isto é, de bens culturais “autênticos”, ainda que desprovidos de aura – isto é, de originalidade e singularidade –, em função de sua reprodução técnica. Para o desenvolvimento da argumentação, o autor toma dois patrimônios como paradigmas: a *Colonial Williamsburg*, na Virgínia (Estados Unidos) e a cidade de Ouro Preto, em Minas Gerais. Ambos os patrimônios são relevantes para a construção da identidade e da memória nacional em seus respectivos contextos.

O primeiro exemplo, a Colonial Williamsburg, constitui-se como o modelo de preservação histórica nos Estados Unidos. A cidade, capital do domínio colonial inglês no século XVIII, foi totalmente reconstruída no século XX, visando à reconstituição da Williamsburg de 1775, anterior à Revolução Americana – o que envolveu, inclusive, a retirada de edificações construídas após o período. Em contraposição, Ouro Preto é um exemplo de patrimônio constituído pela permanência e pela originalidade, com uma arquitetura histórica tombada e mantida em suas características originais. Na visão dominante no campo do patrimônio no Brasil, a primeira cidade é considerada “inautêntica”, enquanto a segunda seria uma expressão de “autenticidade” (GONÇALVES, 2007a).

Conforme argumenta Gonçalves (2007a), o patrimônio cultural é recorrentemente mobilizado para a construção de nacionalidades e de etnicidades. Nas palavras do autor: “Os chamados patrimônios culturais podem ser interpretados como coleções de objetos móveis e imóveis, através dos quais é definida a identidade de pessoas e de coletividades como a nação, o grupo étnico, etc.” (GONÇALVES, 2007a, p. 121). Segundo o autor, a mobilização dos patrimônios para a conformação de identidades opera com base em uma concepção possessiva de cultura. Em tal visão, a cultura é entendida como algo a ser possuído, enquanto o patrimônio

se associa à noção de propriedade; assim, a identidade de um indivíduo ou de um grupo depende da posse de determinados bens culturais, convertidos em patrimônio cultural.

Os patrimônios culturais dotados de autenticidade não-aurática – dentre os quais podemos perfeitamente incluir as edificações que reproduzem ou imitam o estilo enxaimel em Forquetinha – são significativos na medida em que possibilitam a execução de uma crítica à própria ideia de “autenticidade” que está na base de definições de identidade nacional ou étnica. Para os ideólogos do patrimônio, a “autenticidade” do patrimônio seria equacionada à existência real da nação ou do grupo étnico, dotados de identidade e de memória. É nesse sentido que o patrimônio, associado ao passado do grupo, serviria à garantia da sua continuidade ao longo do tempo e à definição da sua identidade (GONÇALVES, 2007a). O patrimônio não-aurático, na visão de Gonçalves (2007a), demonstra o caráter arbitrário e construído da identidade nacional ou étnica.

A cidade de Forquetinha é um exemplo preciso da forma não-aurática de autenticidade dos patrimônios culturais na medida em que o vínculo “original” e orgânico com o passado se mostra menos importante do que a dimensão de construção e de recriação do patrimônio. Como argumenta Gonçalves (2007a), a forma não-aurática tem o poder de problematizar a crença na “autenticidade” do patrimônio. Essa crença compreende o monumento como uma herança e um testemunho indelével do passado, que serve para reificar e dar existência “real” a categorias que são, na verdade, construções – como a nação e o grupo étnico. Em outras palavras, o patrimônio dotado de autenticidade não-aurática explicita a construção e a ficção como o apanágio de categorias de identificação grupal, como a nação e o grupo étnico.

O caso de Forquetinha – uma “cidade étnica”, isto é, um espaço projetado para constituir e representar a etnicidade – demonstra como, no que tange às dinâmicas dos grupos étnicos, importam menos as supostas características “primordialistas” e inatas e mais o constante processo de criação e *fazimento* das fronteiras e distinções (BARTH, 1998). Dito de outro modo, a etnicidade não é um dado definido aprioristicamente, mas algo a se fazer e refazer constantemente no contato com o outro. Como é enfatizado por Barth (1998), a partir desse processo os grupos constroem fronteiras étnicas. No caso em análise, a fronteira foi definida e alçada a marcos públicos e oficiais, isto é, o próprio município de Forquetinha constitui e demarca uma fronteira étnica. Ao construir a cidade de Forquetinha, Richter associa a ela uma imagem oficial germanizada, produzindo uma distinção em relação a outras cidades e, ao mesmo tempo, criando e reforçando localmente os sentimentos de pertencimento grupal.

É importante ressaltar o fato de Waldemar Richter constantemente afirmar que “98%” da população de Forquetinha é formada por descendentes de imigrantes de origem alemã. Tal

argumento funciona como justificativa e visa legitimar a construção da cidade em marcos étnicos. Isto é, se a cidade de Forquethinha funciona como uma fronteira étnica no âmbito público e oficial, isso só é possível se os indivíduos que ali residem efetivamente integrarem um grupo étnico. Ciente das possíveis críticas a uma iniciativa desse tipo – recebidas, por exemplo, quando executou o Deutscher Kolonie Park, em Lajeado, considerado “muito alemão” para uma cidade pluriétnica –, Richter afirma a homogeneidade étnica – ou quase homogeneidade, de 98% – como um fator autorizante à criação de uma cidade étnica que, em função dessa alegada homogeneidade, acabaria por não invisibilizar a identidade de nenhum – ou quase nenhum – dos seus habitantes.

No interessante trabalho de Heidi Kolk (2019), desenvolvido nos marcos do que se convencionou chamar de “história pública”, encontramos elementos pertinentes para a reflexão sobre a atuação de elites locais para a produção de imagens representativas de uma cidade. A obra analisa o processo de musealização da Campbell House em St. Louis, nos Estados Unidos. Segundo a autora, os objetos da Casa Campbell foram adquiridos pela William Clark Society – grupo preservacionista composto por membros das elites culturais e econômicas de St. Louis –, com a finalidade de instalação de um museu. A casa, construída em 1851 e residência do empresário Robert Campbell, foi oficialmente aberta ao público como casa-museu em 1943. Os múltiplos “atos de apropriação” da Campbell House analisados por Kolk (2019) podem ser compreendidos como um investimento em memória por parte das elites locais com a finalidade de criação e promoção de imagens representativas da cidade de St. Louis na esfera pública, bem como de definição e disseminação de concepções sobre os significados do passado da cidade.

De acordo com Voigt (2020b, p. 238-9), em resenha sobre o trabalho de Kolk (2019):

A Campbell House foi alvo do trabalho de memorialização das elites locais, na medida em que se constitui como uma representação do passado glorioso de St. Louis. Isto é, a casa opera como um monumento à era de ouro da cidade, o grandioso período vitoriano nos anos 1850, quando a cidade era um centro de comércio e colonização, vivenciando abundância material e prestígio nacional. St. Louis era, então, considerada o último posto de “civilização” na fronteira americana, o seu “portal para o Oeste”. Segundo Kolk, a memória de um passado glorioso – encarnada e materializada pela Campbell House – contrasta com as dificuldades atuais de St. Louis, uma cidade em declínio caracterizada por problemas sociais e econômicos, como a pobreza, os altos índices de violência e a desigualdade racial.

Em sentido semelhante, o trabalho de Letícia Nedel (2020) sobre o Museu Nacional de Imigração e Colonização (MNIC) de Joinville, em Santa Catarina, fornece também elementos para uma análise sobre a atuação das elites e sobre o papel da memória, do museu e das práticas

de colecionamento para a produção de imagens representativas sobre a cidade. Segundo a autora, as exposições do MNIC referem-se a um período que compreende a fundação da colônia (1851) e o festejo do seu centenário (1951). Ainda que o museu tenha sido fundado em 1961, a articulação para a criação do museu teve início pouco tempo após o fim do Estado Novo e das campanhas de nacionalização – o que implica que o projeto do museu comportava uma dimensão de reafirmação étnica. Mais importante, a década de 1950 caracterizou-se pela chegada de trabalhadores de outros estados a Joinville para o trabalho na indústria. O período, assim, é caracterizado por processos de recomposição demográfica e de urbanização. Em face a tais processos e ao medo de desagregação da ordem social por parte das elites locais, o museu serviu como uma estratégia das elites para imprimirem uma imagem pública e “legítima” à cidade.

Segundo Nedel (2020), os objetos incorporados ao museu visavam contar a saga dos “desbravadores” de Joinville. Dessa forma, a narrativa museográfica é marcada por uma “retórica de exaltação do imigrante”:

Os heróis fundadores da cidade são apresentados como agentes civilizadores, portadores de uma modernidade importada no Brasil. Cidadãos exemplares da colônia, eles certificam os valores exclusivos – e, portanto, excludentes – de uma comunidade definida pelo *jus sanguinis* (NEDEL, 2020, p. 137).

De acordo com a autora, o passado escolhido para ser representado no museu é o dos antepassados alemães, memória própria aos gestores do museu – uma comissão de voluntários, ligados à elite política e industrial local –, que foi alçada à posição de história oficial e pública de Joinville. Desse modo, o museu está diretamente ligado à chave da etnicidade, tentando imprimir a partir da memória uma representação da cultura e da identidade local fundamentalmente “alemã”. Ademais, é interessante ressaltar que o museu, que recebeu aporte do Governo Federal para a aquisição da sua sede (a Maison de Joinville), foi planejado como um museu *nacional* de imigração. Todavia, acabou por tornar-se um museu sobre a cultura teuto-imigrante, transformada em história oficial de Joinville. É nesse sentido que, segundo Nedel (2020, p. 145), constata-se uma “fusão entre memória étnica e memória local” no MNIC.

Como os trabalhos de Kolk (2019) e Nedel (2020) sugerem, ao analisarmos o investimento em memória por partes de elites locais, visando imprimir uma identidade e uma imagem representativa para a cidade, devemos estar atentos aos processos sociais e históricos implicados e, de certo modo, devemos buscar identificar a quais dinâmicas e a quais processos específicos esse investimento visa dar resposta. Se, no caso analisado por Kolk (2019), a Casa-

Museu Campbell é uma reação das elites locais em face ao processo de declínio de St. Louis e aos problemas recentes vivenciados pela cidade – como a pobreza, a violência e a criminalidade – e, se no objeto estudado por Nedel (2020), o Museu Nacional de Colonização e Imigração de Joinville configura-se como uma iniciativa das elites frente a processos como a recomposição demográfica e a migração interna – experienciados como ameaça de desagregação da ordem social –, cabe-nos questionar: quais processos sócio-históricos estão implicados na iniciativa de idealização e de construção de uma “cidade étnica” e na produção de uma identidade e de uma imagem germanizada para o município de Forquethinha?

Em minha visão, a resposta a tal questionamento passa, certamente, pela questão da emancipação municipal. Dito de outro modo, no que tange a Forquethinha, um dos principais fatores sócio-históricos que auxiliam a compreender os esforços de idealização e de construção etnicizada da cidade é o processo de emancipação e o estatuto recente do município. O processo de fundação do município representa e depende, simultaneamente, do ato de construção de uma identidade para o novo território, com base em seus elementos e aspectos culturais e históricos considerados relevantes. A construção da cidade e de suas edificações públicas com base em critérios mnemônicos e étnicos tem por objetivo forjar um passado para o município³⁸⁴ e, ao mesmo tempo, representa um esforço de conformação de uma nova identidade para o município recém-criado. Esse esforço é reconhecido conscientemente por Richter, quando escreve que: “As pessoas com raízes fortes em Forquethinha se orgulham de sua terra natal, a partir da *nova imagem* que foi criada para o município” (RICHTER, 2019, p. 21, grifo meu).

A arquitetura que reproduz o estilo enxaimel em Forquethinha representa a materialização da memória, da etnicidade, da história e da cultura do lugar na sua esfera pública. Desse modo, o emprego do estilo enxaimel relaciona-se ao esforço de criação e de celebração de uma visão particular sobre o passado da cidade, representação alçada a marcos públicos e oficiais, que tem ainda a finalidade de promover a autoimagem, a identidade e o sentimento de autoestima de seus munícipes.

Se a arquitetura germanizada, reproduzindo o estilo enxaimel, é um elemento central para a construção da identidade – de base étnica – da cidade, ela não é o único. Isto é, iniciativas e entidades culturais também são mobilizadas para a conformação dessa identidade. Nesse sentido, é interessante pontuar, por exemplo, que iniciativas como o Grupo Folclórico Wilhelm

³⁸⁴ Emprego o termo forjar (no sentido de “construir”), na medida em que, apesar da arquitetura enxaimel ser histórica e representativa do estilo habitacional e construtivo dos imigrantes alemães, no caso dos prédios públicos de Forquethinha, tal arquitetura é “nova”, isto é, criada em um momento delimitado e recente do tempo.

Richter – grupo de danças folclóricas familiar e, posteriormente, aberto à comunidade –, foram mencionadas pela Comissão de Emancipação de Forquetinha no documento encaminhado à Assembleia Legislativa do Rio Grande do Sul, visando substanciar o pedido de emancipação³⁸⁵. Assim, de modo semelhante ao que ocorre com a arquitetura germanizada da cidade, iniciativas culturais operam como símbolos identitários próprios e representativos da cidade, sendo inclusive mobilizadas como justificativa para a criação do município.

É importante notar que em várias de suas obras sobre a história de Forquetinha e seus “pioneiros” (p. ex., RICHTER, 2019), ou em publicações elaboradas unicamente com a finalidade de divulgar e promover o município, como, por exemplo, o livreto elaborado pelo Richter Gruppe (RICHTER GRUPPE, 2017), a história da cidade está diretamente atrelada à trajetória do seu fundador, isto é, o presidente da comissão de emancipação e seu primeiro prefeito. Em tais obras, que veiculam uma narrativa sobre Forquetinha marcada pela chave do “orgulho”, as informações sobre o município, suas edificações e sua história figuram ao lado de informações sobre o “currículo” e a trajetória de Waldemar Richter. Desse modo, a divulgação e a promoção de Forquetinha é, invariavelmente, a (auto)promoção da própria imagem pública de Richter. O legado (HEYMANN, 2007b) que Richter procura estabelecer refere-se precisamente à fundação e à construção de um novo município, feito que legitimaria a produção de representações públicas elogiosas e, em última instância, a sua consagração social.

Ademais, há uma preocupação com o reconhecimento e a “admiração” obtidos pelo município por parte de pessoas oriundas de outras regiões e países, fato constantemente evocado nas narrativas escritas e oral de Richter (p. ex., RICHTER, 2019, p. 21). Na perspectiva de Richter, o reconhecimento e a imagem positiva associada à cidade de Forquetinha operam, por extensão, como um reconhecimento às ações e ao trabalho do idealizador e fundador do município, isto é, dele próprio.

Nesse contexto, é válido mencionarmos um texto elaborado por este pesquisador, escrito a pedido de Richter, e publicado no Jornal *O Informativo*, de Lajeado³⁸⁶. Ao término da minha estada de dois dias em Forquetinha, Richter pediu-me que escrevesse um texto com as minhas impressões sobre a cidade, repassando-me o contato de alguns jornalistas locais, que poderiam facilitar a sua publicação. Dessa forma, constata-se que a abertura à realização desta pesquisa

³⁸⁵ MEMORIAL do Legislativo do Rio Grande do Sul. Documento citado, p. 224.

³⁸⁶ VOIGT, Lucas. Forquetinha, uma Alemanha fantástica. **O Informativo**, Lajeado, 5 maio 2020. Coluna “Um Lugar no Vale”, por Alício de Assunção. Disponível em: <https://informativo.com.br/um-lugar-no-vale/colonistas/forquetinha-uma-alemanha-fantastica,357021.jhtml>. Acesso em: 18 mar. 2021.

por parte de Richter não foi um ato de todo desinteressado – no sentido de Bourdieu (1996b) –, na medida em que visava à divulgação e à promoção do município de Forquethinha. Após a publicação do texto, Richter compartilhou-o em sua rede social (Facebook). Na página pessoal deste pesquisador na mesma rede social, em postagem que também compartilhava o texto, Richter elaborou o seguinte comentário, que permite captar a tônica da narrativa de Richter sobre o município de Forquethinha e, ademais, os sentidos do seu esforço de divulgação e de promoção da cidade:

Nossa! como é bom ouvir alguém de fora e deste nível de formação, fazendo uma análise do nosso município, que foi construído com tanto, trabalho, planejamento, dedicação, amor, criatividade, alegria de todos que colaboraram e ajudaram, para os nossos planos e projetos se tornassem realidade. Hoje nossa Forquethinha “Joia Germânica” é admirada e elogiada por todos que nos visitam. Uma saudação especial ao povo de Forquethinha que apoiou nossa iniciativa, visando o futuro da nossa Heimat.³⁸⁷

4.4 RICHTER’S HOF E O MUSEU PARTICULAR DE WALDEMAR RICHTER

Richter’s Hof (*Hof* = “pátio”, “sítio” ou “propriedade”) é o nome dado por Waldemar Richter à sua propriedade particular em Forquethinha, composta por quatro edificações: residência pessoal (*Wohnhaus*), biblioteca (*Bibliothek*), igreja (*Kirchlein*) e museu (*Museum*). A primeira edificação construída na propriedade foi a sua residência pessoal, projeto executado antes mesmo de ter assumido o cargo de prefeito de Forquethinha. Segundo Richter, a inspiração para o prédio veio de uma viagem que realizou à Alemanha, em 1994. Já no ano seguinte, Waldemar deu início à construção da casa.

Ainda que esse seja o espaço estritamente doméstico e “funcional” do Richter’s Hof – em oposição às três outras edificações, que têm um caráter mais institucional e mnemônico –, as paredes da sua residência pessoal são adornadas por quadros emoldurados com desenhos de antepassados (seu pai, avô e bisavô), além de pratos de porcelana que funcionam como *memorabilia* de eventos e de lugares visitados. Nesse sentido, a memória – ou, mais precisamente, o esforço de memorialização dos antepassados e colonizadores alemães – configura-se como um imperativo também na residência pessoal de Waldemar Richter.

Nos fundos do terreno, atrás de sua residência pessoal, em uma área com um gramado bem-cuidado e ornamentado com flores, estão localizadas as edificações do Richter’s Hof que

³⁸⁷ RICHTER, Waldemar Laurido. **Comentário à postagem de Lucas Voigt, divulgando o artigo de jornal “Forquethinha, uma Alemanha fantástica”**. Facebook. 5 maio 2020. Disponível em: <https://www.facebook.com/lucas.voigt.395/posts/2570147389868696>. Acesso em: 18 mar. 2021.

operam propriamente como lugares de memória. As edificações são uma representação de uma comunidade germânica, com três símbolos elementares: a igreja, como representação da religiosidade; a biblioteca, como representação da escola alemã; e o museu, como representação da casa e da família e, além disso, dos espaços associativos e recreativos da comunidade – o que se expressa, como veremos, nos objetos ligados a práticas esportivas.

Imagem 31 – Fotografia da residência pessoal de Waldemar Richter, localizada na parte frontal do Richter's Hof.



Fonte: Elaborada pelo autor, 2019.

Imagem 32 – Fotografia das edificações localizadas nos fundos do Richter’s Hof. À esquerda, a biblioteca; ao centro, a igrejinha; à direita, o museu. Na frente do museu, a *Richter’s Maibaum*.



Fonte: Elaborada pelo autor, 2019.

As edificações do Richter’s Hof foram construídas por um pedreiro, mediante solicitação de Waldemar Richter. Os recursos para a construção são particulares, originados em grande parte da aposentadoria que Richter recebe em função dos cargos políticos que ocupou. Pode-se afirmar que o Richter’s Hof se constitui essencialmente como um espaço privado e familiar. Não obstante, o espaço recebe visitas de pesquisadores – interessados, especialmente, na biblioteca – e de excursões que visitam o município de Forquethinha, como grupos de terceira idade, provenientes de diversas localidades. A visitação pública ao espaço pode ser constatada também no fato de Richter manter um livro de registro de presenças que, ao final da minha visita ao Richter’s Hof, solicitou que eu assinasse.

A edificação da biblioteca do Richter’s Hof foi inspirada na parte lateral do *Schloss Neuschwanstein*, castelo construído na segunda metade do século XIX, no Sul da Baviera³⁸⁸. O espaço interno, com mesas e cadeiras, abriga o acervo pessoal de livros de Waldemar Richter. Pelas dimensões das estantes, podemos estimar que a biblioteca seja composta por aproximadamente mil títulos. Além disso, a biblioteca comporta ainda monografias, recortes de imprensa e alguns documentos históricos, relacionados à colonização alemã em cidades do Rio

³⁸⁸ O castelo é bastante conhecido na cultura popular, uma vez que serviu de inspiração a Walt Disney para a criação do castelo da Bela Adormecida, no filme *Sleeping Beauty*, de 1959. O castelo é, ademais, um dos símbolos da Disney. Desse modo, constatamos uma vez mais a influência do referencial imagético da indústria cultural americana nas construções executadas por Richter, conjugada com um imaginário em torno da Alemanha e da Europa.

Grande do Sul. Exposta em destaque, em mostruários, encontramos ainda as obras de autoria do próprio Waldemar Richter.

