



RAC - Revista de Administração

Contemporânea

ISSN: 1415-6555

rac@anpad.org.br

Associação Nacional de Pós-Graduação e

Pesquisa em Administração

Brasil

Duarte, Roberto Gonzalez

Os Irmãos Karamablock: ascensão e queda de um império familiar

RAC - Revista de Administração Contemporânea, vol. 15, núm. 2, março-abril, 2011, pp. 360-362

Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração

Rio de Janeiro, Brasil

Disponível em: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=84018474015>

- ▶ Como citar este artigo
- ▶ Número completo
- ▶ Mais artigos
- ▶ Home da revista no Redalyc

redalyc.org

Sistema de Informação Científica

Rede de Revistas Científicas da América Latina, Caribe, Espanha e Portugal  
Projeto acadêmico sem fins lucrativos desenvolvido no âmbito da iniciativa Acesso Aberto



Disponível em  
<http://www.anpad.org.br/rac>

RAC, Curitiba, v. 15, n. 2,  
pp. 360-362, Mar./Abr. 2011



## **Resenhas Bibliográficas:**

### **Os Irmãos Karamabloc: Ascensão e Queda de um Império Familiar.**

Arnaldo Bloch. São Paulo: Companhia das Letras, 2008. 339 p. ISBN 978-85-359-1332-3.

**Roberto Gonzalez Duarte \***

E-mail: robertoduarte@face.ufmg.br  
Universidade Federal de Minas Gerais – FACE/UFMG  
Belo Horizonte, MG, Brasil.

\* Endereço: Roberto Gonzalez Duarte  
Av. Antonio Carlos, 6627, Pampulha, Belo Horizonte/MG, 31270 901.

O livro sobre a saga da família Bloch, contada por um de seus membros, o jornalista Arnaldo Bloch, exemplifica alguns fenômenos distintivos de muitas das organizações brasileiras: o papel dos imigrantes na fundação de empresas em um país visto como terra de oportunidades; a relação entre empresas de mídia e governos; o estilo de gestão dos grupos familiares; por fim, as consequências das escolhas estratégicas das organizações.

Na primeira parte – **Os Russos** – o autor relata o início da saga, isto é, as origens da família Bloch, na Ucrânia, o surgimento do negócio – gráfica – da família, a obsessão do patriarca – Joseph Bloch – por inovações, os problemas enfrentados durante a I Guerra Mundial e a Revolução Russa, o empobrecimento e, por fim, a imigração para o Brasil.

A segunda parte do livro – **Os Gringos** – descreve o difícil início da família Bloch no Rio de Janeiro e a criação da gráfica Joseph Bloch & Filhos. Com o crescimento dos negócios, a família monta uma nova gráfica, inspirada nas gráficas americanas que haviam sido visitadas por um dos filhos.

**Os jogadores** – terceira parte do livro – traz relatos pitorescos sobre os membros e o funcionamento da família – e conta a decisão de entrar no mercado editorial. Em 1952, lançam a revista – **Manchete** – nos moldes da francesa *Paris Match*. Apesar de contar com colaboradores notáveis, o princípio não foi fácil e, em determinado momento, os Bloch chegaram a tentar vendê-la, mas como as negociações não chegaram a bom termo, contrataram um novo diretor, que logo será sucedido por diversos outros.

A época de ouro da **Manchete**, relatada no quarto capítulo – **A Glória** – coincide com a publicação de matérias sobre a construção de Brasília, o que impulsiona as vendas da revista. O autor relata ainda as relações entre a família Bloch e os diversos governos – de JK a Collor. Narra também vários episódios – alguns memoráveis – sobre o **estilo de gestão** de Adolpho Bloch. Ao final, descreve a fase do apogeu, quando a editora publica várias revistas de sucesso e também a decisão de entrar no negócio da televisão que, apesar do sucesso inicial, foi determinante da decadência do grupo familiar.

No último capítulo – **A Ruína** – o autor discorre sobre o gradual desaparecimento das primeiras gerações, incluindo Adolpho Bloch, que haviam chegado ao Brasil muitos anos antes e também sobre a decadência do grupo empresarial, que começa com a venda da Rede Manchete, em 1999, e culmina com a falência da Bloch Editores em agosto de 2000.

O principal mérito da obra é apresentar a emergência, o crescimento, a consolidação e a decadência de um grupo empresarial familiar importante no setor da mídia nos anos 1950-80. O livro presta-se, então, à discussão de alguns aspectos típicos, mas ainda desconhecidos, relativos às organizações brasileiras do setor da mídia.

Um desses é o papel dos imigrantes – sobretudo daqueles que fugiam da Europa por causa da Revolução Russa e da I e II Guerra Mundiais – qualificados na criação de várias empresas, sobretudo no setor industrial. Na região sul, por exemplo, destino de muitos desses imigrantes, várias empresas foram fundadas por eles. O caso da família Bloch ilustra, então, como o *know-how* e a *expertise* trazidos pela família foram importantes para a criação de novos negócios no País. Vale destacar ainda como a rede dos imigrantes das diferentes colônias – no caso judaica – teve papel preponderante na formação dessas empresas.

Outro aspecto é a evolução do setor da mídia no país. Embora o livro não verse nem discuta propriamente essa questão, ele oferece algumas informações relevantes para se compreender o desenvolvimento e a dinâmica do setor, a começar pela personalidade de alguns de seus atores mais marcantes: Assis Chateaubriand, Samuel Weiner, Roberto Marinho, além obviamente de Adolpho Bloch. Há ainda passagens interessantes sobre as relações entre esses homens, em especial entre Bloch e Marinho. Além de dar informações valiosas sobre a história do setor, o livro trata – mesmo que marginalmente, pois não era esse o seu propósito principal – das relações, nem sempre harmônicas, entre mídia e governos, durante diferentes períodos da história brasileira.

Um terceiro aspecto – talvez mais digno de interesse para os estudiosos da Administração – é o estilo, no mínimo peculiar, de gestão das empresas dos irmãos Bloch. Se apontar o estilo de gestão errático e personalista como um dos fatores responsáveis pela derrocada e falência do grupo pode parecer simplista, bem mais complexo é entender como esse mesmo estilo foi fundamental para o sucesso do grupo durante décadas. O livro suscita, assim, uma série de questões de como determinado estilo de gestão pode, em dadas circunstâncias, ser responsável pelo sucesso e, em outras, pela decadência de um grupo empresarial.

O último aspecto diz respeito à questão das escolhas estratégicas da organização, isto é, como são feitas e suas consequências, às vezes de efeitos funestos. De particular interesse no contexto da obra é a decisão relativa à entrada no negócio televisivo. O livro oferece ao leitor a possibilidade de olhar, analisar e compreender, com a vantagem do recuo do tempo, as intrincadas e complexas circunstâncias envolvidas nessa decisão e como ela foi determinante do fim do grupo construído pela família Bloch décadas antes.

Além do conteúdo, o livro interessa ainda porque – resguardando o estilo e o formato próprios – constitui excelente exemplo dos desafios metodológicos que um estudo de caso comporta. Na Nota do autor (p. 9), Arnaldo Bloch explica a origem dos dados coligidos para a redação do livro e ressalta a dificuldade para alguém, que também era parte da história, redigir o livro. Nesse sentido, o livro encerra algumas lições metodológicas que podem ser úteis aos pesquisadores – sobretudo para os que se interessam pela metodologia do estudo de caso – da área de Administração.