

36º ENCONTRO ANUAL DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PÓS-GRADUAÇÃO E
PESQUISA EM CIÊNCIAS SOCIAIS - ANPOCS
GT16 – GRUPOS DIRIGENTES E ESTRUTURA DE PODER

ASSOCIAÇÃO COMERCIAL DO MARANHÃO-ACM:
recrutamento e legitimação da liderança empresarial, 1880/1940

DIOGO GUALHARDO NEVES

Como membro do LEEPOC – Laboratório de Estudos sobre Elites Políticas e Culturais

São Luís

2012

1 INTRODUÇÃO

1.1 Por que estudar os “empresários” e quem são eles?

O presente trabalho busca demonstrar e analisar os processos de seleção de lideranças e de legitimação de uma parte da elite econômica maranhense no final do século dezanove e início do seguinte, através de sua principal entidade de representação, a Associação Comercial do Maranhão, ou simplesmente “ACM”.

Os componentes desse segmento se auto-identificam como “empresários”, mas, de início, cumpre esclarecer o sentido atribuído ao uso dessa categoria, bem como demonstrar como se estrutura, em termos oficiais, a instituição em evidência. Está se falando, no caso, de proprietários de casas comerciais e indústrias, o que obrigou a um cuidado especial, já que esse segmento é componente de uma sociedade de flagrante caráter periférico.

De fato, ela é importadora de modelos produzidos para outras configurações e readaptados a um novo meio, não sem conflitos e com o estabelecimento de valores e códigos próprios, bem diversos daqueles onde esses padrões surgiram, ou trazendo para o centro de decisão recursos que teriam importância secundária em seu ambiente de origem. Estatutariamente, a ACM, em seu regulamento interno, informa os tipos de profissionais que a constituem:

Os quadros de sócios [...] serão formados por pessoas de reconhecido crédito, sem distinção de nacionalidade, que tenham a necessária probidade, e pertençam às seguintes classes: comerciantes, industriais, agricultores, capitalistas, proprietários, armadores, corretores, leiloeiros, agentes ou auxiliares do comércio, despachantes gerais e cônsules. (REVISTA DA ASSOCIAÇÃO COMERCIAL DO MARANHÃO, 1931, não paginado).

A legislação da época (Lei nº 556/1850 – Código Comercial do Império do Brasil) não incluía a categoria de “agricultores” no rol de empresários, contrariamente ao permissivo constante nos estatutos.

A concepção de “empresário”, nessa perspectiva, remeteria ao significado jurídico de pessoa física que possui inscrição de empreendimento econômico na Junta Comercial (instituição pública de matrícula de proprietários de casas comerciais ou unidades fabris) da região onde labora.

Dessa maneira, menciona-se ambos os regulamentos legais como demonstrativos da auto-identificação e construção das identidades dos agentes que compõem os quadros da instituição em comento. Por isso, o “empresário” seria tanto o comerciante, e ou, o industrial que tivesse sua profissão reconhecida enquanto tal.

Contudo, pelo menos no Maranhão do século dezenove, inexistiu uma especialização profissional explícita entre os componentes das elites econômicas, posto que muitos indivíduos eram ao mesmo tempo proprietários de estabelecimentos comerciais, industriais ou ainda financeiros e agrícolas. Isso pode ser verificado através do quadro que segue, em que o número de empreendimentos econômicos ultrapassa o da população estudada, que foi de 149 agentes (NEVES, 2011, p. 89):

Quadro 1: Diretorias de Empreendimentos Econômicos

Tipos de Empreendimentos	Número de Diretores
Casa Comercial	85
Casa Bancária	27
Agro-indústria	7
Indústria	57
Imprensa/Comunicação	8
Prestação de Serviços	26

Fonte: Revista da Associação Comercial do Maranhão (1925-1940)

Em razão disso, ao se utilizar o termo em questão, considera-se o fato de que não são apenas comerciantes ou industriais, em sentido legal, ou como o próprio nome oficial da instituição pode fazer crer.

Assim, o termo “empresariado”, de caráter coletivo, ao menos enquanto “grupo representado” é “[...] *historicamente o produto do trabalho de certos segmentos sociais agindo como produtor de categorias e identidades [...], como legislador produzindo as demandas de representação [...] ou incitante do reagrupamento [...]*” (OFFERLÉ, 2009, p. 34, tradução nossa). Por isso, quando se fala nas categorias de “comerciantes”, “agricultores” e “industriais” é apenas para designar uma ou outra atividade como a principal do indivíduo específico em questão.