A igreja do Richter's Hof, um templo ecumênico, possui dimensões pequenas, com seis bancos (para duas a três pessoas) e algumas cadeiras. Possui um altar, com velas, bíblia e uma representação em madeira da crucificação de Jesus. As paredes são adornadas com pinturas que remetem a símbolos cristãos, como anjos e um pássaro branco. Além disso, há duas pinturas que representam passagens bíblicas, uma que retrata o nascimento de Jesus e outra sobre a sua ascensão aos céus – ambas assinadas pelo artista Sérgio Werle, de Estrela (RS). Segundo Richter, a igreja foi construída como um símbolo de agradecimento por sua família e pelas oportunidades e realizações alcançadas ao longo de sua vida. Na igreja, são realizadas pequenas cerimônias religiosas familiares, como a celebração das Bodas de Ouro de Waldemar e Olinda Richter, em 2019³⁸⁹. Tanto a igreja quanto a biblioteca do Richter's Hof foram construídas entre os anos de 2015 e 2016.

Mais antigo, instalado em 2003, é o museu que integra o Richter's Hof. O museu, de dimensões pequenas, consiste numa edificação de dois andares, em estilo enxaimel original – ao contrário das outras edificações, em tijolo e argamassa. Richter adquiriu a edificação – com recursos próprios – no município de Estrela, uma casa que estava abandonada, remontando-a em sua propriedade. O museu foi idealizado para abrigar os objetos históricos que Richter conseguiu “salvar” e preservar. Segundo relatou-me, a opção por não entregar os objetos históricos da sua família ao museu público de Forquethinha se deveu ao medo de não conservação por parte dessa instituição, que se encontra fechada há alguns anos.

A maior parte dos objetos que integram o museu eram de antepassados do próprio Waldemar Richter, tendo sido herdados. Com o passar do tempo, a prática de colecionamento desenvolvida originalmente no contexto familiar expande-se a objetos de outros grupos e famílias. Assim, uma parte do acervo foi adquirida por meio de doações externas ao grupo de parentesco. A prática de colecionamento desenvolvida por Richter remete ao que os estudiosos convencionalmente associam à concepção moderna e ocidental de “coleção”, isto é, a um “individualismo possessivo”, em que o patrimônio se confunde com a própria ideia de “propriedade” (CLIFFORD, 1994; GONÇALVES, 2007a). Segundo a ideia moderna de coleções, a cultura material é apropriada a partir de uma concepção possessiva da cultura; as identidades, assim, são construídas com base na posse de determinados bens culturais. No que

³⁸⁹ GRÄFF, Deolí. Casal Richter celebrou Bodas de Ouro na igreja construída por eles. **A Hora**, Lajeado, 5 dez. 2019. Disponível em: <https://grupoahora.net.br/conteudos/2019/12/05/casal-richter-celebrou-bodas-de-ouro-na-igreja-construida-por-eles/>. Acesso em: 18 mar. 2021.

tange à apropriação da cultura material executada por Waldemar Richter, os objetos depositados no museu foram colecionados a partir da própria família Richter, bem como com agentes externos ao grupo familiar, sendo introduzidos no espaço do museu que integra a *sua propriedade*, o Richter's Hof – espaço que é mobilizado para a fixação da memória familiar, grupal e coletiva e, simultaneamente, para a produção da sua autoimagem e da identidade familiar e do grupo.

O projeto do museu foi integralmente concebido por Richter e o trabalho direto com os objetos da coleção é executado por ele próprio. Assim, não se verifica a atuação de museólogos ou outros historiadores junto ao museu. Os objetos encontram-se depositados no museu e organizados, mas não há catalogação. Nas palavras de Richter: “Até o momento, consegui salvar as peças, né?! Né?! Salvar os livros, né?! Eu não consegui ainda... Organizar”³⁹⁰. O fato é que os objetos estão, sim, organizados, de modo extremamente interessante à análise.

Os objetos do museu do Richter's Hof, alocados e expostos no primeiro andar do museu³⁹¹, podem ser classificados em três grandes conjuntos³⁹². O mais numeroso consiste de objetos de trabalho, dentre os quais podemos mencionar: pás, foices, machados, furadeiras, serras, prensas, sopradores, pilão, barris e ferraduras. Há ainda objetos de trabalho doméstico, como ferros de passar, máquinas de costura e uma máquina de lavar. Alguns desses objetos de trabalho doméstico interseccionam com o segundo conjunto de artefatos, também bastante numeroso, que consiste em objetos de uso em casa e associados à vida doméstica: louças, panelas, chaleiras, bacias, vasos (em metal e cerâmica), lamparinas, chuveiros em latão, baú, malas e rádios. Por fim, o terceiro conjunto, com uma quantidade bem menos reduzida de objetos, refere-se a utensílios de lazer e práticas esportivas, tais como: quadro de tiro ao alvo, espingarda, pino e bolas para jogo de bolão. O museu comporta ainda alguns livros antigos, além de uma *Schwitzkasten* (“caixa de suor”), isto é, uma caixa de madeira com chaleira de metal utilizada com a finalidade de produzir suador e banho com ervas medicinais³⁹³. De modo geral, pode-se afirmar que os três conjuntos de objetos operam uma representação da etnicidade

³⁹⁰ RICHTER, Waldemar. Entrevista citada.

³⁹¹ Os objetos históricos colecionados por Richter estão expostos basicamente no primeiro andar do museu. O segundo andar, acessado por uma escada, possui objetos mais recentes, é menos preenchido espacialmente e tem um caráter de “depósito”, contendo caixas de documentos, quadros com fotografias, canecos de chopp e placas da época em que Richter era prefeito.

³⁹² Alguns objetos, por sua natureza, poderiam ser incluídos em mais de um conjunto. Desse modo, a discussão apresentada a seguir consiste numa tentativa de classificação e organização dos objetos do modo mais lógico possível.

³⁹³ A caixa era do trisavô de Waldemar, Franz Richter. Conforme relatado por Waldemar, Franz atuava como *Hausarzt* (“médico do lar”), prestando auxílio à população local por meio de medicina caseira, orientando-se por um *Doktor Buch* (“livro médico”).

alemã, evocando elementos recorrentemente imputados e associados à identidade construída pelos teuto-brasileiros: a ênfase no trabalho, a valorização da família e do espaço doméstico e a alusão a atividades e práticas de lazer desenvolvidas em âmbito comunitário e de modo associativo.

Imagem 33 – Fotografia com vista interna do museu do Richter's Hof.



Fonte: Elaborada pelo autor, 2019.

Imagem 34 – Detalhe de objetos localizados na fração esquerda do museu do Richter's Hof.



Fonte: Elaborada pelo autor, 2019.

Imagem 35 – Detalhe de objetos localizados na fração direita do museu do Richter's Hof.



Fonte: Elaborada pelo autor, 2019.

Deve-se assinalar duas observações quanto à coleção de objetos históricos de Richter. Em primeiro lugar, os objetos aparentam ter sido submetidos a procedimentos de restauração: os objetos em madeira parecem ter sido lixados e envernizados, enquanto os de metal aparentam

ter sido polidos. Nesse sentido, além de estarem extremamente limpos, possuindo um excelente estado de conservação, os objetos históricos adquirem até mesmo um aspecto recente e “novo”. Em segundo lugar, os critérios empregados por Richter para a inclusão de um objeto em sua coleção – isto é, a os critérios para a definição da “historicidade” do objeto – mostram-se bastante abrangentes, haja vista que a coleção compreende tanto objetos bastante rústicos – que podem ser associados ao período dos primórdios da colonização –, bem como objetos mais recentes e modernos, até mesmo alguns objetos que dependem da utilização de energia elétrica – caso dos aparelhos de rádio e da máquina de lavar³⁹⁴.

Os objetos do museu foram organizados e dispostos por Richter com base em critérios de utilidade. Isto é, instrumentos e objetos com finalidade igual ou semelhante apresentam-se agrupados, como se verifica, por exemplo, no caso dos rádios, dos utensílios de cozinha e das ferramentas de trabalho (machados, foices, furadeiras etc.). Mais interessante, ao refletirmos sobre a expografia do museu, procurando lê-la com vistas à identificação dos sentidos implicados na narrativa expográfica, constatamos que os objetos estão dispostos no museu segundo uma divisão espacial de gênero.

O espaço do museu parece estar dividido em duas frações, delimitadas por um pilar central de sustentação. Ao adentrarmos no museu, à esquerda da porta de entrada, encontramos instrumentos de trabalho, como as prensas, as pás e o pilão. Do lado oposto à parede onde está a porta de entrada, também na fração esquerda do museu, verificamos outros objetos de trabalho considerados “masculinos”, como machados, foices e furadeiras, além de uma espingarda. Junto a essa mesma parede, transpassando o pilar de sustentação e chegando à fração direita do museu, estão alocados os objetos domésticos e “femininos”, como ferros de passar, máquina de lavar, máquinas de costura e utensílios de cozinha. As malas, que remetem à experiência migratória e a viagens, uma atividade de natureza familiar, também estão localizadas na fração direita. O *Schwitzkasten*, ainda que tivesse pertencido a Franz Richter, se associa a uma dimensão privada da vida – a saúde –, estando localizada, portanto, na fração feminina do museu. Os chuveiros em latão, empregados em uma atividade privada e doméstica – a higiene pessoal – estão, igualmente, situados na fração direita da edificação.

³⁹⁴ Por exemplo, as máquinas de lavar Mueller Pioneira, que são representadas por um exemplar na coleção de Richter, começaram a ser fabricadas apenas a partir da década de 1950. Ver: EMPRESAS tradicionais: como manter viva a inovação e pioneirismo aos 70 anos de história. **G1**, 8 jul. 2019. SC Que Dá Certo. Disponível em: <https://g1.globo.com/sc/santa-catarina/sc-que-da-certo/noticia/2019/07/08/empresas-tradicionais-como-manter-viva-a-inovacao-e-pioneirismo-aos-70-anos-de-historia.ghtml>. Acesso em: 26 fev. 2021.

Como trabalhos socioantropológicos acerca da problemática das casas e da domesticidade demonstraram (BOURDIEU, 1999; CARVALHO, 2008; VOIGT, 2020a), segundo os princípios dominantes de visão e de divisão do mundo social – que operam com base em oposições como masculino e feminino, trabalho e domesticidade, público e privado, rua e casa –, a casa é entendida como o espaço por excelência da mulher, domínio da vida privada e da domesticidade, ao passo que o domínio masculino estaria associado à “rua”, ao espaço público e ao trabalho. Tais disposições e esquemas sociometais parecem estruturar³⁹⁵, de modo inconsciente, a organização dos objetos e a ordenação do museu por parte de Waldemar Richter: a fração esquerda comporta instrumentos de trabalho, utilizados fora de casa, além de comportar objetos que remetem ao mundo exterior, como os rádios. A fração esquerda, assim, é o polo masculino por excelência, representando o domínio do homem. A fração direita, o polo feminino, compreende o domínio da família, a dimensão privada e doméstica, e o trabalho feminino, com objetos que representam atividades socialmente atribuídas à mulher – como a alimentação e o vestuário.

O terceiro conjunto de objetos, de práticas esportivas e recreativas – que não pertencem ao espaço de habitação de uma família, mas essencialmente a espaços públicos, como associações e centros comunitários – está, de modo interessante, espalhado pelo museu, estando presente igualmente nas duas frações. Podemos verificar, na fração masculina, bolas de bolão; exatamente no centro do museu, junto ao pilar de sustentação, encontram-se uma bola e um pino de bolão; e, por fim, no polo feminino, estão alocadas uma placa de tiro ao alvo e uma réplica em madeira de uma espingarda. Assim, se formos racionalizar a expografia do museu, constatamos que tais objetos de lazer estão relativamente deslocados do espaço, haja vista que não pertencem ao espaço privado e doméstico. Ademais, tais objetos estão dispostos em ambos os polos do museu, na medida em que as práticas recreativas eram executadas fora do espaço da casa, comunitariamente e em família, por homens e mulheres.

Em frente ao museu do Richter’s Hof, está localizada a *Richter’s Maibaum*. Acopladas à árvore, encontram-se bandeiras (do Brasil, da Alemanha, do Rio Grande do Sul e da Baviera), bem como fotografias históricas de edificações em estilo enxaimel, ocupadas por membros da família Richter ao longo de suas trajetórias. Na Maibaum, encontramos a principal menção direta ao imigrante da família, Johann Kaspar Richter, em todo o espaço do Richter’s Hof.

³⁹⁵ No decorrer da interação com Richter, foi possível verificar concepções de gênero tradicionais: por exemplo, quando afirma que o homem e a mulher são a base da família imigrante, bem como quando procura justificar o fato de sua esposa ter permanecido no lar e não ter exercido atividades profissionais fora do espaço doméstico.

Segundo a placa acoplada à base da Maibaum, a família Richter tem “tradição” no enxaimel; a *Richter's Familienbaum* presta homenagem ao imigrante precisamente por meio da arquitetura típica.

Na base da Maibaum, está fixado ainda o brasão da família Richter. O brasão foi idealizado e criado pelo próprio Waldemar Richter. Em uma placa explicativa localizada ao lado do brasão, Richter esclarece a sua simbologia, apontando que o brasão faz menção: ao Morro dos Conventos, local do início da colonização de Lajeado; à família imigrante, representada pelo homem e pela mulher; à produção agrícola, por meio da cor amarela que representa a fartura das colheitas, do milho que representa o principal cultivo nativo, e do trigo, da cevada, do centeio e das videiras, que simbolizam as culturas importadas da Europa; à arquitetura imigrante, por intermédio da casa enxaimel; e à Baviera, terra de origem do imigrante Richter, representada pelas listras branca e azul e pelo brasão do estado. Como é sugerido por Woortmann (2000, p. 230), a identificação ou a criação de brasões por descendentes de imigrantes alemães é uma iniciativa que visa ao “enobrecimento” da família, implicando a busca por uma origem social distintiva – iniciativa que está associada, portanto, às estratégias de consagração social dos grupos familiares.

Imagem 36 – Fotografia do brasão da família Richter, fixado na base da *Richter's Maibaum*.



Fonte: Elaborada pelo autor, 2019.

Ainda que, em nível consciente e de discurso, o Richter's Hof preste homenagem ao imigrante Johann Kaspar Richter, fundador da genealogia familiar no Brasil, fato que se expressa na Maibaum e, ademais, no próprio nome atribuído ao lugar – Richter's Hof é a designação do local de nascimento de Johann Kaspar (RICHTER & SCHMIDT, 2018, p. 37) –

, esse lugar de memória tem como finalidade principal a construção da imagem pública do próprio Waldemar Richter, enquanto personagem mais destacado da família. Em intensidade muito maior do que se pôde verificar nas duas instituições de memória analisadas previamente, estamos defrontes a um lugar de memória destinado à consagração social do agente responsável por sua própria idealização e execução. Em outras palavras, o Richter's Hof – um espaço *de e para* Waldemar Richter – representa um investimento em memorização e consagração social que diz respeito, verdadeiramente, ao idealizador da instituição de memória – e não ao seu patrono. Em última instância, por meio da sua instituição de memória, Waldemar Richter visa garantir a construção e a preservação do seu legado.

4.5 ETNICIDADE, FAMÍLIA E NEGÓCIOS

Para encerrar este capítulo, gostaria de retornar ao início. Isto é, ao primeiro local que me foi apresentado por Waldemar Richter, o *Memorial Pioneiros de Conventos*. Esse monumento histórico opera como uma síntese explicativa sobre as inter-relações entre etnicidade, memória, família e empreendimento econômico. A discussão do memorial neste momento mostra-se privilegiada e a sua compreensão torna-se mais fácil, uma vez que já foram previamente apresentados e discutidos tanto a trajetória de Waldemar, bem como os seus agenciamentos no contexto da cidade de Forquethinha e do Richter's Hof.

O Memorial Pioneiros de Conventos está localizado no Urban Center Conventos, na região de Conventos³⁹⁶, berço da colonização de Lajeado. O Urban Center consiste num empreendimento de loteamento de iniciativa do Richter Gruppe e assinado pelo arquiteto urbanista Enio Luiz Perin. O Richter Gruppe Empreendimentos & Participações é uma empresa fundada pelo filho de Waldemar, José Paulo Richter, que conta com o envolvimento dos demais irmãos³⁹⁷, sediada em Lajeado, atuando no ramo de empreendimentos e loteamentos. O projeto do Urban Center, em estágio inicial, consiste em 48 terrenos de 640 a 1000 m², visando atrair estabelecimentos de comércio, negócios e serviços, além de moradia. Até o momento, está instalado na área um supermercado. Segundo o Richter Gruppe, o projeto se orienta pelos valores da sustentabilidade e visa ofertar “qualidade de vida para as pessoas”³⁹⁸.

³⁹⁶ Conventos é um bairro de Lajeado, situado a meio caminho entre os municípios de Lajeado e Forquethinha.

³⁹⁷ Os filhos de Waldemar iniciaram sua atuação empresarial com uma loja de automóveis. Posteriormente, mudaram de ramo, fundando o Richter Gruppe.

³⁹⁸ Informações extraídas de: RICHTER GRUPPE. **Urban Center Conventos**. Disponível em: <http://richtergruppe.com.br/projetos/urban-center/>. Acesso em: 17 fev. 2021.

No interior do empreendimento, em uma área valorizada do loteamento, foi determinado um espaço para um canteiro central com passeio, destinado ao uso comum. É nesse espaço em que está localizado o Memorial Pioneiro de Conventos. O memorial, projetado pelo engenheiro Everson Sérgio Kerbes e construído pelo Richter Gruppe, foi inaugurado em novembro de 2018 e repassado ao município (RICHTER, 2019, p. 345). O monumento, cujo formato remete a um navio veleiro, presta tributo às famílias “pioneiras” da colonização alemã em Lajeado, assentadas na área conhecida por Fazenda dos Conventos. Os 68 nomes de pioneiros registrados no monumento se baseiam em um “mapa estatístico da Fazenda dos Conventos”, de 1861, relatório elaborado pela empresa de colonização Baptista Fialho & Companhia para o governo da província do Rio Grande do Sul, que traz dados sobre a atividade agrícola, bem como uma relação das primeiras famílias afixadas na fazenda. O documento histórico foi alvo de análise por Waldemar Richter e pelo jornalista Heinz Schmidt em livro (RICHTER & SCHMIDT, 2018), resultado de pesquisa sobre famílias imigrantes “pioneiras” de Lajeado. Nesse sentido, a obra de Richter e Schmidt deu fundamento e orientação à execução do monumento histórico.

Imagem 37 – Fotografia do Memorial Pioneiros de Conventos, localizado no Urban Center Conventos, em Lajeado.



Fonte: Elaborada pelo autor, 2019.

É mister assinalar que o Memorial Pioneiros de Conventos se orienta segundo o mesmo *habitus* estruturante dos agenciamentos de Waldemar Richter no espaço público. O *habitus*, na sociologia de Pierre Bourdieu (2009), pode ser compreendido como o princípio que rege a ação,

isto é, como estruturas e esquemas mentais que geram práticas. De acordo com Bourdieu, o *habitus* se produz a partir da posição de classe ocupada pelo agente no espaço social e pela trajetória que desenvolve nos distintos campos sociais, sendo transmitido, sobretudo, no contexto familiar. Pode-se afirmar que o *habitus* é transmitido de modo quase “natural” no contexto das famílias, com a incorporação e a introjeção de práticas, valores e comportamentos, a partir da rotinização e da repetição das práticas sociais.

O *habitus* familiar, transmitido por Richter a seus filhos, predispõe práticas e intervenções no espaço público orientadas segundo critérios como a organização e o ordenamento do espaço, a limpeza, a beleza e a modernidade. Ademais, o espaço público deve estar “voltado às pessoas”. Tais critérios são compreendidos enquanto atributos étnicos, isto é, adquiridos dos imigrantes alemães e associados ao seu lugar de origem. Desse modo, a construção do espaço público pelo Richter Gruppe – tal se constata no que tange aos agenciamentos de Waldemar Richter enquanto político – se funda em critérios considerados étnicos (ordenamento, organização, limpeza e espírito comunitário), bem como critérios mnemônicos (produção de memória e de monumentos que prestam tributo aos antepassados e à imigração e colonização alemãs). Nesse sentido, é bastante sugestivo – e em nada surpreendente – o fato de os filhos de Waldemar terem desenvolvido um negócio precisamente no ramo da construção e de loteamentos.