Também em seu regulamento interno, a Associação Comercial do Maranhão apresenta um programa de ações da instituição. Dentre essas estão o pronto atendimento aos interesses das “classes” que a compõem, a representação dos associados e a observação das demandas profissionais apresentadas, além de sua configuração enquanto “tribunal de arbitragem”, para a solução de litígios entre seus membros e terceiros.

Todavia, à par das diretrizes oficiais da instituição, o que se verifica é que os referenciais primordiais para as estruturas de classificação e hierarquização no interior da ACM, e provavelmente em outras entidades particulares e públicas, estão muito mais fortemente vinculados à capacidade de criação e manutenção de teias de reciprocidade entre seus agentes.

Nesse caso, o “mérito” do líder institucional não está na construção “profissional” da carreira de empresário, mas sim na competência de firmar laços de amizade e mesmo de parentesco efetivamente lucrativos, conscientemente ou não, dentro do grupo ou fora dele, mas, via de regra, sempre com outros indivíduos inseridos nas esferas equivalentes ou superiores de poder.

No mesmo sentido, a vinculação a outras instituições de finalidades pretensamente diversas da ACM, porém, de igual forma edificadoras da consagração pública de seus membros, como aquelas de viés “cultural”, citando-se a nível local o “Instituto Histórico e Geográfico do Maranhão” ou a “Academia Maranhense de Letras”, é outro contribuinte importante para o fenômeno de justificação da liderança de alguns de seus quadros.

No caso das eleições, especificamente, para a direção da ACM, não se vislumbram grandes disputas, mesmo entre os diretores pertencentes aos grupos de origens sociais diferentes.

A ausência de chapas concorrentes ou mesmo de candidatos, mandatos prorrogados por longos períodos e reeleições seguidas da mesma mesa diretora, às vezes por dez anos ou mais, ilustram bem um tipo de organização baseada nos laços de amizade e apadrinhamento, que vedam, ou pelo menos tentam vedar, a inclusão de indivíduos desligados ou não vinculados à rede estabelecida. O quadro abaixo pode bem ilustrar como poderia ser duradoura a permanência nos cargos de direção da entidade (NEVES, 2011, p. 131):

Quadro 2: Ocupação Geral de Cargos por Diretor (em anos)

Cargos/ Diretor	José João de Sousa	José Alves Martins de Sousa	José Francisco Jorge	Carlos Soares de Oliveira Neves	Manoel Sátiro Lopes de Carvalho	João Alves dos Santos	Manoel Coelho Pecegueiro Júnior
Presidente	19	-	-	-	-	10	-
Vice-Presidente	8	4	-	-	4	1	-
Primeiro Secretário	-	-	-	-	9	-	-
Segundo Secretário	1	-	13	-	-	-	9
Tesoureiro	-	-	4	10	-	-	-
Vogal	1	18	2	5	1	-	2
Total	29 anos	22 anos	19 anos	15 anos	14 anos	11 anos	11 anos

Fonte: Revista da Associação do Maranhão (1925-1940); Viveiros (1954)

Isso, no entanto, está relacionado aos processos de base para a seleção desse segmento da elite econômica, onde os indivíduos são incluídos ou rejeitados conforme os recursos que são postos em jogo.

O ingresso na instituição representa uma forte atribuição de crédito social ao agente, onde estão presentes valores como a confiabilidade e lealdade, que vão além da própria entidade de representação do empresariado. Perpassam, com efeito, pela participação e frequência em outras organizações, como clubes sociais, festas religiosas e mesmo atuação e posicionamento político. Nessa perspectiva, Coradini (2005, p. 5), analisando o processo de recrutamento dos membros da então Academia Imperial de Medicina, expõe uma situação cuja similitude com o caso da Associação Comercial do Maranhão, em período histórico mais ou menos equivalente, é, no mínimo, notória:

A não emergência de um confronto entre ideologias “aristocráticas” e “meritocráticas” (Weisz, 1988a e 1988b; Charle, 1987) pode ser decorrente também dos próprios critérios de recrutamento dessa elite, baseados na cooptação, no capital de relações sociais e na reciprocidade, o que resulta numa espécie de “efeito clube” [...]. Nos processos de recrutamento de novos membros há, em geral, candidato único ou então um número mínimo, visto que as chances são conhecidas com antecedência, e um dos efeitos disso é o caráter personificado do processo de construção de imagens, que destaca “qualidades pessoais”.

É muito importante também se compreender quais os condicionantes específicos que proporcionarão a disponibilidade de determinados recursos a serem acionados oportunamente, no bojo das disputas pelo acesso aos cargos de poder e a perpetuação de seu controle.