Para além da transmissão impensada de princípios e de disposições por parte de Waldemar Richter a seus filhos – por meio de seus múltiplos agenciamentos no espaço público, orientados por critérios étnicos e mnemônicos –, no caso da família Richter podemos constatar também uma transmissão ativa e calculada de um *habitus* relacionado à etnicidade e à memória, bem como o investimento visando propiciar a aquisição de capital cultural por parte dos filhos. Na entrevista com Richter, é perceptível a centralidade do discurso de valorização da família e a importância atribuída à transmissão de práticas e de valores culturais, atributos associados à etnicidade inerente ao grupo familiar. Tal transmissão de valores culturais e étnicos se desenvolve, nesse contexto, por meio de intercâmbio cultural e de instrução formal. Assim, ganha relevo o fato de os filhos de Waldemar terem – assim como o pai – morado na Alemanha, por períodos de curta duração, com a finalidade de aquisição de experiências culturais. Ademais, seus filhos tiveram participação nos cursos sobre folclore alemão promovidos pela Associação Cultural Gramado (ACG)³⁹⁹, o que culminou com a sua atuação para a fundação e

³⁹⁹ Sobre os expressivos e influentes cursos de folclore alemão promovidos pela Associação Cultural Gramado, desde 1983, ver o segundo capítulo da minha monografia prévia (VOIGT, 2018).

a coordenação de grupos de dança folclórica alemã na região de Lajeado e Forquetinha. Por fim, podemos mencionar ainda o envolvimento dos filhos de Richter com a organização de festejos e de desfiles comemorativos municipais. No contexto de tais eventos, coordenados por Waldemar Richter, verifica-se a preocupação com a inserção e o envolvimento dos filhos com o intuito de inculcar valores e disposições culturais.

O papel e a influência de Waldemar Richter para a transmissão de valores e para a própria fundação do Richter Gruppe são reconhecidos de modo consciente pelos seus filhos. Em artigo no *blog* da empresa, além de mencionar a “paixão pela cultura alemã” do pai, é postulada uma relação intrínseca entre família e empresa no contexto do Richter Gruppe:

Enquanto empresa familiar, a Richter Gruppe carrega traços da personalidade dos três irmãos, que foram criados em uma família alicerçada em valores éticos e morais. Waldemar Laurindo [*sic*] Richter, o patriarca, é uma peça essencial nesta construção pessoal e profissional. Como figura pública e familiar, priorizou transmitir aos filhos virtudes e princípios humanos. Waldemar criou juntamente com sua esposa Olinda Richter os quatro filhos, Paulo César, José Paulo, Luis Carlos e Günter Heinz Richter. Disciplina e bons exemplos eram fatores muito presentes na infância dos irmãos, que sempre corresponderam à altura.⁴⁰⁰

O Memorial Pioneiros de Conventos é expressivo e interessante também por explicitar as relações entre, de um lado, a etnicidade e a memória, e, de outro, a ação econômica. Como foi demonstrado por um conjunto de estudos (KARAM, 2007; DÁVILA, 1997; ALBERTI, 1996), a identidade e a memória não podem ser encaradas como polos antagônicos em relação à iniciativa econômica. Além disso, devemos ter em mente que a exploração econômica de elementos como a memória e a etnicidade não constitui *per se* uma apropriação ou deturpação das práticas mnemônicas e identitárias sob a égide do mercado.

Ao elucubrar sobre as potencialidades turísticas do Parque Histórico de Lajeado – idealizado por Waldemar Richter –, Baller (2008, p. 134) argumenta que: “[...] o museu passa a ser um local para fixar as identidades e também para gerar recursos financeiros, tornando-se, dessa forma, um ‘bom negócio’”. Se a assertiva da autora é inteiramente correta – isto é, de que o investimento em um museu (e na memória, de modo geral) pode produzir retorno e dividendos econômicos –, poderíamos complementá-la a partir da realidade constatada no Memorial Pioneiros de Conventos: a saber, não apenas a memória e a etnicidade podem ser exploradas

⁴⁰⁰ RICHTER GRUPPE. **Waldemar Richter**: as raízes familiares da Richter Gruppe. 25 nov. 2016. Disponível em: <http://richtergruppe.com.br/waldemar-richter-as-raizes-familiares-da-richter-gruppe/>. Acesso em: 12 fev. 2021.

economicamente, mas podem também se constituir como elementos estruturantes de práticas na esfera econômica.

Dito de outro modo, enquanto princípios estruturantes transmitidos no contexto familiar, a etnicidade e a memória podem ser mais do que um “bom negócio”. Isto é, podem auxiliar na configuração de práticas econômicas, delineando os contornos de empreendimentos e estruturando a visão subjacente aos negócios. Se é bastante recorrente e estabelecido o argumento de que a ação econômica se relaciona e, em certos casos, determina e até mesmo deturpa as práticas identitárias e memorialísticas, o Memorial Pioneiro de Conventos nos coloca defrontes a um fenômeno em que, ao inverso, a etnicidade e a memória atuam como princípios estruturantes e constitutivos da ação econômica.

4.6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Como foi notado por um observador, “Waldemar Richter é incansável e não para” (AHLERT, 2019, p. 16). Podemos definir Richter como um idealizador, construtor e executor sistemático de monumentos e tributos à imigração e à colonização alemãs, numa escala que impressiona. As construções executadas por Richter situam-se na ordem do fantástico, isto é, de uma estética de realismo inacreditável.

Seu *modus operandi* consiste na realização de pesquisas históricas e genealógicas, que são publicadas em livros. Posteriormente, Richter executa a monumentalização dessa história e de memórias no espaço público. É bastante notável a articulação efetuada por Richter, um membro das elites cultural e política local, entre as suas pesquisas históricas e a construção pública da memória. Tal articulação explicita a sua atuação e a sua dupla notabilidade nas esferas da política e da intelectualidade/cultura, com a mobilização de recursos e de capitais de uma esfera para a outra.

Em tal contexto de imbricação entre intelectualidade e política, podemos mencionar, por exemplo: o Richter’s Hof e o monumento instalado na sepultura de seu antepassado, Johann Kaspar Richter, que se baseiam na obra que publicou sobre a família Richter (RICHTER, 1998); a construção do Parque Histórico de Lajeado, baseada em pesquisa prévia sobre as edificações históricas enxaimel localizadas na região (COLLISCHONN & RICHTER, 2000); o Museu Ernst Hermann Doebber, em Forquetinha, referenciado pela obra sobre a família Doebber (RICHTER, 2006); as nomenclaturas de ruas em Forquetinha, fundamentadas em pesquisa sobre imigrantes alemães “pioneiros” da cidade (RICHTER, 2019); e, por fim, o Memorial Pioneiros de Conventos, empreendimento executado pelo Richter Gruppe, substanciado pela

pesquisa de Waldemar Richter sobre famílias “pioneiras” da região de Conventos (RICHTER & SCHMIDT, 2018).

Desse modo, a pesquisa histórica de Richter é convertida em monumentos e em memória pública com a finalidade de produzir uma identidade e uma imagem representativa do lugar. Tal realidade se verifica de modo especial no contexto de Forquetinha, município emancipado recentemente – com apenas duas décadas de existência –, que foi alvo de um processo de construção e de definição de uma nova identidade. Os agenciamentos de Richter no espaço público implicam, em última instância, um esforço de ordenamento e de organização do espaço com base em critérios derivados da memória e do grupo étnico.

Tais critérios, como vimos, orientam ações nos domínios da cultura/intelectualidade – pesquisa e publicação de livros – e da política – isto é, a atuação de Richter enquanto parlamentar e administrador público –, bem como na esfera econômica – caso do empreendimento do grupo familiar, o Richter Gruppe. Nesse sentido, valores culturais e critérios étnicos constituem e são transmitidos no contexto do *habitus* familiar. Assim, a etnicidade e a memória, enquanto princípios que regem a ação, têm expressão em agenciamentos como: o memorial funerário ao antepassado da família; a idealização e a construção de prédios públicos, bem como de parques históricos e temáticos; o ordenamento do espaço urbano, com o planejamento de ruas e do seu sistema viário; os empreendimentos do grupo empresarial familiar que, igualmente, representam um esforço de ordenação do espaço e que, ademais, evocam a memória dos antepassados; e assim por diante.

Como foi argumentado, a etnicidade comporta uma dimensão de investimento. No caso de Waldemar Richter, a promoção da etnicidade e da memória teuto-brasileira no espaço público implicam, simultaneamente, a construção do seu legado. Dito de outro modo, seus feitos na esfera da produção intelectual/cultural e do domínio político – isto é, seus atos enquanto agente individual – são alçados ao nível de realizações publicamente relevantes, obtendo – ou visando obter – reconhecimento e deferência, o que representa, por extensão, uma estratégia de consagração social do agente⁴⁰¹. A criação e a construção de uma cidade étnica, sobretudo, é também a construção do legado do homem público que idealizou e dirigiu tal processo. Por sua vez, o Richter’s Hof – enquanto instituição particular de memória –, bem como suas publicações e pesquisas históricas – com recorrentes menções autobiográficas –, visam garantir a construção, a execução e a perpetuação desse legado.

⁴⁰¹ Em função da construção da cidade de Forquetinha, podemos mencionar o fato de Richter já ter sido, por exemplo, retratado como um “visionário” e como um homem com visões “que vão muito além do seu tempo” (AHLERT, 2019, p. 15-6).

Por fim, podemos afirmar que as construções executadas por Richter e, de modo especial, a cidade de Forquethina, possibilitam a compreensão da dimensão construída – e inventada – da etnicidade. Dito de outra forma, o patrimônio cultural não-aurático demonstra o arbitrário da construção social do monumento e, por extensão, da construção de categorias de identificação como o grupo étnico. Os patrimônios não-auráticos de Waldemar Richter explicitam, em última instância, o processo de construção da etnicidade e os investimentos nela implicados. Em tal processo, como foi sugerido, importam menos as alegadas características primordiais e mais a constante produção, demarcação e reprodução da diferença e da distinção.

5 CONCLUSÕES

Esta pesquisa demonstrou que o investimento na esfera da memória e, de modo mais específico, o estabelecimento de espaços institucionais memoriais de elite, constituem fenômenos disseminados contemporaneamente, que representam e podem ser compreendidos como estratégias de consagração social levadas a cabo pelos grupos dominantes. A memória, dessa forma, configura uma inequívoca estratégia de consagração social ao operar a legitimação, a autoafirmação, a autocelebração e a autopromoção de grupos de elite mediante a disseminação de representações públicas laudatórias acerca da prosperidade, do sucesso, da exemplaridade e da relevância de grupos empresariais familiares nos contextos socioespaciais em que estão inseridos.

Como foi asseverado, a memória e a sua institucionalização são recursos centrais à definição da autoimagem de grupos de elite, à delimitação e à alimentação do legado de personagens históricos, bem como à construção de simbologias de base étnica e política. Por meio de agenciamentos na esfera da memória, os grupos dominantes executam um esforço de controle da própria imagem na esfera pública, que tem por objetivo e efeito a interferência nos sentidos atribuídos à história e a circunscrição de lugares singulares e relevantes de inscrição na memória histórica, assim como a produção e a disseminação de imagens representativas de lugar e de representações identitárias aos contextos citadinos de referência.

Ao longo do desenvolvimento e da apresentação desta pesquisa foram identificados e analisados um conjunto vasto de acontecimentos, processos, objetos e fontes associados à experiência da memória, que constituem indícios de iniciativas de autoconsagração ou da consagração social efetiva de agentes sociais de elite, tais como: as instituições de memória e os museus; as biografias e as autobiografias; os livros de memória empresarial e as publicações comemorativas; as “últimas homenagens” e as homenagens póstumas; os bustos, as estátuas e os monumentos; as nomenclaturas de vias públicas e de edificações; os prêmios, os títulos e as honrarias; os eventos comemorativos e de celebração de datas históricas; as exposições públicas etc. Evidentemente, tais acontecimentos, processos e objetos, amplamente constatados no caso em análise – isto é, no que se refere a elites econômicas e étnicas –, não se restringem exclusivamente a essa modalidade de grupo dominante, sendo verificáveis em variadas esferas sociais e espaços profissionais de atuação. Nisso reside, espera-se, um dos potenciais heurísticos desta pesquisa, que tencionou oferecer indicativos metodológicos e de fontes para o desenvolvimento de estudos futuros, que se voltem ao problema das elites na interface com a questão da memória.

Meu objetivo, neste breve capítulo conclusivo, é colocar as instituições de memória analisadas ao longo do estudo em perspectiva, indicando as afinidades, as similitudes e as distinções entre as mesmas. Além de explicitar as especificidades das narrativas e dos agenciamentos levados a cabo por cada uma das instituições, esse exercício nos permite apresentar formulações mais gerais e abrangentes às questões teóricas levantadas pela pesquisa. Nesse sentido, o cotejo das instituições de memória toma por base as principais chaves analíticas mobilizadas no decorrer do trabalho – que são mais bem compreendidas, como se verá, quando as consideramos de modo articulado –, a saber: a natureza dos objetos e da narrativa expográfica institucional, o discurso de legado promovido pelas instituições, os usos sociais e as apropriações da etnicidade e da memória, a influência dos contextos socioespaciais para as narrativas veiculadas institucionalmente, os agenciamentos em termos de produção e de disseminação de imagens representativas de lugar para os contextos citadinos de referência, os dividendos simbólicos e materiais do investimento em memória e em etnicidade e, por fim, a eficácia das estratégias de consagração das famílias empresariais de elite “alemãs”.

Principiemos com a questão da natureza dos semióforos contidos e expostos em cada uma das instituições de memória. Com base nas informações apresentadas no decorrer da pesquisa, é possível atestar diferenças significativas em termos dos objetos de memória, o que, obviamente, tem impacto nas narrativas expográficas veiculadas pelas instituições. No caso do Museu Hering, verificamos sobretudo um conjunto de artefatos ligados à atuação industrial do grupo familiar, tais como máquinas, indumentárias, dispositivos que tematizam o processo fabril etc. Ademais, o próprio Museu está situado em um parque industrial, concebido como patrimônio arquitetônico. Tais semióforos, assim, narram a memória empresarial da Cia. Hering no contexto da história do vestuário e da moda no país, cerne do discurso de legado promovido pelo grupo familiar. O Instituto Carl Hoepcke, por sua vez, apesar de compreender alguns objetos ligados à atuação empresarial do grupo familiar, está localizado em uma antiga residência pessoal, que assume o formato de casa-museu. A narrativa, portanto, representa um espaço doméstico e de sociabilidade em contexto urbanizado. Mais importante, o espaço – um casarão, localizado em área nobre de uma capital de estado – opera a representação pública de uma família com hábitos elitizados, com artefatos que funcionam como signos de riqueza, além de constituir um vestígio histórico e material da fusão das elites emergentes teuto-brasileiras com as elites tradicionais. O Richter's Hof, por fim, executa a representação da vida rural de uma comunidade alemã, bem como dos hábitos e dos costumes dos primeiros colonos a partir de um conjunto de semióforos colecionados por seu proprietário, que consistem em objetos domésticos, de trabalho e de lazer.

Por esse caminho, pode-se afirmar que os artefatos contidos e expostos em instituições de memória associadas às elites estão intimamente ligados aos atributos sociais característicos dos agentes dos quais se originam. Tais objetos, além de representarem uma fonte de capital simbólico aos seus proprietários e guardiães, constituem um profícuo indicador da posição social ocupada e reivindicada por agentes integrantes das elites, além de fornecerem pistas sobre os contextos socioespaciais em que desenvolvem suas trajetórias, bem como sobre a imagem pública que produzem e procuram associar a si próprios.

No que se refere ao discurso de legado, podemos constatar igualmente especificidades significativas nas três instituições de memória. Na medida em que o legado compreende uma invenção discursiva acerca dos feitos e das realizações de um personagem – e, por extensão, do seu grupo familiar e das iniciativas empresariais que estabeleceram –, que possuiriam exemplaridade e relevância em termos históricos e sociais – isto é, que seriam dignos de memória –, é válido recapitular quais seriam, na visão disseminada pelas instituições de memória, as contribuições à história legadas pelos agentes memorializados, determinando, assim, as particularidades das narrativas consagradas produzidas e veiculadas pelas famílias empresariais de elite “alemãs”.

No Instituto Carl Hoepcke, o discurso de legado está relacionado à contribuição do patrono para a introdução do progresso e para o desenvolvimento social e econômico no contexto de Santa Catarina e do Brasil. Como os feitos e as realizações de Carl Hoepcke são associados à disposição para o trabalho, à industriabilidade, à modernidade e ao pioneirismo e, na medida em que tais características são compreendidas como atributos étnicos – como vimos, o “trabalho alemão” está na base das concepções e das representações sobre a teuto-brasilidade –, o legado de Hoepcke passa a ser, simultaneamente, o legado da imigração e da colonização alemã no país. Dessa forma, por meio do trabalho, Carl Hoepcke, de modo destacado – e os imigrantes alemães, de modo geral –, teriam contribuído com o progresso material da sociedade brasileira, feito dotado de relevância histórica para o país.

No Museu Hering, o discurso de legado produzido e disseminado institucionalmente refere-se à contribuição de Hermann Hering e de seu grupo familiar para a história do vestuário e da moda no Brasil, contexto em que, como foi argumentado, a simbolização da camiseta – enquanto artefato representativo da identidade nacional – configura uma estratégia de primeira ordem. Desse modo, ao invés de apanágios étnicos, o discurso memorialista enfatiza elementos relevantes atualmente aos negócios e à atuação econômica da Cia. Hering, uma das maiores empresas do ramo do vestuário no país.

Já no Richter's Hof, o discurso de legado aproxima-se, uma vez mais, de representações acerca da etnicidade alemã. O legado de Waldemar Richter, salvaguardado, atualizado e promovido em uma instituição particular de memória, ressalta a sua contribuição cultural – mormente a produção de pesquisas e a publicação de obras que versam sobre a história da imigração e da colonização alemã – e a sua contribuição política – enquanto agente responsável pela emancipação e instituição de um município, concebido e planejado como um tributo à memória da imigração, bem como as suas múltiplas intervenções no espaço público voltadas ao estabelecimento de monumentos à história dos imigrantes.

Nesse contexto, é pertinente sublinharmos outra distinção expressiva entre as instituições de memória analisadas: ao passo que o Instituto Carl Hoepcke e o Museu Hering são resultado dos agenciamentos de herdeiros, que visam promover a memória de antepassados que imigraram ao Brasil em período histórico relativamente longínquo – Carl Hoepcke e Hermann Hering imigraram na segunda metade do século XIX, tendo falecido nas primeiras décadas do século XX –, o Richter's Hof é um investimento originado no próprio titular do legado, que não é um imigrante, mas integra a sexta geração da família no Brasil. Ainda que, em nível discursivo, o Richter's Hof preste tributo à memória de Johann Kaspar Richter, imigrante fundador da genealogia familiar no país, mostra-se bastante evidente que o sentido da instituição é contribuir com a promoção da imagem pública e com a consagração da memória e da trajetória do seu fundador, Waldemar Richter. Em outras palavras, o Richter's Hof configura uma modalidade de intervenção de Waldemar Richter no domínio da memória, produzindo e alimentando narrativas sobre as suas realizações de relevância em termos sociais e históricos no âmbito do município de Forquethina e região.

O discurso de legado presente nas instituições de memória nos remete aos usos da etnicidade e aos modos pelos quais ela é acionada e mobilizada (ou não) nas estratégias de memorialização dos agentes. A pesquisa demonstrou que a etnicidade pode ser compreendida no sentido de capital simbólico, enfatizando as dimensões de investimento e de escolha implicadas nas identificações de base étnica, o que representa, em minha perspectiva, uma das principais contribuições teóricas desta tese.

Quanto ao Instituto Carl Hoepcke, o próprio estabelecimento dessa instituição de memória representa um ato de escolha étnica realizado por Annita Hoepcke da Silva, haja vista que a sua origem social e trajetória são marcadas pelo pertencimento a uma dupla condição e *status* de elite, isto é, por uma experiência social clivada entre a origem materna (elite empresarial emergente teuto-brasileira) e a origem paterna (elite política tradicional luso-brasileira).

No caso de Waldemar Richter, além do aspecto subjetivo da identificação étnica – isto é, do fato de que ela depende de um ato de escolha –, podemos atestar a dimensão de investimento da etnicidade – que constitui uma fonte de recursos de ordem simbólica, social, cultural, linguística etc. –, o que se explicita por meio dos dividendos obtidos pelo agente, ou seja, das possibilidades de formação educacional e cultural, do acesso a postos profissionais e, sobretudo, dos dividendos políticos, que se expressam no reiterado sucesso eleitoral, o que, como é reconhecido pelo próprio Waldemar Richter, está ligado à sua atuação em defesa da cultura alemã. Ademais, como foi argumentado, os agenciamentos memorialistas de Richter no espaço público nos permitem enfatizar o caráter construído e “inventado” da etnicidade, quando consideramos as propriedades não-auráticas dos patrimônios estabelecidos pelo agente.

O Museu Hering, por sua vez, atesta o caráter de escolha e de investimento da etnicidade por contraste, na medida em que as representações sobre a etnicidade alemã são ofuscadas pelo “discurso da diversidade” e pela valorização de minorias sociais – que dá visibilidade, por exemplo, a aspectos como o gênero, a raça e a orientação sexual –, discurso que se afigura como mais lucrativo economicamente à representação da imagem pública junto aos consumidores para uma empresa com inserção e projeção no mercado nacional, se comparado à promoção de uma narrativa de base étnica potencialmente excludente.

Se a etnicidade não constitui um objeto de investimento em todas as iniciativas consideradas, a memória, por outro lado, representa um recurso onipresente às estratégias levadas a cabo pelos grupos empresariais familiares analisados. Como foi demonstrado, no caso do Museu Hering, a memória consiste essencialmente em uma estratégia empresarial, servindo à promoção das marcas controladas pela Cia. Hering, bem como da imagem pública da companhia enquanto uma empresa socialmente responsável. O uso empresarial da memória – reconhecido de modo consciente por agentes ligados ao Museu Hering – se explicita, por exemplo, por meio dos recursos expositivos que tematizam o processo produtivo da empresa, as suas campanhas publicitárias e a questão da moda, que desempenham um papel central nesse espaço expográfico e museal.

Do mesmo modo, a memória afigura-se como um recurso relevante às iniciativas empresariais da família Hoepcke. Nos empreendimentos imobiliários executados pelo grupo no presente, constata-se um uso recorrente da memória, por exemplo, por meio da inserção de objetos históricos relacionados às iniciativas empresariais da família no passado, assim como painéis com informações e fotografias que tematizam a história do grupo familiar e do seu patriarca. Ademais, imagens dos semióforos e da residência onde está situado o Instituto Carl Hoepcke serviram à ilustração do texto sobre a história do grupo empresarial e familiar, na

página da empresa na internet. Nesse contexto, é válido lembrar ainda que as iniciativas empresariais da família são executadas em áreas onde se localizam edificações históricas utilizadas pelo grupo empresarial no passado, que são integradas aos novos empreendimentos, sob o ímpeto de fazer conviver o “antigo” com o “moderno”. De modo geral, pode-se argumentar que a memória sobre a família e, principalmente, sobre a sua atuação empresarial, produz um capital simbólico não desprezível ao desenvolvimento dos negócios na atualidade. Além disso, como foi mencionado, as habilidades e as qualidades empresariais associadas a Carl Hoepcke e seu grupo familiar são compreendidas como características de origem étnica; desse modo, além dos usos econômicos da memória, podemos atestar a produção de narrativas que relacionam a atuação econômica do grupo com o aspecto da etnicidade.

No que tange à família Richter, pode-se aferir que a memória e a etnicidade são aspectos disseminados nas iniciativas empresariais familiares, no contexto do Richter Gruppe. A memória e a etnicidade não são apenas um recurso mobilizado no contexto empresarial; mais do que isso, as narrativas de memória e as concepções de base étnica constituem elementos estruturantes das ações de base econômica, como se explicita sobretudo no contexto do Memorial Pioneiros de Conventos, discutido em detalhes previamente. Como foi salientado, o mesmo *habitus* que estrutura a intervenção no espaço público e o estabelecimento de monumentos por Waldemar Richter – orientado segundo critérios étnicos e mnemônicos – é reproduzido no contexto familiar, sendo mobilizado pelos filhos de Waldemar em sua atuação empresarial. Em outras palavras, um conjunto de atributos considerados étnicos – ordenamento e organização espacial, limpeza, uso comum e comunitário do espaço –, presentes nos agenciamentos de Waldemar Richter enquanto político, orientam os negócios levados a cabo pelo Richter Gruppe, empresa que atua precisamente no ramo imobiliário e de empreendimentos, cujas iniciativas – como o Urban Center Conventos – delegam centralidade à memória e à definição de lugares destinados à promoção da história da imigração e da colonização alemã.

Com base na análise das instituições de memória e dos grupos familiares considerados nesta pesquisa, é possível atestar um conjunto variado e abrangente de usos econômicos da memória e da etnicidade, que constituem recursos relevantes às estratégias empresariais de tais grupos. A história, narrada na forma de memória, consiste em um capital simbólico às famílias empresariais de elite “alemãs”, operando como uma representação da estabilidade, da solidez e da confiança que se pretende associar ao grupo familiar e empresarial. Depreende-se, dessa forma, que tanto a memória quanto a etnicidade não estão alheias aos mais distintos interesses dos agentes sociais, inclusive aqueles de natureza econômica. Desse modo, a ação econômica

e empresarial, a materialidade e a utilidade não podem ser compreendidas como polos opostos e antagônicos à memória, à etnicidade, ao simbólico e ao significado; ao contrário, tais domínios devem ser interpretados em suas relações, intersecções e múltiplas apropriações. Em minha visão, uma das principais conclusões a qual foi possível chegar com a realização desta pesquisa consiste na constatação de que o “simbólico” – expresso em narrativas de memória e em formulações e representações étnicas – não constitui uma entidade isolada e imaculada de interesses e de usos materiais, em que residiria uma suposta “autenticidade” histórica. Pelo contrário, o simbólico mantém com a ação econômica uma relação constante, íntima e recíproca.

A reflexão sobre os usos e as apropriações da etnicidade e da memória nos direciona à outra questão extremamente pertinente, a saber, a influência e as determinações dos contextos socioespaciais e citadinos para a conformação das iniciativas memorialistas das famílias empresariais de elite “alemãs”, bem como as modalidades de intervenção das instituições de memória por elas estabelecidas nas imagens públicas e representativas de lugar. A memória, por motivos óbvios, é uma experiência associada e compreendida em sua relação com a categoria de tempo; esta pesquisa demonstrou, todavia, que é igualmente necessário considerar a variável espaço quando refletimos sobre as narrativas que produzem interpretações e definições do passado histórico. As instituições de memória analisadas estão engajadas na produção e na disseminação de imagens e de representações públicas para as cidades e as regiões onde estão localizadas ou, no mínimo, são influenciadas por esse imagético.

Nos agenciamentos das elites empresariais “alemãs” em termos da disseminação pública de sentidos identitários e de imagens representativas de lugar, as concepções de etnicidade e de legado produzidas e veiculadas por suas instituições de memória ocupam um papel central. Em outros termos, ao intervirem no espaço público, as instituições de memória procuram disseminar uma imagem germanizada para as cidades onde se inserem – ou, ao menos, delimitar um espaço para os alemães no imagético do lugar –, definindo, alimentando e atualizando o legado da imigração e da colonização de origem germânica no contexto social, espacial e urbano de referência. De certo modo, podemos postular a existência de uma correlação de forças que define o que deve ganhar relevância na cidade, isto é, que estabelece as imagens “legítimas” que representariam a história e a identidade de um lugar no espaço público; as instituições de memória de famílias empresariais de elite “alemãs” podem ser compreendidas, precisamente, como agenciamentos e intervenções nessa correlação de forças.

Colocar em perspectiva três instituições de memória localizadas em contextos socioespaciais distintos mostrou-se um exercício profícuo para a compreensão dos processos

de intervenção e de construção da memória e de imagens representativas de lugar no espaço público. Como vimos, em Florianópolis a imagem dominante está associada a uma identidade lusitana, mais precisamente de base açoriana. Em um contexto de hegemonia da açorianidade, o Instituto Carl Hoepcke está engajado com a delimitação de um lugar para os alemães no imagético cidadão. A narrativa disseminada pela instituição enfatiza o legado dos imigrantes e dos colonizadores alemães para o progresso e o desenvolvimento socioeconômico da cidade. Na visão do grupo familiar Hoepcke, se o desenvolvimento de Florianópolis foi possível apenas pela ação e pelo trabalho de indivíduos etnicamente alemães – e, dentre eles, destacadamente Carl Hoepcke –, o imagético do lugar e a memória pública devem prestar o devido reconhecimento ao grupo étnico alemão e seus principais expoentes.

A paisagem de competição identitária constatada em Florianópolis não se verifica nos contextos de Blumenau e de Forquethina, nos quais a germanidade constitui a identidade e a imagem representativa de lugar dominante. No que se refere ao Museu Hering, a instituição coloca em segundo plano a promoção da memória e da etnicidade germânica – dominante naquele contexto e veiculada por várias instituições museais municipais blumenauenses –, disseminando uma narrativa histórica mais particularista, que enfatiza o tema da moda e a história empresarial e industrial da Cia. Hering, o que, como foi argumentado, associa-se à principal finalidade dessa instituição de memória, isto é, a promoção da imagem pública e das marcas associadas à companhia junto a consumidores e ao mercado.

Por sua vez, no pequeno município de Forquethina – de paisagem rural, não cidadina – o imagético do lugar está integralmente associado à germanidade, resultado dos múltiplos agenciamentos de Waldemar Richter, sejam aqueles de natureza privada – como o Richter's Hof e o Memorial Pioneiros de Conventos –, mas, principalmente, as ações enquanto agente público, por meio dos quais se estabeleceu a germanidade como imagem oficial do município. Como foi sublinhado, em Forquethina a germanidade constitui uma fronteira étnica em marcos públicos, oficiais, políticos e administrativos. Ademais, a identificação de base étnica constitui um recurso importante à legitimação da própria existência do município, emancipado recentemente, isto é, a cultura e a identidade particulares do local servem à produção dos fundamentos históricos para um município cuja história, oficialmente, possui pouco mais do que duas décadas.

Uma particularidade das iniciativas empresariais das famílias Richter e Hoepcke constitui, em minha visão, fator não desprezível à compreensão da natureza eminentemente pública dos agenciamentos e das intervenções desses grupos familiares no âmbito da memória e da etnicidade. Tanto a família Richter quanto a família Hoepcke possuem, na atualidade,

atividades empresariais nos ramos imobiliário e de empreendimentos. Tais atividades de natureza econômica representam uma possibilidade de intervenção no ordenamento do espaço e de disseminação da memória e da etnicidade alemã no imagético do lugar, por exemplo, por meio da delimitação de lugares nos empreendimentos destinados à memória da imigração alemã, na reprodução de fotografias e de painéis informativos sobre a história dos alemães, na nomenclatura adotada por tais empreendimentos, bem como na própria visibilidade material que possuem no espaço. Assim, essas atividades empresariais criam e projetam representações sobre o grupo étnico no espaço público, constituindo um recurso importante para a promoção da germanidade no imagético dos contextos socioespaciais e citadinos em que as instituições de memória e os grupos familiares empresariais estão inseridos.

Por fim, gostaria de abordar a questão dos efeitos produzidos pelas estratégias de consagração social das elites empresariais “alemãs” ou, mais precisamente, o problema da eficácia das estratégias de “autoconsagração”. Essa reflexão é importante na medida em que uma estratégia de consagração social – como a memorialização via institucionalização –, só adquire pleno sentido quando encontra confirmação e reconhecimento por parte de instâncias externas e autorizadas. Ademais, uma consideração sobre a eficácia das estratégias de consagração nos remete à questão dos dividendos simbólicos de tais agenciamentos, que se mostra relevante especialmente pelo fato dos lucros e dos rendimentos simbólicos serem apropriados pelos herdeiros dos personagens memorializados e consagrados, o que contribui, assim, para a própria compreensão dos sentidos do investimento em memória e em etnicidade.

Com base na argumentação apresentada ao longo desta pesquisa, é possível afirmar que as estratégias de promoção de legado e de consagração social levadas a cabo pelas famílias empresariais de elite “alemãs” mostraram-se eficazes, na medida em que a relevância histórica e social dos personagens memorializados foi reconhecida por instâncias consagradoras externas às instituições de memória, posicionadas sobretudo nas esferas da política, da cultura e da intelectualidade/academia. No tocante a Carl Hoepcke, como foi mencionado, as iniciativas de consagração do personagem foram confirmadas por meio do reconhecimento produzido por relevantes instituições políticas como, por exemplo, a Assembleia Legislativa do Estado de Santa Catarina, que prestou homenagem ao empresário em 2003. O reconhecimento e o sentido de deferência à memória de Carl Hoepcke se estenderam também à principal descendente engajada na promoção do seu legado, Annita Hoepcke da Silva, que, assim, foi herdeira tanto do capital econômico quanto simbólico de seu bisavô. Dona Annita recebeu várias homenagens e honrarias como, por exemplo, o título de cidadã honorária do município de São Pedro de Alcântara e o empréstimo do seu nome à Casa de Memória de Florianópolis.

A mesma realidade pode ser constatada no caso do Museu Hering, no qual a obtenção de financiamento por meio de editais e de programas de fomento promovidos por instituições políticas ligadas à promoção da cultura no país como, a título de exemplo, a Lei de Incentivo à Cultura do Ministério da Cultura e o prêmio outorgado pelo Instituto Brasileiro de Museus, representam e são interpretados pelos agentes vinculados à instituição como um reconhecimento da relevância da memória da empresa e da família Hering para a história nacional.

Por último, no que tange a Waldemar Richter, as suas iniciativas voltadas à promoção da memória e da etnicidade alemãs foram consagradas por meio do recebimento de preitos e honorarias, tais como a homenagem mencionada anteriormente, prestada pela Associação Nacional de Pesquisadores da História das Comunidades Teuto-Brasileiras, além de uma honraria recebida mais recentemente, no corrente ano de 2022, quando foi convidado a ser o escritor homenageado da Feira do Livro do município de Lajeado. Para além de tais manifestações de reconhecimento, que se originam da esfera intelectual e acadêmica, deve-se mencionar uma vez mais o sucesso político obtido por Richter em sucessivos pleitos eleitorais, que representa, de certa maneira, um reconhecimento público à trajetória e às realizações do agente.

Em minha visão, o reconhecimento conferido pela academia, mediante a realização de pesquisas científicas, constitui uma modalidade relevante de confirmação das estratégias de consagração social e de promoção de legado levadas a cabo por grupos de elite. Esse fato se comprova quando consideramos a recorrência das menções a trabalhos acadêmicos e à visita de pesquisadores, por parte de agentes vinculados às instituições de memória analisadas nesta tese. Partindo do pressuposto de que a universidade e a ciência são instâncias autorizadas e “legítimas” de produção do conhecimento, é indispensável problematizar os efeitos que esse conhecimento produz em relação aos sujeitos de pesquisa, isto é, é mister considerar em que medida uma pesquisa acadêmica pode confirmar e validar as estratégias executadas pelos agentes e a própria consagração social de personagens submetidos a um trabalho de memorialização. Executando essa problematização, apresentada a seguir, encerro as conclusões decorrentes deste estudo.

Luciana Heymann (2007b), ao tematizar o legado do Estado Novo, apresenta, de modo bastante pertinente, o questionamento acerca do papel de acadêmicos e de cientistas para a conformação e a alimentação do discurso memorial em torno da figura de Getúlio Vargas. Nas palavras da autora:

As ações que tomam o legado como justificativa o reproduzem. Nesse movimento, sem dúvida, promovem o conhecimento histórico, difundem acervos, aproximam o público de parcelas importantes da história do país. Nesse mesmo movimento, porém, os legados ganham novas roupagens e tratamentos, ao mesmo tempo em que se mantêm e ganham fôlego, preservando-se a si mesmos e aos agentes que a eles se associam. O capital – seja social, acadêmico ou político – desses agentes será tanto mais valorizado quanto maior a importância e atualidade do legado. Nesse sentido, a ação que *nós*, pesquisadores e instituições de memória, empreendemos tem sido fundamental na modelagem do legado varguista (HEYMANN, 2007b, p. 6-7, grifo da autora).

Em outras palavras, ao tomar uma elite como objeto de pesquisa, o que se justifica tendo em vista a influência e o poder à disposição dos grupos dominantes, acaba-se por atribuir visibilidade e confirmar a posição social ocupada e reivindicada por tais agentes sociais. Desse modo, uma pesquisa acerca de um agrupamento dominante – seja sobre o legado histórico de um integrante das elites, seja sobre qualquer outro aspecto ou recorte analítico – produz um duplo efeito e resultado social: ao mesmo tempo em que se produz conhecimento científico relevante à compreensão dos mecanismos de dominação vigentes em dada sociedade, acaba-se por reproduzir tais mecanismos, contribuindo-se para a valorização do capital simbólico associado às elites.

Dessa forma, o problema dos efeitos sociais consagradores da pesquisa científica sobre grupos de elite mostra-se, em minha perspectiva, um tema incontornável aos estudiosos do tema. Nesse sentido, o questionamento fundamental ao sociólogo das elites pode ser expresso nos seguintes termos: se a consagração social se define como o reconhecimento público conferido por uma instituição “legítima” sobre a relevância de um agente social ou de um personagem histórico, é possível que uma pesquisa acadêmica que identifique e analise um grupo de elite não opere, em alguma medida – nem que seja por meio do reconhecimento da relevância de tal grupo enquanto um objeto de pesquisa –, a sua consagração social?

Esse questionamento relaciona-se ao debate acerca da identificação e da nomeação dos agentes de elite analisados nas pesquisas sobre o tema. Isto é, uma das alternativas encontradas pelos sociólogos das elites consiste no ocultamento dos nomes próprios dos agentes analisados, enfocando as propriedades sociais que definem a condição de uma dada elite – contexto em que o método da prosopografia tem sido empregado com frequência, de modo bastante pertinente. A alternativa, de fato, evita o efeito consagrador do trabalho científico. Todavia, ela não me parece viável no contexto de estudos sobre elites que empregam um ponto de vista histórico – isto é, para os quais os personagens, as ações e os acontecimentos históricos mostram-se incontornáveis –, nem me parece produtiva caso a pesquisa tenha também por propósito a

produção de informações e de conhecimento de caráter documental acerca de um dado espaço social e dos agentes que nele ocupam as principais posições.

Não obstante, caso o estudo identifique e denomine os sujeitos históricos analisados, ele estará, de modo inevitável, contribuindo para a consagração de tais agentes sociais ao operar o reconhecimento da sua posição dominante em determinada esfera social. Ainda que, evidentemente, uma pesquisa científica não realize – nem deva realizar – a disseminação de representações públicas laudatórias e celebrativas sobre a excelência de um agente, é indubitável que, ao tomar um determinado agente ou grupo como objeto, está-se atribuindo relevância ao mesmo, uma vez que nenhum pesquisador define um objeto que lhe pareça insignificante.

Frente à constatação dos efeitos consagradores da pesquisa científica sobre os grupos dominantes, parece-me haver dois tipos de postura possíveis. A primeira consiste em ignorar os grupos de elite como objeto legítimo de estudo, que parece ser a tendência de boa parte da ciência social produzida no contexto brasileiro nas últimas décadas – tendo em vista a predileção temática por grupos sociais oprimidos e situados no polo da “pobreza” – e, ademais, uma posição advogada nos corredores de departamentos e nos intervalos de alguns eventos acadêmicos. Ao contrário, se considerarmos que as elites são um objeto legítimo de pesquisa e, ademais, importante para a compreensão das dinâmicas da vida social, um segundo tipo de postura é necessária.

Em primeiro lugar, é imperioso reconhecer e refletir, de modo honesto, sobre os efeitos sociais produzidos pela pesquisa. Em seguida, são indispensáveis alguns procedimentos de natureza teórica e metodológica para o estudo dos grupos dirigentes. Tais procedimentos referem-se à vigilância metodológica e ao esforço autorreflexivo da pesquisa, bem como ao necessário distanciamento em relação aos discursos e às autoimagens próprias aos grupos de elite. Nesse sentido, o pesquisador obviamente não pode assumir ou reproduzir as narrativas consagradoras e o discurso de legado produzidos pelos agentes; ao contrário, cabe ao sociólogo deslindar as propriedades sociais que possibilitam as tomadas de posição dominantes, a composição e a reprodução dos grupos de elite, os recursos sociais disponíveis e mobilizados por tais agentes, assim como as estratégias de consagração social e os mecanismos de construção e de atualização do legado levados a cabo por parte dos grupos dirigentes.

Portanto, o que importa é contrabalancear os efeitos sociais dos estudos sociológicos – no caso aqui em análise, a consagração social de grupos dominantes e a alimentação do seu legado histórico – com a maior dose de sociologia possível, nos marcos da chamada sociologia da sociologia, refletindo, assim, sobre o próprio empreendimento e fazer científico, seus efeitos

e impactos, bem como seus usos sociais por parte dos agentes nas mais diversas lutas sociais, materiais e simbólicas.