Essa amplificação objetiva da posse e acúmulo de diversos tipos de capital contribuía sobremaneira para o incremento da consagração pública do agente, subsidiando sua participação nos processos de acesso às mais elevadas instâncias de poder, bem como a legitimação da liderança conquistada.

Mesmo que sejam apresentadas teses ou convocadas reuniões para apreciação de assuntos afeitos à sua destinação institucional, terminam elas, na verdade, se ajustando às citadas funções de exaltação das lideranças e reafirmação das mesmas em suas posições de poder. Essa “*dimensão de consagração*” já havia sido descrita por Coradini (2005, p. 4, grifo nosso) também para a Academia Nacional de Medicina, entidade que sucedeu a “Imperial” durante a república, estando presente de igual maneira em outras instituições brasileiras.

Ademais, se está tratando de uma instituição objetivamente situada em uma sociedade periférica, onde a incipiência de uma estrutura que possa garantir a equivalência dos títulos portados, sejam os relacionados à propriedade econômica ou escolar, conduz os agentes ao estabelecimento de estratégias e relações personificadas, essas sim a constituir a condição fundamental de garantia de todas as outras formas de capital (CORADINI, 1997).

Isso faz com que os vínculos de amizade, parentesco e apadrinhamento entre os indivíduos, por exemplo, basilares para o ingresso, progressão e coordenação do segmento em questão, não sejam ocultados, mas ao contrário, acatados institucionalmente e evidenciados em sua importância.

Dessa maneira, quando a posse do capital escolar surge como um dos elementos de diferenciação social, especialmente a partir das décadas de 1910 e 1920, é para se transmutar a um uso mais pragmático de auto-consagração de seus portadores, mas sempre de forma subsidiária, nos processos de constituição das hierarquias.

Nesse caso, existe a mera apropriação do conhecimento, mas sua utilização passa ao largo das regras onde foi produzido e condicionado, posto que essas, ao contrário, não são incorporadas.

Um dado interessante é que o número de diretores com formação escolar através de instituição de ensino é maior para o cargo de vice-presidente, o que pode ser explicado pelo fato da presidência em si comportar uma função mais figurativa do que de ação, sendo essa última atraída para os agentes do segundo posto em importância oficial (NEVES, 2011, p. 71):

Quadro 3: Cargos de direção da ACM em relação ao número de diretores com e sem formação escolar através de instituição de ensino

Formação/Cargo	Com formação	Sem formação
Presidente	3	2
Vice-presidente	6	1
Primeiro secretário	0	0
Segundo secretário	3	1
Tesoureiro	0	1
Vogal	6	6
Total	18	11

Fonte: Revista da Associação Comercial do Maranhão (1925-1940); Viveiros (1954)

Muita similitude existe entre o que encontrou Coradini (1997, p. 428) no caso da elite médica brasileira, ao menos a do século dezenove, em seu estudo sobre a Academia Imperial de Medicina e o que a atual pesquisa constatou para a Associação Comercial do Maranhão e o empresariado local da época:

[...] verifica-se que este segundo pólo, menos escolar e mais ‘mundano’, ou de consagração social, é parte estrutural do conjunto de princípios de legitimação que concorrem para as definições e hierarquização do campo escolar e/ou científico.

Em tal cenário, a esfera de poder econômico, apesar de sua reserva de importância, por meio do acúmulo e do domínio de recursos financeiros, não é, nem poderia ser, a mais determinante para a seleção social que se apresenta. O resultado conflituoso do encontro de modelos e filosofias importadas com as formas de ajuste locais confere a essas instituições, como bem evidencia a ACM, um caráter “híbrido”, ainda que isso não importe em uma justaposição que signifique o domínio de um pólo

pelo outro. O que se apresenta é uma configuração própria e complexa, cuja “[...] *apreensão é sempre parcial*” (CORADINI, 1997, p. 429).

Nessas circunstâncias, utilizou-se o aporte conceitual observando, o mais detidamente possível, os modos como se operou a conformação de uma instituição dessa natureza ante as condicionantes sociais preexistentes, bem como as consequências decorrentes desse entrecruzamento.

Um problema que se apresenta é a ampla escassez de trabalhos dedicados ao empresariado existente no Maranhão do declinar do século dezenove, até meados do que o superou.

No que toca estritamente ao estudo das elites econômicas maranhenses, para o caso dos titulares nobiliárquicos dos oitocentos, tem-se obras alienígenas ao meio acadêmico, que não se valem de qualquer esquema conceitual de análise, transfigurando-se como grandes catálogos de dados históricos, como “Fidalgos e Barões: uma história da nobiliarquia luso-maranhense”, cujo autor é desembargador aposentado do Tribunal de Justiça do Maranhão, Milson de Sousa Coutinho (2005). No mesmo sentido, a “História do Comércio do Maranhão”, de Jerônimo José de Viveiros (1954).