REFERÊNCIAS

- ABREU, Regina. **A fabricação do imortal: memória, história e estratégias de consagração no Brasil**. Rio de Janeiro: Rocco; Lapa, 1996.
- ABREU, Regina. Os museus como desafios para a antropologia. *In*: TAMAZO, Isabella; GONÇALVES, Renata de Sá; VASSALLO, Simone (org.). **A antropologia na esfera pública: patrimônios culturais e museus**. Goiânia: Editora Imprensa Universitária, 2019. p. 181-194.
- ALBERTI, Verena. Vender história? A posição do CPDOC no mercado das memórias. *In*: CONFERÊNCIA INTERNACIONAL DE HISTÓRIA DE EMPRESAS, 3., 1996, Niterói. **Anais eletrônicos** [...]. Rio de Janeiro: CPDOC, 1996. Disponível em: <http://hdl.handle.net/10438/6766>. Acesso em: 10 nov. 2020.
- ALHEIT, Peter. Migração e biografia: aspectos históricos de um relacionamento emocionante. **História – Debates e Tendências**, Passo Fundo, v. 19, n. 2, p. 165-178, maio/ago. 2019. Disponível em: <https://doi.org/10.5335/hdtv.2n.19.9423>.
- ALPERS, Svetlana. The museum as a way of seeing. *In*: KARP, Ivan; LAVINE, Steven D. (org.). **Exhibiting cultures: the poetics and politics of museum display**. Washington; London: Smithsonian Institution Press, 1991. p. 25-32.
- APPADURAI, Arjun. Introdução: mercadorias e a política de valor. *In*: APPADURAI, Arjun (org.). **A vida social das coisas: as mercadorias sob uma perspectiva cultural**. Niterói: Editora da UFF, 2008. p. 15-88.
- ASSMANN, Jan. Collective memory and cultural identity. **New German Critique**, n. 65, p. 125-133, spring – summer 1995. Disponível em: <https://doi.org/10.2307/488538>.
- ATHIAS, Renato. Museus etnográficos: abordagens e perspectivas na contemporaneidade. *In*: TAMAZO, Isabella; GONÇALVES, Renata de Sá; VASSALLO, Simone (org.). **A antropologia na esfera pública: patrimônios culturais e museus**. Goiânia: Editora Imprensa Universitária, 2019. p. 195-229.
- BALLER, Gisele Inês. **Espaços de memória e construção de identidades: estudo de dois casos na região de colonização alemã no RS**. 2008. 156 f. Dissertação (Mestrado em História) – Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2008. Disponível em: <https://lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/14927/000667328.pdf>.
- BARTH, Fredrik. Grupos étnicos e suas fronteiras. *In*: POUTIGNAT, Philippe; STREIFF-FENART, Jocelyne. **Teorias da etnicidade**. Seguido de Grupos étnicos e suas fronteiras de Fredrik Barth. São Paulo: Editora UNESP, 1998. p. 185-227.
- BAXANDALL, Michael. Exhibiting intention: some preconditions of the visual display of culturally purposeful objects. *In*: KARP, Ivan; LAVINE, Steven D. (org.). **Exhibiting cultures: the poetics and politics of museum display**. Washington; London: Smithsonian Institution Press, 1991. p. 33-41.

BENJAMIN, Walter. A obra de arte na era da sua reprodutibilidade técnica. *In*: BENJAMIN, Walter. **Magia e técnica, arte e política: ensaios sobre literatura e história da cultura** (Obras escolhidas, v. 1). 3. ed. São Paulo: Brasiliense, 1987. p. 165-196.

BOSENBECKER, Patrícia. **Três gerações de empreendedorismo: capital e laços sociais entre Brasil e Alemanha a partir do estudo de caso da família Rheingantz**. 2017. 248 f. Tese (Doutorado em Sociologia) – Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2017. Disponível em: <https://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/159175>.

BOURDIEU, Pierre. A casa *kabyle* ou o mundo às avessas. **Cadernos de Campo**, São Paulo, a. 8, n. 8, p. 147-159, 1999. Disponível em: <https://doi.org/10.11606/issn.2316-9133.v8i8p147-159>.

BOURDIEU, Pierre. A identidade e a representação: elementos para uma reflexão crítica sobre a ideia de região. *In*: BOURDIEU, Pierre. **O poder simbólico**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1989a. p. 107-132.

BOURDIEU, Pierre. A ilusão biográfica. *In*: FERREIRA, Marieta de Moraes; AMADO, Janaina (org.). **Usos & abusos da história oral**. 8. ed. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2006. p. 183-191.

BOURDIEU, Pierre. **As regras da arte: gênese e estrutura do campo literário**. São Paulo: Companhia das Letras, 1996a.

BOURDIEU, Pierre. É possível um ato desinteressado? *In*: BOURDIEU, Pierre. **Razões práticas: sobre a teoria da ação**. 9. ed. Campinas: Papyrus, 1996b. p. 137-156.

BOURDIEU, Pierre. **O poder simbólico**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1989b.

BOURDIEU, Pierre. **O senso prático**. Petrópolis: Vozes, 2009.

BOURDIEU, Pierre. Sur les rapports entre la sociologie et l'histoire en Allemagne et en France (Entretien avec Lutz Raphael). **Actes de la Recherche en Sciences Sociales**, Paris, v. 106-107, p. 108-122, mar. 1995. Disponível em: <https://doi.org/10.3406/arss.1995.3141>.

BOURDIEU, Pierre. The field of power and the division of the labour of domination. *In*: DENORD, François; PALME, Mikael; RÉAU, Bertrand (org.). **Researching elites and power: theory, methods, analyses**. Cham: Springer, 2020. p. 33-44.

BOURDIEU, Pierre; DARBEL, Alain. **O amor pela arte: os museus de arte na Europa e seu público**. São Paulo: Edusp; Zouk, 2003.

BUCHENAU, Jürgen. **Tools of progress: a German merchant family in Mexico City, 1865-present**. Albuquerque: University of New Mexico Press, 2004.

CARVALHO, Vânia Carneiro de. **Gênero e artefato: o sistema doméstico na perspectiva da cultura material – São Paulo, 1870-1920**. São Paulo: Edusp; FAPESP, 2008.

CASTRO, Elisiana Trilha. **Aqui jaz uma morte**: atitudes fúnebres na trajetória da empresa funerária da família Haas de Blumenau. 2013. 399 p. Tese (Doutorado em História) – Centro de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2013. Disponível em: <https://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/107130>.

CASTRO, Elisiana Trilha. Memorial Funerário Mathias Haas: a trajetória da criação de um espaço sobre a morte e os cemitérios. **Revista M.**, Rio de Janeiro, v. 2, n. 4, p. 478-495, jul./dez. 2017. Disponível em: <https://doi.org/10.9789/2525-3050.2017.v2i4.478-495>.

CATTANI, Antônio David. **A riqueza desmistificada**. 2. ed. Porto Alegre: Marcavisual, 2014.

CLIFFORD, James. Colecionando arte e cultura. **Revista do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional**, n. 23, p. 69-89, 1994. Disponível em: http://portal.iphan.gov.br/uploads/publicacao/RevPat23_m.pdf.

CLIFFORD, James. Museologia e contra-história: viagens pela costa Noroeste dos Estados Unidos. *In*: ABREU, Regina; CHAGAS, Mário (org.). **Memória e patrimônio**: ensaios contemporâneos. 2. ed. Rio de Janeiro: Lamparina, 2009. p. 254-302.

CORADINI, Odaci Luiz. **Em nome de quem?** Recursos sociais no recrutamento de elites políticas. Rio de Janeiro: Relume-Dumará, 2001.

CORADINI, Odaci Luiz. Grandes famílias e elite “profissional” na medicina no Brasil. **História, Ciências, Saúde – Manguinhos**, Rio de Janeiro, v. 3, n. 3, p. 425-466, nov. 1996 – fev. 1997. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/S0104-59701996000300004>.

COSTA, Paulo Roberto Neves. Elite empresarial e elite econômica: o estudo dos empresários. **Revista de Sociologia e Política**, Curitiba, v. 22, n. 52, p. 47-57, dez. 2014. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/1678-987314225204>.

COSTA, Paulo Roberto Neves. Os empresários enquanto elite: a pesquisa empírica. *In*: PERISSINOTTO, Renato; CODATO, Adriano (org.). **Como estudar elites**. Curitiba: Ed. UFPR, 2015. p. 217-246.

CPDOC/FGV. **Liga de Defesa Nacional**. 1997. Disponível em: <https://cpdoc.fgv.br/producao/dossies/AEraVargas1/anos20/CentenarioIndependencia/LigaDeDefesaNacional>. Acesso em: 25 jul. 2021.

DÁVILA, Arlene M. **Sponsored identities**: cultural politics in Puerto Rico. Philadelphia: Temple University Press, 1997.

DESVALLÉES, André; MAIRESSE, François. **Conceitos-chave de museologia**. São Paulo: Comitê Brasileiro do Conselho Internacional de Museus; Pinacoteca do Estado de São Paulo; Secretaria de Estado da Cultura, 2013.

FÁVERI, Marlene de. **Memórias de uma (outra) guerra**: cotidiano e medo durante a segunda guerra em Santa Catarina. 2002. 392 f. Tese (Doutorado em História) – Centro de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2002. Disponível em: <https://repositorio.ufsc.br/bitstream/handle/123456789/82826/181314.pdf>.

FERREIRA, Maria Leticia Mazzucchi. Os fios da memória: Fábrica Rheingantz entre passado, presente e patrimônio. **Horizontes Antropológicos**, Porto Alegre, a. 19, n. 39, p. 69-98, jan./jun. 2013. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/S0104-71832013000100004>.

FLORIT, Luciano Félix; OLIVEIRA, Lilian Blanck de; FLEURI, Reinaldo Matias; WARTHA, Rodrigo. Índios do “Vale Europeu”: justiça ambiental e território no Sul do Brasil. **Novos Cadernos NAEA**, Belém, v. 19, n. 2, p. 21-41, maio/ago. 2016. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.5801/ncn.v19i2.2478>.

FODOR, Mónika. **Ethnic subjectivity in intergenerational memory narratives: politics of the untold**. New York: Routledge, 2020.

FREYRE, Gilberto. **O mundo que o português criou: aspectos das relações sociais e de cultura do Brasil com Portugal e as colônias portuguesas**. Rio de Janeiro: José Olympio, 1940.

FROTSCHER, Méri. **Da celebração da etnicidade teuto-brasileira à afirmação da brasilidade: ações e discursos das elites locais na esfera pública de Blumenau (1929-1950)**. 2003. 269 f. Tese (Doutorado em História) – Centro de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2003. Disponível em: <https://repositorio.ufsc.br/bitstream/handle/123456789/85390/191344.pdf>.

GERTZ, René Ernaini. Acervo Benno Mentz. *In*: NASCIMENTO, José Antonio Moraes do (org). **Centros de documentação e arquivos: acervos, experiências e formação**. 2. ed. São Leopoldo: Oikos, 2017. p. 83-94.

GERTZ, René Ernaini. Germanismo e germanidade: imaginário e realidade. *In*: LUCHESE, Terciane Ângela; MALIKOSKI, Adriano (org.). **Italianidades, polonidades e germanidades**. Caxias do Sul: EDUCS, 2021. p. 351-386.

GERTZ, René Ernaini. **O fascismo no sul do Brasil: germanismo, nazismo, integralismo**. Porto Alegre: Mercado Aberto, 1987.

GEVEHR, Daniel Luciano; MEYRER, Marlise Regina; NEUMANN, Rosane Marcia. Operações de memória e identidade étnica: a musealização da imigração alemã no Rio Grande do Sul. **Diálogos Latinoamericanos**, v. 17, n. 15, p. 195-212, 2016. Disponível em: <https://tidsskrift.dk/dialogos/article/view/112912>.

GIESEN, Bernhard; JUNGE, Kay. Historical memory. *In*: DELANTY, Gerard; ISIN, Engin Fahri (org). **Handbook of Historical Sociology**. London: Sage, 2003. p. 326-336.

GONÇALVES, Alicia Ferreira. Etnia, cultura e gestão empresarial: uma etnografia das raízes étnicas da Tecnologia Empresarial Odebrecht. **Idéias**, Campinas, v. 11, n. 3, p. 117-152, 2004. Disponível em: https://www.ifch.unicamp.br/publicacoes/pf-publicacoes/ideias_11-3.pdf.

GONÇALVES, José Reginaldo Santos. Autenticidade, memória e ideologias nacionais: o problema dos patrimônios culturais. *In*: GONÇALVES, José Reginaldo Santos. **Antropologia dos objetos: coleções, museus e patrimônios**. Rio de Janeiro: MinC; IPHAN; DEMU; Garamond, 2007a. p. 117-137. (Coleção Museu, Memória e Cidadania).

GONÇALVES, José Reginaldo Santos. Coleções, museus e teorias antropológicas: reflexões sobre conhecimento etnográfico e visualidade. *In*: GONÇALVES, José Reginaldo Santos. **Antropologia dos objetos: coleções, museus e patrimônios**. Rio de Janeiro: MinC; IPHAN; DEMU; Garamond, 2007b. p. 43-62. (Coleção Museu, Memória e Cidadania).

GONÇALVES, José Reginaldo Santos. Os museus e a cidade. *In*: GONÇALVES, José Reginaldo Santos. **Antropologia dos objetos: coleções, museus e patrimônios**. Rio de Janeiro: MinC; IPHAN; DEMU; Garamond, 2007c. p. 63-79. (Coleção Museu, Memória e Cidadania).

GONÇALVES, José Reginaldo Santos. Os museus e a representação no Brasil. *In*: GONÇALVES, José Reginaldo Santos. **Antropologia dos objetos: coleções, museus e patrimônios**. Rio de Janeiro: MinC; IPHAN; DEMU; Garamond, 2007d. p. 81-106. (Coleção Museu, Memória e Cidadania).

GOODMAN, Glen S. The enduring politics of German-Brazilian ethnicity. **German History**, v. 33, n. 3, p. 423-438, set. 2015. Disponível em: <https://doi.org/10.1093/gerhis/ghv083>.

GRILL, Igor Gastal. As múltiplas notabilidades de Afonso Arinos: biografias, memórias e a condição de elite no Brasil do século XX. **Revista de Sociologia e Política**, Curitiba, v. 23, n. 54, p. 21-42, jun. 2015. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/1678-987315235403>.

HAGUETTE, Maria Teresa Frota. **Metodologias qualitativas na sociologia**. 6. ed. Petrópolis: Vozes, 1999.

HALBWACHS, Maurice. **A memória coletiva**. São Paulo: Centauro, 2003.

HARTOG, François. Tempo e patrimônio. **Varia Historia**, Belo Horizonte, v. 22, n. 36, p. 261-273, jul./dez. 2006. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/S0104-87752006000200002>.

HERING, Maria Luiza Renaux. **Colonização e indústria no Vale do Itajaí: o modelo catarinense de desenvolvimento**. Blumenau: Editora da FURB, 1987.

HEYMANN, Luciana Quillet. Memórias da elite: arquivos, instituições e projetos memoriais. **Revista Pós Ciências Sociais**, São Luís, v. 8, n. 15, p. 77-96, jan./jul. 2011. Disponível em: <http://periodicoseletronicos.ufma.br/index.php/rpcsoc/article/view/579>.

HEYMANN, Luciana Quillet. O *devoir de mémoire* na França contemporânea: entre memória, história, legislação e direitos. *In*: GOMES, Angela de Castro (org.). **Direitos e cidadania: memória, política e cultura**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2007a. p. 15-43.

HEYMANN, Luciana Quillet. O legado do Estado Novo. *In*: SEMINÁRIO “O ESTADO NOVO 70 ANOS”, 2007b, Rio de Janeiro. **Anais eletrônicos** [...]. Rio de Janeiro: CPDOC, 2007b. Disponível em: <http://hdl.handle.net/10438/6794>. Acesso em: 8 nov. 2020.

HEYMANN, Luciana Quillet. Os *fazimentos* do arquivo Darcy Ribeiro: memória, acervo e legado. **Revista Estudos Históricos**, Rio de Janeiro, n. 36, p. 43-58, jul./dez. 2005. Disponível em: <https://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/reh/article/view/2246>.

HEYMANN, Luciana Quillet; VANNUCCHI, Marco Aurélio; FONTES, Paulo. História pública (editorial). **Revista Estudos Históricos**, Rio de Janeiro, v. 27, n. 54, p. 229-230, jul./dez. 2014. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/S0103-21862014000200001>.

HINTON, Kip Austin. Manifest destiny meets inclusion: Texas nationalism at the Alamo. **Journal of Tourism and Cultural Change**, v. 11, n. 3, p. 153-169, 2013. Disponível em: <https://doi.org/10.1080/14766825.2013.808202>.

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

IBGE. **Território brasileiro e povoamento: alemães**. 2022. Disponível em: <https://brasil500anos.ibge.gov.br/territorio-brasileiro-e-povoamento/alemaes.html>. Acesso em: 3 mar. 2022.

KARAM, John Tofik. **Another arabesque: Syrian-Lebanese ethnicity in neoliberal Brazil**. Philadelphia: Temple University Press, 2007.

KERBER, Alessandro Mario; OTT, Fernanda. A construção da história e da memória em empresas privadas no Brasil dos anos 1990 e 2000. **Revista Esboços**, Florianópolis, v. 21, n. 31, p. 219-235, ago. 2014. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.5007/2175-7976.2014v21n31p219>.

KHAN, Shamus Rhaman. The sociology of elites. **Annual Review of Sociology**, v. 38, p. 361-377, 2012. Disponível em: <https://doi.org/10.1146/annurev-soc-071811-145542>.

KLEINE, Denise Quitzau. As danças e o folclore alemão. In: SIMPÓSIO SOBRE IMIGRAÇÃO E CULTURA ALEMÃS NA GRANDE FLORIANÓPOLIS (“História, Língua e Cultura”), 3., 2009, Florianópolis. MÜLLER, Max José (org.). **Anais [...]**. Florianópolis: Nova Letra; Instituto Carl Hoepcke, 2009. p. 275-283.

KOLK, Heidi Aronson. **Taking possession: the politics of memory in a St. Louis town house**. Amherst: University of Massachusetts Press, 2019.

LE GOFF, Jacques. Documento/Monumento. In: LE GOFF, Jacques. **História e memória**. 5. ed. Campinas: Editora da Unicamp, 2003. p. 525-541.

LESSER, Jeffrey. **Negotiating national identity: immigrants, minorities, and the struggle for ethnicity in Brazil**. Durham; London: Duke University Press, 1999.

LESSER, Jeffrey. Remaking ethnic studies in the age of identities. In: REIN, Raanan; RINKE, Stefan; ZYSMAN, Nadia (org.). **The new ethnic studies in Latin America**. Leiden: Brill, 2017. p. 7-15. Disponível em: https://doi.org/10.1163/9789004342309_003.

LIMA, Tânia. Documentando a memória institucional. In: SEMINÁRIO INTERDISCIPLINAR EM MUSEOLOGIA – SIM (“Fronteiras regionais e perspectivas nacionais”), 1., 2014, Blumenau. CURY, Marília Xavier (coord.). **Anais eletrônicos [...]**. Blumenau: Museu Hering; Fundação Hermann Hering, 2014. p. 57-99. Disponível em: <https://fundacaohermannhering.org.br/img/publication/fronteiras-regionais-e-perspectivas-nacionais-seminario-interdisciplinar-em-museologia.pdf>.

LINDERSKI, Jerzy. Consecratio. *In*: OXFORD Classical Dictionary. Dez. 2015. Disponível em: <https://doi.org/10.1093/acrefore/9780199381135.013.1777>. Acesso em: 14 out. 2019.

LIZÉ, Wenceslas. Présentation: trajectoires de consécration et transformations des champs artistiques. **Sociologie et Sociétés**, v. 47, n. 2, p. 5-16, outono 2015. Disponível em: <https://doi.org/10.7202/1036337ar>.

LU, Tracey Lie Dan. **Museums in China: power, politics and identities**. Abingdon; New York: Routledge, 2014.

LUFT, Lya. A cultura alemã me influenciou muito. [Entrevista concedida a Alexandre Schossler]. **Deutsche Welle**, 25 dez. 2004. Disponível em: <https://www.dw.com/pt-br/lya-luft-a-cultura-alem%C3%A3-me-influenciou-muito>. Acesso em: 30 jun. 2022.

MACEDO, Janaina Santos de. **Campos de concentração em Santa Catarina e os conflitos envolvendo alemães e descendentes durante o Estado Novo**. 2007. 267 f. Dissertação (Mestrado em História) – Centro de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2007. Disponível em: <https://repositorio.ufsc.br/xmlui/bitstream/handle/123456789/90553/243142.pdf>.

MAGALHÃES, João Carlos. Emancipação político-administrativa de municípios no Brasil. *In*: CARVALHO, Alexandre Xavier Ywata *et al.* (org.). **Dinâmica dos municípios**. Brasília: IPEA, 2007. p. 13-52.

MALHEIROS, Amélia; ARANTES, Marco Antonio; CURY, Marília Xavier. **Tempo ao tempo: nasce um museu**. Blumenau: Contraponto, 2011.

MARCOVITCH, Jacques; BRUNO, Maria Cristina Oliveira (org.). **Pioneiros & empreendedores: a saga do desenvolvimento no Brasil – os caminhos do processo de musealização**. São Paulo: Expomus, 2012.

MARTÍNEZ, Francisco. To whom does history belong? The theatre of memory in post-Soviet Russia, Estonia and Georgia. **Anthropological Journal of European Cultures**, v. 26, n. 1, p. 98-117, 2017. Disponível em: <https://doi.org/10.3167/ajec.2017.260106>.

MATTOS, Hebe; ABREU, Martha; GURAN, Milton. Por uma história pública dos africanos escravizados no Brasil. **Revista Estudos Históricos**, Rio de Janeiro, v. 27, n. 54, p. 255-273, jul./dez. 2014. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/S0103-21862014000200003>.

MAUSS, Marcel. Ensaio sobre a dádiva. *In*: MAUSS, Marcel. **Sociologia e antropologia**. São Paulo: Cosac Naify, 2003. p. 183-314.

MCLEAN, Fiona. Museums and the representation of identity. *In*: GHAMAM, Brian; HOWARD, Peter (org.). **The Ashgate Research Companion to heritage and identity**. Abingdon: Routledge, 2008. p. 283-296.

MENESES, Ulpiano T. Bezerra de. A história, cativa da memória? Para um mapeamento da memória no campo das ciências sociais. **Revista do Instituto de Estudos Brasileiros**, São Paulo, n. 34, p. 9-23, 1992. Disponível em: <https://doi.org/10.11606/issn.2316-901X.v0i34p9-23>.