Para além de alguns trabalhos, como os da professora Antônia da Silva Mota (2001¹; 2006), já a nível acadêmico sobre a formação das grandes fortunas maranhenses no final do século dezoito e início do século dezenove, poucos restam, na mesma envergadura, que se debruçam especificamente sobre a constituição das elites políticas e econômicas, em especial no lapso temporal aqui delineado e segundo os referenciais teóricos ora trazidos.

Tratou-se, também, de condicionantes basilares, os quais nem sempre estão claramente demonstrados, exigentes de cuidada atenção e tempo do pesquisador, como as origens pessoais e familiares dos agentes, os vínculos de identificação e aproximação com outros, as fortunas por eles constituídas ou herdadas, e as estratégias implementadas para a perpetuação do controle das posições de poder.

Conquanto se fale em “lideranças empresariais” como a uma parte da elite econômica local, é necessário definir-se o seu significado. O termo, para os propósitos desse trabalho, está relacionado a um grupo de indivíduos, numericamente menor que o

¹ Esse trabalho foi elaborado junto com K. R. Silva e J. D. Mantovani.

conjunto da população de uma determinada conformação social, cuja condição de “superioridade” não é exclusivamente dependente do controle de capitais financeiros.

Antes se vinculam ao domínio de uma série de recursos que lhes asseguram a ocupação das posições de poder e os tornam capazes de estipular normas de conduta e comportamento ao conjunto social no qual se inserem.

Assim, no processo de hierarquização estão envolvidos, portanto, vários elementos que servem à distinção social para o auto-reconhecimento dos agentes pertencentes, bem como daqueles que lhe são exteriores. Um problema se estabelece quando se fala das “*fronteiras externas*” da organização (no caso, das confederações de entidades patronais), que por sua vez aludem à questão de quem está incluído no grupo de líderes empresariais e quais são os “*grupos*” que podem ser reunidos sob uma espécie de fim comum. Como mencionado, “[...] *abrir o grupo não somente aos industriais e aos comerciantes, mas igualmente aos agricultores. É o que foi feito no século XIX*” (OFFERLÉ, 2009, p. 8, tradução nossa).

Para Offerlé (2009, grifo nosso, tradução nossa), esse tipo de “*interprofissionalização*”, ou reagrupamento de padrões de setores diversos, pode demonstrar a constituição de relações de sociabilidade fundadas entre subgrupos das elites locais interessados em assumir postos de liderança em outras instâncias de poder que estão relacionadas à atividade empresarial, ou simplesmente à política.

Sobre isso, não é menor a importância de recordar que no Maranhão oitocentista a especialização profissional dos empresários é praticamente inexistente, não só pelos múltiplos capitais investidos nas mais diversas áreas da produção material, como também pelas próprias origens sociais e trajetórias dos agentes no campo financeiro. Isso é vislumbrado entre os diretores da ACM.

Em outra figura, a representação e a representatividade, advindas das posições de poder mais elevadas na instituição, terminam sendo contribuintes basilares da consagração pessoal, tornando-se essa, desde logo, a sua função precípua. No caso maranhense, pouco parece importar para a seleção das lideranças desse tipo de elite, exclusivamente, a natureza das atividades econômicas controladas pelos indivíduos.

A uma porque tal não seria possível, considerando as estratégias postas em jogo, inclusive a pluralidade e diversificação de investimentos nesse espaço. A duas, porque a entidade em seus objetivos práticos, como outras de natureza semelhante nas sociedades periféricas, era francamente “aberta”, não rejeitando, a priori, qualquer dos

candidatos ingressantes, especialmente se os novatos possuísem vínculos – enfatizando-se os familiares – com o escol interno já estabelecido.

Devem ser, destarte, ante as origens diversificadas do grupo, compreendidas devidamente as principais estratégias implementadas a garantir a permanência nas instâncias de controle do espaço social. Em decorrência disso, a liderança do segmento da elite econômica em discussão é, em cognição precípua, uma coligação de agentes que controlam posições de poder, especificamente, as mais de maior proeminência na arena de disputa pelo comando da produção de recursos financeiros da ordem privada.

Por essa razão, ela se firma como a autoridade efetiva sobre outros agentes, a maioria numérica deles, que não tem a capacidade de se engajar nos processos de formação de líderes, ou este é frustrado pelos mecanismos de seleção, o que, enfim, se conclui na colocação dos referidos em escalonamento inferior de força.