MÉMORIA & IDENTIDADE. **História**. 2021. Disponível em: <http://www.memoriaeidentidade.com.br/a-empresa/>. Acesso em: 30 maio 2022.

MICHETTI, Miqueli. O discurso da diversidade no universo corporativo: “institutos” empresariais de cultura e a conversão de capital econômico em poder político. **Contemporânea**, São Carlos, v. 7, n. 1, p. 119-146, jan./jun. 2017. Disponível em: <https://dx.doi.org/10.4322/2316-1329.029>.

MILLER, Daniel. **Stuff**. Cambridge: Polity Press, 2010.

MOCELLIN, Maria Clara. **Trajetórias em rede**: representações da italianidade entre empresários e intelectuais da região de Caxias do Sul. 2008. 207 f. Tese (Doutorado em Ciências Sociais) – Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2008. Disponível em: <https://doi.org/10.47749/T/UNICAMP.2008.416502>.

NEDEL, Letícia Borges. As ambivalências do voluntariado: colecionamento e resignificação de objetos no Museu Nacional de Imigração e Colonização de Joinville. *In*: GRILL, Igor Gastal; REIS, Eliana Tavares dos (org.). **Estudos de elites e formas de dominação**. São Leopoldo: Oikos, 2020. p. 121-153.

NEDEL, Letícia Borges. Da sala de jantar à sala de consultas: o arquivo pessoal de Getúlio Vargas nos embates da história política recente. *In*: TRAVANCAS, Isabel Siqueira; ROUCHOU, Joëlle Rachel; HEYMANN, Luciana Quillet (org.). **Arquivos pessoais**: reflexões multidisciplinares e experiências de pesquisa. Rio de Janeiro: FAPERJ; Editora FGV, 2014. p. 131-164.

NORA, Pierre. Entre memória e história: a problemática dos lugares. **Projeto História**, São Paulo, v. 10, p. 7-28, dez. 1993. Disponível em: <https://revistas.pucsp.br/index.php/revph/article/view/12101>.

O'DONNELL, Krista; BRIDENTHAL, Renate; REAGIN, Nancy. Introduction. *In*: O'DONNELL, Krista; BRIDENTHAL, Renate; REAGIN, Nancy (org.). **The Heimat abroad**: the boundaries of Germanness. Ann Arbor: The University of Michigan Press, 2005. p. 1-14.

PANAYI, Panikos. **The German in India**: elite European migrants in the British Empire. Manchester: Manchester University Press, 2017.

PIAZZA, Walter Fernando. A “modernização” e as elites emergentes: a contribuição alemã. **Blumenau em Cadernos**, Blumenau, t. 16, n. 4; 5; 6; 7, p. 109-118; 123-132; 157-166; 184-198, abr./maio/jun./jul. 1975. Disponível em: <http://hemeroteca.ciasc.sc.gov.br/blumenau%20em%20cadernos/1975/BLU1975004.pdf>.

PIAZZA, Walter Fernando. **A epopéia açórico-madeirense (1747-1756)**. Florianópolis: Editora da UFSC; Lunardelli, 1992.

PINÇON, Michel; PINÇON-CHARLOT, Monique. Sociologia da alta burguesia. **Sociologias**, Porto Alegre, a. 9, n. 18, p. 22-37, jul./dez. 2007. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/S1517-45222007000200003>.

PISCITELLI, Adriana. **Joias de família**: gênero em histórias sobre grupos empresariais brasileiros. 1999. 288 f. Tese (Doutorado em Antropologia Social) – Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 1999. Disponível em: <http://www.repositorio.unicamp.br/handle/REPOSIP/280026>.

POLLAK, Michael. A gestão do indizível. **WebMosaica**, Porto Alegre, v. 2, n. 1, p. 9-49, jan./jun. 2010. Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/webmosaica/article/view/15543>.

POLLAK, Michael. Memória, esquecimento, silêncio. **Revista Estudos Históricos**, Rio de Janeiro, v. 2, n. 3, p. 3-15, 1989. Disponível em: <https://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/reh/article/view/2278>.

POLLAK, Michael. Memória e identidade social. **Revista Estudos Históricos**, Rio de Janeiro, v. 5, n. 10, p. 200-215, 1992. Disponível em: <https://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/reh/article/view/1941>.

POMIAN, Krzysztof. Coleção. *In*: ENCICLOPÉDIA Einaudi. V. 1 (Memória – História). Lisboa: Imprensa Nacional; Casa da Moeda, 1984. p. 51-86.

PULICI, Carolina. Migração de classe e vergonha cultural: trajetórias ascendentes entre a crítica e o reconhecimento das hierarquias simbólicas. **Pro-Posições**, Campinas, v. 27, n. 3, p. 153-178, set./dez. 2016. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/1980-6248-2015-0083>.

RAMOS, Eloisa Helena Capovilla da Luz. As cidades e seus monumentos: um estudo sobre a imigração italiana em Buenos Aires e Caxias do Sul 1910–1954–2016. **Almanack**, Guarulhos, n. 17, p. 224-247, dez. 2017. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1590/2236-463320171708>.

RAMOS, Eloisa Helena Capovilla da Luz. Patrimônio, memória e história: as “marcas” da trajetória imigrante nos países do Cone Sul – um estudo comparado. **História Unisinos**, São Leopoldo, v. 11, n. 3, p. 367-370, set./dez. 2007. Disponível em: <http://revistas.unisinos.br/index.php/historia/article/view/5915>.

RAMOS, Rosângela Cristina Ribeiro. A vida de Benno Mentz e sua importância para a preservação do patrimônio sobre a colonização alemã no Rio Grande do Sul. **Oficina do Historiador**, Porto Alegre, p. 671-684, 2014 (suplemento especial). Disponível em: <https://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/oficinadohistoriador/article/view/19065>.

REIS, Eliana Tavares dos. Em nome da “cultura”: porta-vozes, mediação e referenciais de políticas públicas no Maranhão. **Sociedade e Estado**, Brasília, v. 25, n. 3, p. 499-523, set./dez. 2010. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/S0102-69922010000300005>.

REIS, Eliana Tavares dos; GRILL, Igor Gastal. Apresentação – Estudos sobre “elites”: diversificação da agenda de pesquisas e os sentidos da “coletânea”. *In*: GRILL, Igor Gastal; REIS, Eliana Tavares dos (org.). **Estudos de elites e formas de dominação**. São Leopoldo: Oikos, 2020. p. 7-17.

RIEL, Marie-Ève. Consécration. *In*: GLINOER, Anthony; SAINT-AMAND, Denis (org.). **Le lexique Socius**. [Entre 2014 e 2016]. Disponível em: <http://ressources-socius.info/index.php/lexique/21-lexique/59-consecration>. Acesso em: 30 out. 2020.

RINKE, Stefan. The reconstruction of national identity: German minorities in Latin America during the First World War. *In*: FOOTE, Nicola; GOEBEL, Michael (org.). **Immigration and national identities in Latin America**. Gainesville: University Press of Florida, 2014. p. 160-181.

RODRIGUES, Rafael de Oliveira. **Da crônica de viagem ao objeto museal**: notas sobre uma coleção etnográfica brasileira em Roma. 2017. 177 p. Tese (Doutorado em Antropologia Social) – Centro de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2017. Disponível em: <https://repositorio.ufsc.br/xmlui/bitstream/handle/123456789/176805/345847.pdf>.

ROSA, Elza Vieira da. **O Museu de Percurso do Negro de Porto Alegre – RS**: interrompendo invisibilidades, reinscrevendo experiências negras na cidade. 2019. 92 f. Dissertação (Mestrado em Sociologia) – Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2019. Disponível em: <https://lume.ufrgs.br/handle/10183/202488>.

ROSA, Ivandro Carlos. **O processo de emancipação municipal e a urbanização do município de Lajeado/RS**. 2012. 46 f. Dissertação (Mestrado em Ambiente e Desenvolvimento) – Centro Universitário UNIVATES, Lajeado, 2012. Disponível em: <https://www.univates.br/bdu/bitstream/10737/279/1/IvandroRosa.pdf>.

ROSEMAN, Mark. Memória sobrevivente: verdade e inexatidão nos depoimentos sobre o holocausto. *In*: FERREIRA, Marieta de Moraes; FERNANDES, Tania Maria; ALBERTI, Verena (org.). **História oral**: desafios para o século XXI. Rio de Janeiro: Editora Fiocruz; Casa de Oswaldo Cruz; CPDOC – Fundação Getulio Vargas, 2000. p. 123-134.

SAINT MARTIN, Monique de. Apresentação. *In*: ABREU, Regina. **A fabricação do imortal**: memória, história e estratégias de consagração no Brasil. Rio de Janeiro: Rocco; Lapa, 1996. p. 15-20.

SAINT MARTIN, Monique de. Coesão e diversificação: os descendentes da nobreza na França, no final do século XX. **Mana**, Rio de Janeiro, v. 8, n. 2, p. 127-149, 2002. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/S0104-93132002000200005>.

SANTOS, Myrian Sepúlveda dos. The repressed memory of Brazilian slavery. **International Journal of Cultural Studies**, v. 11, n. 2, p. 157-175, 2008. Disponível em: <https://doi.org/10.1177/1367877908089262>.

SAPIRO, Gisèle. Modelos de intervenção política dos intelectuais: o caso francês. **Revista Pós Ciências Sociais**, São Luís, v. 9, n. 17, p. 19-50, jan./jun. 2012. Disponível em: <http://periodicoseletronicos.ufma.br/index.php/rpcsoc/article/view/990>.

SARLO, Beatriz. **Tempo passado**: cultura da memória e guinada subjetiva. São Paulo; Belo Horizonte: Companhia das Letras; Editora UFMG, 2007.

SEIDL, Ernesto. Estudar os poderosos: a sociologia do poder e das elites. *In*: SEIDL, Ernesto; GRILL, Igor Gastal (org.). **As ciências sociais e os espaços da política no Brasil**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2013. p. 179-226.

SEYFERTH, Giralda. A idéia de cultura teuto-brasileira: literatura, identidade e os significados da etnicidade. **Horizontes Antropológicos**, Porto Alegre, a. 10, n. 22, p. 149-197, jul./dez. 2004. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/S0104-71832004000200007>.

SEYFERTH, Giralda. A representação do “trabalho alemão” na ideologia étnica teuto-brasileira. **Boletim do Museu Nacional – Antropologia**, Rio de Janeiro, n. 37, p. 1-33, out. 1982.

SEYFERTH, Giralda. Etnicidade, política e ascensão social: um exemplo teuto-brasileiro. **Mana**, Rio de Janeiro, v. 5, n. 2, p. 61-88, 1999. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/S0104-93131999000200003>.

SEYFERTH, Giralda. Imigração e colonização alemã no Brasil: uma revisão da bibliografia. **BIB**, Rio de Janeiro, n. 25, p. 3-55, 1º sem. 1988. Disponível em: <http://www.anpocs.com/index.php/edicoes-anteriores/bib-25/395-imigracao-e-colonizacao-alema-no-brasil-uma-revisao-da-bibliografia/file>.

VOIGT, Lucas. A elite cultural do folclore alemão “autêntico” no Brasil: perfil social, mediação cultural e estratégias de legitimação. **Tomo**, São Cristóvão, n. 39, p. 255-298, jul./dez. 2021a. Disponível em: <https://doi.org/10.21669/tomo.vi39.13703>.

VOIGT, Lucas. As estratégias de recomposição e rearticulação das elites do grupo étnico alemão no Brasil pós-Estado Novo: uma análise à luz da Sociologia Histórica e da Sociologia das Elites. **Civitas – Revista de Ciências Sociais**, Porto Alegre, v. 21, n. 1, p. 144-158, jan./abr. 2021b. Disponível em: <https://doi.org/10.15448/1984-7289.2021.1.36583>.

VOIGT, Lucas. Entre o “povo” e a “elite”: cultura popular e apropriação diferencial à luz da prática do folclore “alemão” no Brasil. **Revista Pós Ciências Sociais**, São Luís, v. 18, n. 1, p. 131-154, jan./abr. 2021c. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.18764/2236-9473.v18n1p131-154>.

VOIGT, Lucas. Etnografando “casas” de folclore: relações entre configurações do espaço e os sentidos da prática do folclore “alemão” no Brasil. **Revista Brasileira de Sociologia**, v. 8, n. 20, p. 224-247, set./dez. 2020a. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.20336/rbs.540>.

VOIGT, Lucas. História pública, espaço urbano e memorialização de elites: o Museu Campbell House em St. Louis (EUA). **Revista Brasileira de História**, São Paulo, v. 40, n. 85, p. 237-241, set./dez. 2020b. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/1806-93472020v40n85-12>.

VOIGT, Lucas. Memória, narrativa e subjetividade étnica: a etnicidade europeia nos Estados Unidos. **Sociologias**, Porto Alegre, a. 24, n. 59, p. 430-441, jan./abr. 2022. Disponível em: <http://doi.org/10.1590/15174522-113418>.

VOIGT, Lucas. **O devir e os sentidos das memórias de descendentes de alemães em Santa Catarina**: um esboço de sociologia da memória. Porto Alegre: Multifoco; Luminária Academia, 2017.

VOIGT, Lucas. **O espaço de práticas do folclore “alemão” autêntico no Brasil**: um estudo de sociologia da cultura e das elites. 2018. 376 p. Dissertação (Mestrado em Sociologia Política) – Centro de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2018. Disponível em:

<https://repositorio.ufsc.br/bitstream/handle/123456789/186102/PSOP0612-D.pdf>.

WATSON, Sheila. Museums and their communities. *In*: WATSON, Sheila (org.). **Museums and their communities**. London; New York: Routledge, 2007. p. 1-23.

WEBER, Max. **A “objetividade” do conhecimento nas ciências sociais**. São Paulo: Ática, 2006.

WEBER, Regina. Líderes, intelectuais e agentes étnicos: significados e interpretações. **Diálogos**, Maringá, v. 18, n. 2, p. 703-733, maio/ago. 2014. Disponível em: <https://doi.org/10.4025/dialogos.v18i2.878>.

WOORTMANN, Ellen Fensterseifer. Identidades e memória entre teuto-brasileiros: os dois lados do Atlântico. **Horizontes Antropológicos**, Porto Alegre, a. 6, n. 14, p. 205-238, nov. 2000. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/S0104-71832000001400009>.

FONTES DE PESQUISA – CAPÍTULO 2 (INSTITUTO CARL HOEPCKE)

DADOS GEOGRÁFICOS E ESTATÍSTICOS

IBGE Cidades. **Florianópolis: História & Fotos**. 2017. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/sc/florianopolis/historico>. Acesso em: 18 jul. 2021.

DOCUMENTOS

A HERMA de Carl Hoepcke. **O Josephense**, São José, a. 1, n. 13, 28 mar. 1926, p. 1. Disponível em: <http://hemeroteca.ciasc.sc.gov.br/jornais/ojosephense/OJOS1926013.pdf>. Acesso em: 14 maio 2021.

CARL Hoepcke. **O Estado**, Florianópolis, a. 9, n. 2859, 9 jan. 1924. Disponível em: <http://hemeroteca.ciasc.sc.gov.br/oestadopolis/1924/EST19242859.pdf>. Acesso em: 14 maio 2021.

HOEPCKE, Carl. Discurso festivo por ocasião da inauguração da Casa da Germânia (Proferido por Carl Hoepcke, em 15 de setembro de 1900). Disponível em: REIS, Sara Regina Poyares dos; OLIVEIRA, Sandra Regina Ramalho e; KLUG, João. **Carl Hoepcke: a marca de um pioneiro**. Florianópolis: Insular, 1999. p. 377-382 (Anexo VI). Documento em alemão, traduzido para o português por Vera Molenda.

INSTITUTO CARL HOEPCKE. **Instituto Carl Hoepcke**. Florianópolis. 1 folder.

THE NATIONAL ARCHIVES OF THE UNITED STATES. Proclaimed List of Certain Blocked Nationals and Controlling Certain Exports. **Federal Register**, Washington, v. 6, n. 140, 19 jul. 1941, p. 3555-3573. Disponível em: <https://www.govinfo.gov/content/pkg/FR-1941-07-19/pdf/FR-1941-07-19.pdf>. Acesso em: 26 jun. 2021.

UNITED STATES OF AMERICA. Department of State. **The Proclaimed List of Certain Blocked Nationals**, Supplement 1-4 to Revision I. 28 fev. a 1º maio 1942. Government Printing Office: Washington, 1942. Disponível em: https://www.google.com.br/books/edition/The_Proclaimed_List_of_Certain_Blocked_N/Q7JQAQAIAAJ?hl=pt-BR&gbpv=1. Acesso em: 26 jun. 2021.

UNITED STATES OF AMERICA. Department of State. **The Proclaimed List of Certain Blocked Nationals**, Supplement 3 to Revision V. 2 jul. 1943. Government Printing Office: Washington, 1943. Disponível em: https://www.google.com.br/books/edition/The_Proclaimed_List_of_Certain_Blocked_N/EFbPAAAAMAAJ?hl=pt-BR&gbpv=1. Acesso em: 26 jun. 2021.

ENTREVISTAS

HOEPCKE DA SILVA, Annita. [2021]. Entrevista concedida a Lucas Voigt (videoconferência). Florianópolis, 9 mar. 2021. 1 arquivo .mp4 (1h11min).

MÜLLER, Max José. [2021]. Entrevista concedida a Lucas Voigt (por escrito). Florianópolis, 9 fev. 2021. 1 arquivo .docx (5 páginas).

IMPrensa, Sites e Redes Sociais

ALICE, Maria. Centro de Floripa recebe novo ponto de encontro de cultura, lazer, gastronomia e história. **ND Mais**, Florianópolis, 2 jul. 2021. Disponível em: <https://ndmais.com.br/gastronomia/centro-de-floripa-recebe-novo-ponto-de-encontro-de-cultura-lazer-gastronomia-e-historia/>. Acesso em: 2 jul. 2021.

BENETTI, Estela. Morre a empresária Annita Hoepcke da Silva, em Florianópolis. **NSC Total**, Florianópolis, 22 mar. 2021. Disponível em: <https://www.nsctotal.com.br/columnistas/estela-benetti/morre-a-empresaria-annita-hoepcke-da-silva-em-florianopolis>. Acesso em: 23 mar. 2021.

BOM JESUS. **Quem somos**. Disponível em: <https://bomjesus.br/sobre/quem-somos.vm>. Acesso em: 14 jun. 2021.

BON VIVANT NEWS (Leo Coelho). **D. Sílvia e D. Anita Hoepcke da Silva no Bon Vivant – Record News SC Parte 1**. 2011. 21m27s. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=g9L1ZjWUmpo>. Acesso em: 21 jul. 2021.

CASA E CIA (Gisela dos Santos). **Arquitetura histórica e acervo do Instituto Carl Hoepcke**. 2015. 9m23s. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=YNoEBxqdeLA>. Acesso em: 13 maio 2021.

FIESC. **Histórias da Indústria: Silvia Hoepcke da Silva**. 2017. 5m15s. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=LAAXVb4QxQU>. Acesso em: 21 jul. 2021.

GUTIERREZ, Leila. Sessão especial do Centenário do Dr. Deba. **ND Mais**, Florianópolis, 17 fev. 2011. Disponível em: <https://ndmais.com.br/diversao/sessao-especial-do-centenario-do-dr-deba/>. Acesso em: 12 jun. 2021.

HOEPCKE ADMINISTRAÇÃO E INCORPORAÇÃO. **Sobre nós**. Disponível em: <http://www.hoepckemoveis.com.br/sobre-nos/>. Acesso em: 7 maio 2021.

INSTITUTO CARL HOEPCKE. **ALESC 190 anos da imigração alemã em Santa Catarina**. 29 maio 2019. Disponível em: <http://www.institutocarlhoepcke.com.br/alesc-190-anos-da-imigracao-alema-em-santa-catarina/>. Acesso em: 20 maio 2021.

INSTITUTO CARL HOEPCKE. **Centro Cultural Casa de São Pedro**. 9 maio 2016. Disponível em: <http://www.institutocarlhoepcke.com.br/centro-cultural-casa-de-sao-pedro/>. Acesso em: 7 jun. 2021.

INSTITUTO CARL HOEPCKE. **História Repatriada revela documentos inéditos sobre alemães em Santa Catarina durante a 2.ª Guerra Mundial**. 6 ago. 2018. Disponível em: <http://www.institutocarlhoepcke.com.br/historia-repatriada/>. Acesso em: 14 jul. 2021.

INSTITUTO CARL HOEPCKE. **ICH 17 anos.** 7 jun. 2021. Disponível em: <http://www.institutocarlhoeck.com.br/ich-17-anos/>. Acesso em: 7 jun. 2021.

INSTITUTO CARL HOEPCKE. **Visita do sociólogo Lucas Voigt.** 17 maio 2018. Disponível em: <http://www.institutocarlhoeck.com.br/visita-do-sociologo-lucas-voigt/>. Acesso em: 15 abr. 2019.

INSTITUTO CARL HOEPCKE. **Visita técnica a Fundação Hermann Hering.** 24 set. 2019. Disponível em: <http://www.institutocarlhoeck.com.br/visita-tecnica-a-fundacao-hermann-hering/>. Acesso em: 30 out. 2019.

PEREIRA, Moacir. Instituto Carl Hoepcke inaugura hoje Centro de Memória Alemã. **Diário Catarinense**, Florianópolis, 7 jun. 2013. Disponível em: <http://wp.clicrbs.com.br/moacirpereira/2013/06/07/instituto-carl-hoeck-inaugura-hoje-centro-de-memoria-alema/?topo=67,2,18,,67>. Acesso em: 15 maio 2021.

PORTAL DA ILHA DIGITAL. **Inauguração do Elevado Carl Hoepcke.** 2012. 2m14s. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=kKQFufLQqI>. Acesso em: 21 jul. 2021.

SÃO PEDRO de Alcântara resgata memória da imigração alemã em Santa Catarina. **Balanco Geral Florianópolis (ND Mais)**, Florianópolis, 20 jun. 2019. Disponível em: <https://ndmais.com.br/noticias/sao-pedro-de-alcantara-resgata-memoria-da-imigracao-alema-em-santa-catarina/>. Acesso em: 7 jun. 2021.

SCHMITZ, Paulo Clóvis. Família de Carl Hoepcke conhece na Alemanha as origens de um dos grandes empresários de Santa Catarina. **ND Mais**, Florianópolis, 27 set. 2015. Disponível em: <https://ndmais.com.br/noticias/familia-de-carl-hoeck-conhece-na-alemanha-as-origens-de-um-dos-grandes-empresarios-de-sc/>. Acesso em: 3 jul. 2021.

PUBLICAÇÕES BIOGRÁFICAS E DE HISTÓRIA EMPRESARIAL

CÂMARA DOS DEPUTADOS. **Francisco Grillo:** biografia. Disponível em: <https://www.camara.leg.br/deputados/131415/biografia>. Acesso em: 10 fev. 2021.

CPDOC/FGV. **Dicionário Histórico-Biográfico Brasileiro:** Aderbal Ramos da Silva. Disponível em: <http://www.fgv.br/cpdoc/acervo/dicionarios/verbete-biografico/silva-aderbal-ramos-da>. Acesso em: 12 maio 2021.

CRUZ, Karina Martins da. **A contribuição de alemães e descendentes para a formação sócio-espacial catarinense:** o caso da região metropolitana de Florianópolis (SC). 2008. 206 p. Dissertação (Mestrado em Geografia) – Centro de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2008. Disponível em: <https://repositorio.ufsc.br/xmlui/bitstream/handle/123456789/92027/259298.pdf>.

CZESNAT, Ligia de Oliveira. **As estruturas das atividades comerciais da Empresa Carl Hoepcke e Cia no contexto catarinense.** 1980. 212 f. Dissertação (Mestrado em História) – Centro de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 1980. Disponível em: <https://repositorio.ufsc.br/bitstream/handle/123456789/76709/2772.pdf>.

HOEPCKE DA SILVA, Annita. Apresentação. *In*: REIS, Sara Regina Poyares dos; OLIVEIRA, Sandra Regina Ramalho e; KLUG, João. **Carl Hoepcke: a marca de um pioneiro**. Florianópolis: Insular, 1999. p. 11-13.

KLUG, João. A “Empresa Nacional de Navegação Hoepcke” e a identidade marítima de Florianópolis. *In*: SIMPÓSIO NACIONAL DE HISTÓRIA, 20., 1999, Florianópolis. **História: Fronteiras (Programas & Resumos)**. Florianópolis: ANPUH, 1999. p. 452.

KLUG, João. Fragmentos de vida: Carl Hoepcke e a germanidade em Santa Catarina. **Revista Catarinense de História**, Florianópolis, n. 4, 1996, p. 49-59.

LIRA, Regina Wagner Cizerio. **O cotidiano de trabalho: operárias da Fábrica de Rendas e Bordados Hoepcke entre os anos 1913-1924**. 2018. 63 p. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em História) – Centro de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2018. Disponível em: <https://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/196245>.

MEMÓRIA POLÍTICA DE SANTA CATARINA. **Biografia Aderbal Ramos**. 2020. Disponível em: http://memoriapolitica.alesc.sc.gov.br/biografia/4-Aderbal_Ramos. Acesso em: 12 maio 2021.

MEMÓRIA POLÍTICA DE SANTA CATARINA. **Biografia Francisco Grillo**. 2020. Disponível em: http://memoriapolitica.alesc.sc.gov.br/biografia/1177-Francisco_Grillo. Acesso em: 10 fev. 2021.

MEMÓRIA POLÍTICA DE SANTA CATARINA. **Biografia Max Tavares do Amaral**. 2020. Disponível em: http://memoriapolitica.alesc.sc.gov.br/biografia/1126-Max_Tavares_do_Amaral. Acesso em: 15 jul. 2021.

MÜLLER, Max José. **Carl Hoepcke: o estruturador do desenvolvimento catarinense**. Florianópolis: Insular, 2007. 104 p.

PIAZZA, Maria de Fátima Fontes; BARRETO, Maria Therezinha Sobierajski; SOUZA, Sara Regina Silveira de. **A Fábrica de Pontas “Rita Maria”**: um estudo de arqueologia industrial. Florianópolis: EDEME, 1980. 87 p.

REIS, Sara Regina Poyares dos; OLIVEIRA, Sandra Regina Ramalho e; KLUG, João. **Carl Hoepcke: a marca de um pioneiro**. Florianópolis: Insular, 1999. 400 p.

SCHMITT, Gabriel. **A conformação dos espaços públicos do sistema financeiro catarinense (1983-2002)**: um estudo das redes de relações constituídas. 2007. 204 p. Dissertação (Mestrado em Sociologia Política) – Centro de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2007. Disponível em: <https://repositorio.ufsc.br/xmlui/bitstream/handle/123456789/90674/246751.pdf>.

SECRETARIA EXECUTIVA DA CASA MILITAR. **Governadores de Santa Catarina: Aderbal Ramos da Silva – 1947 a 1951**. Disponível em: http://www.scm.sc.gov.br/scm/cool_timeline/aderbal-ramos-da-silva-1947-1951/. Acesso em: 12 maio 2021.

SIMPÓSIO SOBRE IMIGRAÇÃO E CULTURA ALEMÃS NA GRANDE FLORIANÓPOLIS, 4., 2011, Florianópolis. MÜLLER, Max José (org.). **Anais** [...] Florianópolis: Nova Letra; Instituto Carl Hoepcke, 2011. 272 p.

TANCREDO, Luiz Henrique. **Doutor Deba: poder e generosidade**. Florianópolis: Insular, 1998. 428 p.

FONTES DE PESQUISA – CAPÍTULO 3 (MUSEU HERING)

DADOS E RESULTADOS ELEITORAIS

CÂMARA MUNICIPAL DE BLUMENAU. **Outras legislaturas (1951 a 2012)**. 2017. Disponível em: [http://acervoweb.camarablu.sc.gov.br/wp-content/uploads/2017/02/OUTRAS LEGISLATURAS E SUPLENTES.pdf](http://acervoweb.camarablu.sc.gov.br/wp-content/uploads/2017/02/OUTRAS_LEGISLATURAS_E_SUPLENTES.pdf). Acesso em: 20 nov. 2021.

DOCUMENTOS

HERING, Ingo. Constituição do acervo do futuro museu da Cia. Hering. (Carta – Blumenau, 25 de junho de 1980). Reproduzida em: MALHEIROS, Amélia; ARANTES, Marco Antonio; CURY, Marília Xavier. **Tempo ao tempo: nasce um museu**. Blumenau: Contraponto, 2011. p. 11.

HEUSI, Nemésio. Páginas do meu velho arquivo: uma entrevista com Curt Hering. **Blumenau em Cadernos**, Blumenau, t. 1, n. 5, mar. 1958, p. 98-9. Disponível em: http://hemeroteca.ciasc.sc.gov.br/blumenau%20em%20cadernos/1958/BLU1958005_mar.pdf. Acesso em: 15 set. 2021.

FUNDAÇÃO HERMANN HERING. **Política norteadora das ações da Fundação Hermann Hering**. Disponível em: <https://fundacaohermannhering.org.br/img/transparency/politica-fundacao-hermann-hering.pdf>. Acesso em: 12 nov. 2021.

FUNDAÇÃO HERMANN HERING. **Relatório 2020**. 2020. Disponível em: <https://fundacaohermannhering.org.br/img/transparency/relatorio-2020.pdf>. Acesso em: 14 set. 2021.

MUSEU HERING. **Carta de serviço ao cidadão**. Disponível em: <https://fundacaohermannhering.org.br/img/transparency/carta-de-servico-ao-cidadao.pdf>. Acesso em: 11 nov. 2021.

IMPRENSA, SITES E REDES SOCIAIS

ADACHI, Vanessa; ARBEX, Mauro. Ceval deve ser vendida ao grupo Bunge. **Folha de S. Paulo**, São Paulo, 22 ago. 1997. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/dinheiro/fi220821.htm>. Acesso em: 25 out. 2021.

ASSIS, Evandro de. Venda da Hering marca o fim de uma era para Blumenau. **NSC Total**, Blumenau, 26 abr. 2021. Disponível em: <https://www.nsctotal.com.br/columnistas/evandro-de-assis/venda-da-hering-marca-o-fim-de-uma-era-para-blumenau>. Acesso em: 26 abr. 2021.

BARBOSA, Vanessa. As 60 marcas mais valiosas do Brasil em 2019. **Exame**, São Paulo, 2 jun. 2019. Disponível em: <https://exame.com/marketing/as-60-marcas-mais-valiosas-do-brasil-em-2019-skol-perde-trono>. Acesso em: 15 nov. 2021.

CASA CLAUDIA. Projeto TRAMA AFETIVA incentiva a criação de produtos de design com resíduos têxteis. **Casa Claudia**, São Paulo, 21 dez. 2016. Disponível em: <https://casaclaudia.abril.com.br/moveis-acessorios/projeto-trama-afetiva-incentiva-a-criacao-de-produtos-de-design-com-residuos-texteis/>. Acesso em: 15 out. 2021.

CIA. HERING. **Institucional**. 2020. Disponível em: <https://ciahering.com.br/institucional/>. Acesso em: 30 set. 2021.

FOLHA DE S. PAULO. **Hering**: a camiseta que já foi roupa íntima (Histórias Centenárias Ep. 01). 8 mar. 2021. 9min01s. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=nXh3mTX1hNg>. Acesso em: 9 mar. 2021.

FUNDAÇÃO HERMANN HERING. **A ressignificação da camiseta**. Disponível em: <https://fundacaohermannhering.org.br/centro-de-memoria/colecao/legado-para-o-futuro/a-ressignificacao-da-camiseta>. Acesso em: 12 nov. 2021.

FUNDAÇÃO HERMANN HERING. **Bastidores da nossa história**. 2019. 5m44s. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=CHg87dGbJSc&t=8s>. Acesso em: 30 ago. 2021.

FUNDAÇÃO HERMANN HERING. **Bastidores da nossa história**: pílula 02. 2019. 2m58s. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=FLvfFsed0IY>. Acesso em: 30 ago. 2021.

FUNDAÇÃO HERMANN HERING. **Camiseta 1910**. Disponível em: <https://fundacaohermannhering.org.br/centro-de-memoria/colecao/preservar-e-possibilitar/camiseta-1910>. Acesso em: 2 nov. 2021.

FUNDAÇÃO HERMANN HERING. **Centro de Memória**. Disponível em: <https://fundacaohermannhering.org.br/centro-de-memoria>. Acesso em: 12 nov. 2021.

FUNDAÇÃO HERMANN HERING. **Centro de Memória**: sobre. Disponível em: <https://fundacaohermannhering.org.br/centro-de-memoria>. Acesso em: 12 nov. 2021.

FUNDAÇÃO HERMANN HERING. **Depoimento Carlos Tavares D’Amaral**. 2021. 7m30s. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=VX_6gJJ7tHI. Acesso em: 14 set. 2021.

FUNDAÇÃO HERMANN HERING. **Encadeamento Produtivo**. Disponível em: <https://fundacaohermannhering.org.br/projeto/encadeamento-produtivo>. Acesso em: 11 nov. 2021.

FUNDAÇÃO HERMANN HERING. **Galeria Açu Açu**. Disponível em: <https://fundacaohermannhering.org.br/centro-de-memoria/colecao/nossa-tradicao-e-cultura/galeria-acu-acu>. Acesso em: 11 nov. 2021.

FUNDAÇÃO HERMANN HERING. **Museu 360º**. Disponível em: <https://fundacaohermannhering.org.br/museu-360/index.html>. Acesso em: 23 ago. 2021.

FUNDAÇÃO HERMANN HERING. **Museu Hering**. Disponível em: <https://fundacaohermannhering.org.br/museu-hering>. Acesso em: 12 nov. 2021.

FUNDAÇÃO HERMANN HERING. **Museu Hering:** visite. Disponível em: <https://fundacaohermannhering.org.br/museu-hering/visite>. Acesso em: 12 nov. 2021.

FUNDAÇÃO HERMANN HERING. **Postagem em rede social sobre a visita do grupo Soma ao Museu Hering.** Instagram. 15 out. 2021. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CVDeuo9rEF/>. Acesso em: 15 out. 2021.

FUNDAÇÃO HERMANN HERING. **Programa Criação.** Disponível em: <https://fundacaohermannhering.org.br/projeto/programa-criacao>. Acesso em: 11 nov. 2021.

FUNDAÇÃO HERMANN HERING. **Quantas memórias podem ser tramadas num tear?** Disponível em: <https://fundacaohermannhering.org.br/centro-de-memoria/colecao/nossa-tradicao-e-cultura/quantas-memorias-podem-ser-tramadas-em-um-tear>. Acesso em: 2 nov. 2021.

FUNDAÇÃO HERMANN HERING. **Quem somos.** Disponível em: <https://fundacaohermannhering.org.br/quem-somos>. Acesso em: 12 set. 2021.

FUNDAÇÃO HERMANN HERING. **Retrama.** Disponível em: <https://fundacaohermannhering.org.br/projeto/retrama>. Acesso em: 15 out. 2021.

FUNDAÇÃO HERMANN HERING. **Tintas Hering.** Disponível em: <https://fundacaohermannhering.org.br/centro-de-memoria/colecao/nossa-tradicao-e-cultura/tintas-hering->. Acesso em: 11 nov. 2021.

FUNDAÇÃO HERMANN HERING. **Trama Afetiva.** Disponível em: <https://fundacaohermannhering.org.br/projeto/trama-afetiva>. Acesso em: 15 out. 2021.

FUNDAÇÃO HERMANN HERING. **Um Novo Tempo.** Disponível em: <https://fundacaohermannhering.org.br/museu-hering/exposicao/um-novo-tempo>. Acesso em: 12 nov. 2021.

GLATZ, Rosemari. O legado de Maria Luiza (Bia) Renaux. **O Município**, Brusque, 15 jan. 2017. Disponível em: <https://www.brusquememoria.com.br/site/personagem/78/Maria-Luiza-Renaux>. Acesso em: 21 jul. 2020.

GUADAGNUCCI, Natália. Com foco em moda sustentável, projeto Trama Afetiva chega à segunda edição. **O Estado de S. Paulo (E + Estadão)**, São Paulo, 1º ago. 2018. Disponível em: <https://emails.estadao.com.br/noticias/moda-e-beleza,com-foco-em-moda-sustentavel-projeto-trama-afetiva-chega-a-segunda-edicao,70002422679>. Acesso em: 15 out. 2021.

HERING. **Sobre a Hering.** [201-]. Disponível em: <https://www.hering.com.br/store/pt/sobre-a-hering>. Acesso em: 30 set. 2021.

IBCC. **Patícia Bonaldi, IBCC e Hering juntos na luta contra o câncer de mama.** 1º out. 2018. Disponível em: <https://ibcc.org.br/patricia-bonaldo-ibcc-e-hering-juntos-na-luta-contr-o-cancer-de-mama/>. Acesso em: 28 dez. 2021.

LANDIM, Raquel. A estratégia dos grandes: Hering multiplica número de lojas e hoje vale R\$ 8 bilhões. **O Estado de S. Paulo**, São Paulo, 9 abr. 2012. Disponível em: <https://pme.estadao.com.br/noticias/geral,a-estrategia-dos-grandes-hering-multiplica-numero-de-lojas-e-hoje-vale-r-8-bilhoes,1679p>. Acesso em: 20 jan. 2021.

MACHADO, Pedro. Cia. Hering elege novo presidente. **NSC Total**, Blumenau, 3 maio 2021. Disponível em: <https://www.nsctotal.com.br/colunistas/pedro-machado/cia-hering-novo-presidente>. Acesso em: 3 maio 2021.

NASCIMENTO, Talita. Em disputa judicial, defesa de Ivo Hering alega “usucapião” de ações de primos na Cia. Hering. **O Estado de S. Paulo**, São Paulo, 22 set. 2021. Disponível em: <https://economia.estadao.com.br/blogs/coluna-do-broad/em-disputa-judicial-defesa-de-ivo-hering-alega-usucapiao-de-aco-es-de-primos-na-cia-hering/>. Acesso em: 22 set. 2021.

PANCHO. Uma das “caras” da Hering veio de família numerosa do Garcia. **NSC Total**, Blumenau, 24 set. 2018. Disponível em: <https://www.nsctotal.com.br/colunistas/pancho/uma-das-caras-da-hering-veio-de-familia-numerosa-do-garcia>. Acesso em: 27 out. 2021.

SANTIAGO, Abinoan. Herdeiros brigam na justiça por ações da Hering; negócio pode ser afetado? **UOL**, São Paulo, 9 maio 2021. Disponível em: <https://economia.uol.com.br/noticias/redacao/2021/05/09/avaliada-em-r-5-bi-hering-tem-disputa-por-heranca-qual-e-o-impacto.htm>. Acesso em: 9 maio 2021.

SHELLER, Fernando. Hering muda de dono após 140 anos dentro da mesma família. **O Estado de S. Paulo**, São Paulo, 26 abr. 2021. Disponível em: <https://economia.estadao.com.br/noticias/geral,hering-muda-de-dono-apos-140-anos-dentro-da-mesma-familia,70003694335>. Acesso em: 26 abr. 2021.

TEIXEIRA, Alexandre. A velha dama no novo mercado. **Época Negócios**, São Paulo, 20 jan. 2009. Disponível em: <http://epocanegocios.globo.com/Revista/Common/0,,EMI24079-16642,00-A+VELHA+DAMA+NO+NOVO+MERCADO.html>. Acesso em: 30 out. 2021.

VILLA RENAUX se transforma em laboratório para o ensino de restauro e manutenção de construções históricas. **O Município**, Brusque, 16 ago. 2021. Disponível em: <https://omunicipio.com.br/villa-renaux-se-transforma-em-laboratorio-para-o-ensino-de-restauro-e-manutencao-de-construcoes-historicas/>. Acesso em: 7 dez. 2021.

WORLD FASHION. **Trama Afetiva da Fundação Hermann Hering**. 2019 (*Tag* que reúne textos publicados em 26/07/2019, 12/07/2018 e 21/10/2016). Disponível em: <http://worldfashion.com.br/wfdaily/tag/fundacao-hermann-hering/>. Acesso em: 15 out. 2021.

PUBLICAÇÕES BIOGRÁFICAS E DE HISTÓRIA EMPRESARIAL

ANDRADE, Allison Bruno. O patrimônio arquitetônico industrial da Cia. Hering. *In*: CURY, Marília Xavier (coord.). **Museu Hering: conquistas e possibilidades criativas**. Blumenau: Fundação Hermann Hering, 2012. p. 126-153. Disponível em: <https://fundacaohermannhering.org.br/img/publication/museu-hering-conquistas-e-possibilidades-criativas.pdf>.

ARANTES, Marco Antonio. Memória em construção. *In*: MALHEIROS, Amélia; ARANTES, Marco Antonio; CURY, Marília Xavier. **Tempo ao tempo: nasce um museu**. Blumenau: Contraponto, 2011. p. 23-45.

ARAUJO, Jackson; PREDABON, Luca (org.). **Economia afetiva: aprendizado para o futuro**. São Paulo: [s.n.], 2018. 48 p. Disponível em: <https://fundacaohermannhering.org.br/img/publication/publicacao-economia-afetiva-um-aprendizado-para-o-futuro-por-fundacao-hermann-hering.pdf>.

ARAUJO, Jackson; PREDABON, Luca (org.). **Economia afetiva: por uma nova tecitura do social**. São Paulo: [s.n.], 2019. 56 p. Disponível em: <https://fundacaohermannhering.org.br/img/publication/economia-afetiva-por-uma-nova-tecitura-social.pdf>.

ARP, Edgard. Indústria têxtil: a produção da malha através dos tempos. *In*: JOFFILY, Ruth (edt.) *et. al.* **A história da camiseta**. [S.l.]: [s.n.], 1988. p. 23-31. (Livro em formato PDF, disponibilizado ao pesquisador pela Fundação Hermann Hering).

BROOS, Hans; SOCORRO, Francisco (coord.). **A Hering de Blumenau: um século. 1880-1980**. Blumenau: [s.n.], 1980. 169 p. (Livro em formato PDF, disponibilizado ao pesquisador pela Fundação Hermann Hering).

CIA. HERING. **120 anos Cia. Hering** (Perfil institucional). Blumenau: Editora Expressão, 2000. 34 p. (Livro em formato PDF, disponibilizado ao pesquisador pela Fundação Hermann Hering).

COLOMBI, Luiz Vendelino. **Industrialização de Blumenau: o desenvolvimento da Gebrüder Hering – 1880-1915**. 1979. 154 f. Dissertação (Mestrado em História) – Centro de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 1979. Disponível em: <https://repositorio.ufsc.br/bitstream/handle/123456789/111293/235588.pdf>.

CURY, Marília Xavier (coord.). **Museu Hering: conquistas e possibilidades criativas**. Blumenau: Fundação Hermann Hering, 2012a. 244 p. Disponível em: <https://fundacaohermannhering.org.br/img/publication/museu-hering-conquistas-e-possibilidades-criativas.pdf>.

CURY, Marília Xavier. Como nasce um museu. *In*: MALHEIROS, Amélia; ARANTES, Marco Antonio; CURY, Marília Xavier. **Tempo ao tempo: nasce um museu**. Blumenau: Contraponto, 2011. p. 47-137.

CURY, Marília Xavier. Introdução: *In*: SEMINÁRIO INTERDISCIPLINAR EM MUSEOLOGIA – SIM (“Fronteiras regionais e perspectivas nacionais”), 1., 2014, Blumenau. CURY, Marília Xavier (coord.). **Anais eletrônicos [...]**. Blumenau: Museu Hering; Fundação Hermann Hering, 2014. p. 22-5. Disponível em: <https://fundacaohermannhering.org.br/img/publication/fronteiras-regionais-e-perspectivas-nacionais-seminario-interdisciplinar-em-museologia.pdf>.

CURY, Marília Xavier. Museu Hering e a preservação do patrimônio industrial. *In*: CURY, Marília Xavier (coord.). **Museu Hering: conquistas e possibilidades criativas**. Blumenau: Fundação Hermann Hering, 2012b. p. 14-23. Disponível em:

<https://fundacaohermannhering.org.br/img/publication/museu-hering-conquistas-e-possibilidades-criativas.pdf>.

DESCHAMPS, Mariana Luiza de Oliveira. A Gebrüder Hering e a conquista do mercado nacional – 1880-1910. *In*: CURY, Marília Xavier (coord.). **Museu Hering: conquistas e possibilidades criativas**. Blumenau: Fundação Hermann Hering, 2012. p. 106-125. Disponível em:

<https://fundacaohermannhering.org.br/img/publication/museu-hering-conquistas-e-possibilidades-criativas.pdf>.

GROSS-HERING, Gertrud. **Nach 75 Jahren: Beitrag zur Geschichte der Familie Hering**. Blumenau: [s.n.], [195-]. 56 p. (Texto em formato PDF, disponibilizado ao pesquisador pela Fundação Hermann Hering).

HERKENHOFF, Elly; HERKENHOFF, Rosa (org.). **Famílias brasileiras de origem germânica**. V. 6. São Paulo: Instituto Hans Staden, 1975.

JOFFILY, Ruth (ed.) *et. al.* **A história da camiseta**. [S.l.]: [s.n.], 1988a. 167 p. (Livro em formato PDF, disponibilizado ao pesquisador pela Fundação Hermann Hering).

JOFFILY, Ruth. Introdução: um personagem que faz história. *In*: JOFFILY, Ruth (ed.) *et. al.* **A história da camiseta**. [S.l.]: [s.n.], 1988b. p. 9-21. (Livro em formato PDF, disponibilizado ao pesquisador pela Fundação Hermann Hering).

MALHEIROS, Amélia. Apresentação: “o museu é um presente para o futuro”. *In*: CURY, Marília Xavier (coord.). **Museu Hering: conquistas e possibilidades criativas**. Blumenau: Fundação Hermann Hering, 2012. p. 8-13. Disponível em:

<https://fundacaohermannhering.org.br/img/publication/museu-hering-conquistas-e-possibilidades-criativas.pdf>.

MALHEIROS, Amélia. Museu Hering: (trinta e) quatro anos depois. *In*: SEMINÁRIO INTERDISCIPLINAR EM MUSEOLOGIA – SIM (“Fronteiras regionais e perspectivas nacionais”), 1., 2014, Blumenau. CURY, Marília Xavier (coord.). **Anais eletrônicos [...]**. Blumenau: Museu Hering; Fundação Hermann Hering, 2014. p. 26-34. Disponível em: <https://fundacaohermannhering.org.br/img/publication/fronteiras-regionais-e-perspectivas-nacionais-seminario-interdisciplinar-em-museologia.pdf>.

MALHEIROS, Amélia. Um museu, um catálogo. *In*: MALHEIROS, Amélia; ARANTES, Marco Antonio; CURY, Marília Xavier. **Tempo ao tempo: nasce um museu**. Blumenau: Contraponto, 2011. p. 9-15.

MALHEIROS, Amélia; ARANTES, Marco Antonio; CURY, Marília Xavier. **Tempo ao tempo: nasce um museu**. Blumenau: Contraponto, 2011. 210 p.

MARTINS, Gisely Jussyla Tonello. **Os desafios da gestão rumo à longevidade organizacional**: estudo em três organizações do setor têxtil de Santa Catarina. 2008. 245 f. Dissertação (Mestrado em Administração) – Centro Socioeconômico, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2008. Disponível em:

<https://repositorio.ufsc.br/bitstream/handle/123456789/91541/261760.pdf>.

MEMÓRIA POLÍTICA DE SANTA CATARINA. **Biografia Max Tavares do Amaral**. 2020. Disponível em: http://memoriapolitica.alesc.sc.gov.br/biografia/1126-Max_Tavares_do_Amaral. Acesso em: 15 jul. 2021.

MUSEU HERING. **Temáticas educativas** (Caderno do professor – Explorando o Museu Hering e a exposição Tempo ao Tempo. Blumenau: Museu Hering; Fundação Hermann Hering, 2012. 22 p. Disponível em: <https://fundacaohermannhering.org.br/img/publication/caderno-educativo-museu-hering.pdf>.

NUNES, Paulo de Tarso; SARTORI, Sérgio Gregório. O Museu Hering: um caso de sucesso da Política Nacional de Museus. *In*: CURY, Marília Xavier (coord.). **Museu Hering: conquistas e possibilidades criativas**. Blumenau: Fundação Hermann Hering, 2012. p. 38-53. Disponível em: <https://fundacaohermannhering.org.br/img/publication/museu-hering-conquistas-e-possibilidades-criativas.pdf>.

OS 75 ANOS da Indústria Têxtil Cia. Hering. **Revista Paulista de Indústria**, São Paulo, n. 34 (Separata), 1955, p. 1-57. (Texto em formato PDF, disponibilizado ao pesquisador pela Fundação Hermann Hering).

PABST, Tássia Bachmann. Museu Hering e história oral: compreensão e novas formas de saberes. *In*: CURY, Marília Xavier (coord.). **Museu Hering: conquistas e possibilidades criativas**. Blumenau: Fundação Hermann Hering, 2012. p. 186-199. Disponível em: <https://fundacaohermannhering.org.br/img/publication/museu-hering-conquistas-e-possibilidades-criativas.pdf>.

PAES, Gustavo Nascimento. O Museu Hering, a gestão documental de um processo híbrido. *In*: SEMINÁRIO INTERDISCIPLINAR EM MUSEOLOGIA – SIM (“Fronteiras regionais e perspectivas nacionais”), 1., 2014, Blumenau. CURY, Marília Xavier (coord.). **Anais eletrônicos** [...]. Blumenau: Museu Hering; Fundação Hermann Hering, 2014. p. 231-253. Disponível em: <https://fundacaohermannhering.org.br/img/publication/fronteiras-regionais-e-perspectivas-nacionais-seminario-interdisciplinar-em-museologia.pdf>.

POETHIG, Nanny (Hering). A sociedade teatral Frohsinn. *In*: BROOS, Hans; SOCORRO, Francisco (coord.). **A Hering de Blumenau: um século. 1880-1980**. Blumenau: [s.n.], 1980. p. 160-4. (Livro em formato PDF, disponibilizado ao pesquisador pela Fundação Hermann Hering).

RIBEIRO DE SOUSA, Celeste. **Gertrud Gross-Hering (1879-1968): vida e obra**. São Paulo: Instituto Martius-Staden, 2016. Disponível em: <http://www.martiusstaden.org.br/conteudo/detalhe/203/gertrud-gross-hering-1879-1968>. Acesso em: 23 out. 2020.

SCHMIDT-GERLACH, Gilberto (org.). **Colônia Blumenau no Sul do Brasil**. 2 t. São José: Clube de Cinema Nossa Senhora do Desterro, 2019.

SEMINÁRIO INTERDISCIPLINAR EM MUSEOLOGIA – SIM (“Fronteiras regionais e perspectivas nacionais”), 1., 2014, Blumenau. CURY, Marília Xavier (coord.). **Anais eletrônicos** [...]. Blumenau: Museu Hering; Fundação Hermann Hering, 2014. 272 p. Disponível em: <https://fundacaohermannhering.org.br/img/publication/fronteiras-regionais-e-perspectivas-nacionais-seminario-interdisciplinar-em-museologia.pdf>.

SEMINÁRIO INTERDISCIPLINAR EM MUSEOLOGIA – SIM (“Moda pro novo mundo”), 4., 2020, Blumenau. MERLO, Márcia; ANDRADE, Raphaela (org.). **Anais eletrônicos** [...]. Blumenau: Fundação Hermann Hering; MIMo, 2021. 101 p. Disponível em: <https://fundacaohermannhering.org.br/img/publication/4-seminario-interdisciplinar-em-museologia-sim-8-moda-documenta-moda-pro-novo-mundo.pdf>.

SILVA, Mariana Girardi Barbosa. Comunicando uma exposição: as ações educativas do Museu Hering. *In*: CURY, Marília Xavier (coord.). **Museu Hering: conquistas e possibilidades criativas**. Blumenau: Fundação Hermann Hering, 2012. p. 56-69. Disponível em: <https://fundacaohermannhering.org.br/img/publication/museu-hering-conquistas-e-possibilidades-criativas.pdf>.

SILVA, Mariana Girardi Barbosa. O Museu Hering, seu setor educativo e suas experiências com o público. *In*: SEMINÁRIO INTERDISCIPLINAR EM MUSEOLOGIA – SIM (“Fronteiras regionais e perspectivas nacionais”), 1., 2014, Blumenau. CURY, Marília Xavier (coord.). **Anais eletrônicos** [...]. Blumenau: Museu Hering; Fundação Hermann Hering, 2014. p. 254-269. Disponível em: <https://fundacaohermannhering.org.br/img/publication/fronteiras-regionais-e-perspectivas-nacionais-seminario-interdisciplinar-em-museologia.pdf>.

SIMAS, Sílvia. Economia: panorama do mercado brasileiro – década de 80. *In*: JOFFILY, Ruth (edt.) *et. al.* **A história da camiseta**. [S.l.]: [s.n.], 1988. p. 91-95. (Livro em formato PDF, disponibilizado ao pesquisador pela Fundação Hermann Hering).

SOUZA, Maria de Lourdes. **A greve nas indústrias têxteis de Blumenau**. 1991. 220 f. Dissertação (Mestrado em Direito) – Centro de Ciências Jurídicas, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 1991. Disponível em: <https://repositorio.ufsc.br/bitstream/handle/123456789/106337/PDPC0034-D.pdf>.

STARKE, Valquiria Venturi. A Fundação que nos sustenta: a Fundação Hermann Hering e seu papel social, cultural e preservacionista. *In*: CURY, Marília Xavier (coord.). **Museu Hering: conquistas e possibilidades criativas**. Blumenau: Fundação Hermann Hering, 2012. p. 26-37. Disponível em: <https://fundacaohermannhering.org.br/img/publication/museu-hering-conquistas-e-possibilidades-criativas.pdf>.

FONTES DE PESQUISA – CAPÍTULO 4 (RICHTER'S HOF)

DADOS E RESULTADOS ELEITORAIS

TRIBUNAL REGIONAL ELEITORAL-RS. **Eleições 2008:** Forquetinha. Disponível em: <http://capa.tre-rs.jus.br/eleicoes/2008/1turno/RS89222.html>. Acesso em: 15 fev. 2021.

TRIBUNAL REGIONAL ELEITORAL-RS. **Eleições 2012:** Forquetinha. Disponível em: <http://capa.tre-rs.jus.br/eleicoes/2012/1turno/RS89222.html>. Acesso em: 15 fev. 2021.

TRIBUNAL REGIONAL ELEITORAL-RS. **Eleições municipais 2004 1º turno:** Forquetinha. Disponível em: <https://capa.tre-rs.jus.br/eleicoes/2004/1t/voto/RS89222.htm>. Acesso em: 15 fev. 2021.

TRIBUNAL REGIONAL ELEITORAL-RS. **Memorial da Justiça Eleitoral Gaúcha.** Lajeado – Resultados eleições municipais 1976. Disponível em: <https://www.justicaeleitoral.jus.br/arquivos/tre-rs-municipais-1976-lajeado>. Acesso em: 15 fev. 2021.

TRIBUNAL REGIONAL ELEITORAL-RS. **Memorial da Justiça Eleitoral Gaúcha.** Lajeado – Resultados eleições municipais 1982. Disponível em: <https://www.justicaeleitoral.jus.br/arquivos/tre-rs-municipais1982-lajeado/>. Acesso em: 15 fev. 2021.

TRIBUNAL REGIONAL ELEITORAL-RS. **Memorial da Justiça Eleitoral Gaúcha.** Lajeado – Resultados eleições municipais 1988. Disponível em: <https://www.justicaeleitoral.jus.br/arquivos/tre-rs-municipais1988-lajeado>. Acesso em: 15 fev. 2021.

TRIBUNAL REGIONAL ELEITORAL-RS. **Resultados das eleições.** Disponível em: <https://www.tre-rs.jus.br/eleicoes/resultados-das-eleicoes>. Acesso em: 15 fev. 2021.

DADOS GEOGRÁFICOS E ESTATÍSTICOS

IBGE Cidades. **Forquetinha.** 2017. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/rs/forquetinha/panorama>. Acesso em: 6 mar. 2021.

IBGE Cidades. **Lajeado.** 2017. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/rs/lajeado/panorama>. Acesso em: 6 mar. 2021.

ENTREVISTAS

RICHTER, Waldemar Laurido. [2019]. Entrevista concedida a Lucas Voigt. Forquetinha, 5 dez. 2019. 2 arquivos .mp3 (1h44min).

IMPREENSA, SITES E REDES SOCIAIS

ASSUNÇÃO, Alício de. O homem que pretende publicar 50 livros sobre a colonização alemã no Vale do Taquari. **GaúchaZH**, 9 out. 2019. GZH Almanaque. Disponível em: <https://gauchazh.clicrbs.com.br/cultura-e-lazer/almanaque/noticia/2019/10/o-homem-que-pretende-publicar-50-livros-sobre-a-colonizacao-alema-no-vale-do-taquari-ck1jpn72104kv01r2dry58ip.html>. Acesso em: 20 fev. 2021.

EMPRESAS tradicionais: como manter viva a inovação e pioneirismo aos 70 anos de história. **G1**, 8 jul. 2019. SC Que Dá Certo. Disponível em: <https://g1.globo.com/sc/santa-catarina/sc-que-da-certo/noticia/2019/07/08/empresas-tradicionais-como-manter-viva-a-inovacao-e-pioneirismo-aos-70-anos-de-historia.ghtml>. Acesso em: 26 fev. 2021.

GRÄFF, Deolí. Casal Richter celebrou Bodas de Ouro na igreja construída por eles. **A Hora**, Lajeado, 5 dez. 2019. Disponível em: <https://grupoahora.net.br/conteudos/2019/12/05/casal-richter-celebrou-bodas-de-ouro-na-igreja-construida-por-eles/>. Acesso em: 15 mar. 2021.

PARQUE histórico recebe críticas e elogios. **Folha Popular**, Teutônia, 22 mar. 2007, p. 22 (*apud* BALLER, 2008, p. 117-8).

RICHTER, Waldemar Laurido. **Comentário à postagem de Lucas Voigt, divulgando o artigo de jornal “Forquetinha, uma Alemanha fantástica”**. Facebook. 5 maio 2020. Disponível em: <https://www.facebook.com/lucas.voigt.395/posts/2570147389868696>. Acesso em: 18 mar. 2021.

RICHTER GRUPPE. **Urban Center Conventos**. Disponível em: <http://richtergruppe.com.br/projetos/urban-center/>. Acesso em: 17 fev. 2021.

RICHTER GRUPPE. **Waldemar Richter: as raízes familiares da Richter Gruppe**. 25 nov. 2016. Disponível em: <http://richtergruppe.com.br/waldemar-richter-as-raizes-familiares-da-richter-gruppe/>. Acesso em: 12 fev. 2021.

VOIGT, Lucas. Forquetinha, uma Alemanha fantástica. **O Informativo**, Lajeado, 5 maio 2020. Coluna “Um Lugar no Vale”, por Alício de Assunção. Disponível em: <https://informativo.com.br/um-lugar-no-vale/colunistas/forquetinha-uma-alemanha-fantastica.357021.jhtml>. Acesso em: 18 mar. 2021.

LEGISLAÇÃO

LAJEADO. **Lei N° 3918/1987** – Cria o distrito de Forquetinha, constitui seu território e dá outras providências. 1987. Disponível em: <https://leismunicipais.com.br/a/rs/l/lajeado/lei-ordinaria/1987/392/3918/lei-ordinaria-n-3918-1987-cria-o-distrito-de-forquetinha-constitui-seu-territorio-e-da-outras-providencias/>. Acesso em: 7 mar. 2021

MEMORIAL DO LEGISLATIVO DO RIO GRANDE DO SUL. **Veto à consulta plebiscitária em Forquetinha, pertencente a Lajeado.** MLRS ALRS-LEG-MUN-PROCESSOS-20917-0100/95-9. 1995. 295 f. Disponível em:

http://www.acervomemorial.al.rs.gov.br/uploads/r/memorial-do-legislativo-do-rio-grande-do-sul/f/0/f06b0e946196ddaaa593cb3ad5a9f7cbef92eb607084a85dc3556b26cab17f0/Consulta_plebiscit_ria_em_FORQUETINHA_-_LAJEADO_red_dig.pdf. Acesso em: 10 mar. 2021.

RIO GRANDE DO SUL. **Lei Nº 10.756, de 16 de abril de 1996** – Cria o município de Forquetinha. 1996. Disponível em:

http://www.al.rs.gov.br/legis/M010/M0100099.ASP?Hid_Tipo=TEXTO&Hid_TodasNormas=10921&hTexto=&Hid_IDNorma=10921. Acesso em: 8 mar. 2021.

PUBLICAÇÕES E LIVROS

AHLERT, Lucildo. Introdução: dos primórdios da imigração alemã à Fazenda dos Conventos. *In*: RICHTER, Waldemar Laurido; SCHMIDT, Heinz. **Pioneiros de Conventos: 1861.** Lajeado: Edição do Autor, 2018. p. 13-17.

AHLERT, Lucildo. Prefácio. *In*: RICHTER, Waldemar Laurido. **Nie Gedacht = Nunca Pensei: história e genealogia de imigrantes alemães homenageados com nomes de ruas em Forquetinha.** V. 1: Família Kremer. Forquetinha: Edição do Autor, 2019. p. 15-6.

COLLISCHONN, Wolfgang H.; RICHTER, Günter Heinz. **Arquitetura em enxaimel (Fachwerk):** Lajeado, Forquetinha e Canudos do Vale. Lajeado: Os Autores, 2000. 151 p.

RICHTER, Waldemar Laurido. **Ein Deutsches Volkstanzfest – Revista da Festa do Folclore Alemão.** Lajeado, 1991, 19 p.

RICHTER, Waldemar Laurido. **Família Doebber: um século e meio de história no Brasil; 1851-2006.** Lajeado: [s.n.], 2006. 111 p.

RICHTER, Waldemar Laurido. **Família Richter: dois séculos de história ([ou] Suas origens, sua história).** Lajeado: [s.n.], 1998. 190 p.

RICHTER, Waldemar Laurido. **Nie Gedacht = Nunca Pensei: história e genealogia de imigrantes alemães homenageados com nomes de ruas em Forquetinha.** V. 1: Família Kremer. Forquetinha: Edição do Autor, 2019. 348 p.

RICHTER, Waldemar Laurido; SCHMIDT, Heinz. **Pioneiros de Conventos: 1861.** Lajeado: Edição do Autor, 2018. 111 p.

RICHTER GRUPPE. **So schön ist Forquetinha! 16 Jahre / Forquetinha Joia Germânica.** 2. ed. Lajeado: Richter Gruppe Empreendimentos & Participações, 2017.