No concernente a esse segmento reivindicante, Offerlé (2009, p. 6, tradução nossa) alerta para o fato de que é necessário compreender as condições que possibilitam sua constituição e institucionalização, envolvendo uma análise sobre a estabilidade e fronteiras do grupo representado.

Nesse sentido, a liderança empresarial se formaria a partir tanto do produto da delimitação e categorização estatal, por exemplo, os regulamentos jurídicos, como o estatuto interno ou as leis sobre o comércio, quanto do trabalho de mobilização dos agentes em representação, além da divulgação dos produtos resultantes desse processo através da imprensa “especializada” (idem), no caso em tela, a Revista da Associação Comercial do Maranhão, editada pela própria entidade.

Nesse sentido, o estudo em tela tem como espeque pesquisas sociológicas nacionais já de muito consolidadas, oriundas da vertente identificada como “ciência política” ou “sociologia política”, onde autores como Coradini (1997; 1998; 2008), Canêdo (1991) e Grill (2005; 2006; 2008; 2009; 2010) possuem profícua e densa produção. Atualmente é também notório que são basilares as contribuições de Bourdieu (1998) para trabalhos como o que ora se apresenta e aqueles acima citados.

Dessa feita, as obras de outros pesquisadores que atuaram junto a si, como Saint-Martin (1980, tradução nossa), também o valem. Na mesma perspectiva, trabalhos recentemente surgidos trazem contribuições alicerçais para a pesquisa. Assim o é, especialmente, a “*Sociologie des Organisations Patronales*” de Michel Offerlé (2009, grifo nosso, tradução nossa), em que:

[...] apresenta as dimensões mobilizadas para que sejam examinadas as condições/possibilidades de formação dos grupos, as dinâmicas internas próprias ao espaço de representação, os repertórios de ação coletiva e a incidência/lógicas da atuação do ‘patronato’ na agenda de políticas públicas (GRILL, 2010, p. 125).

É bem se evidenciar que o uso do termo “*patronato*” observa a análise morfológica que o autor descreve como “[...] *o resultado de um trabalho multiforme ao qual tomaram parte certos padrões mesmo, mas também todos os produtores conjuntos de sua identidade (Estado, sindicatos, partidos políticos, imprensa)*” (OFFERLÉ, 2009, p. 10, tradução nossa).

A partir dos citados, é possível entender a necessidade de apreensão das relações objetivas estabelecidas entre os agentes, assim como os condicionantes que determinam as aproximações e os afastamentos, igualmente, os modos como são impostos os princípios de legitimação do poder.

O caso não é propriamente se investigar “elites”, “patronatos” e “grupos dirigentes”, ou qualquer outra nomenclatura semelhante a definir uma configuração onde indivíduos ocupam posições de “autoridade”, mas sim as relações de poder e estruturas de capital em disputa. Contribuintes a esse esquema de análise, os trabalhos de Wolf, Feldman-Bianco e Ribeiro (2003), Mills (1968) e Landé (1977), trazem uma luz sobre as relações de reciprocidade, intermediação e dos processos de personificação, fundamentos básicos das trocas realizadas entre os grupos e os agentes participantes.

1.2 Formas de estruturação de um “grupo” e hierarquização dos agentes

Necessário é compreender que o “empresariado” somente pode existir como um produto de diversos processos, onde participam e atuam múltiplos agentes. A partir disso torna-se possível traçar-se um referencial tanto profundo quanto proveitoso sobre a sua ação coletiva, da forma que segue:

Como demonstrou Boltanski, para os *cadres* [...], o produto do trabalho de delimitação e de categorização estatal (dentro do direito, dentro da estatística), do trabalho de mobilização dos empresários em representação (em torno do núcleo de certos engenheiros), como da atividade de delimitação configurada pelos representantes de outros grupos sociais (empregadores e sindicalistas), ou ainda do trabalho de colocação em cena, produzido pelas representações da

imprensa econômica, dos publicitários ou publicistas (OFFERLÉ, 2009, p. 7, grifo do autor).

Em continuidade, a partir dessas constatações, o autor propõe algumas questões importantes que podem ser respondidas observando esses níveis de análise. Dentre elas, a interrogação sobre a “unidade ou divisão” do grupo, bem como a caracterização deste. Tenta discutir também as categorizações sociais disponíveis e autorizadas nas atividades de delimitação, legitimação e de representação.

Dessa maneira, a importância dos laços de parentesco e a estruturação de outros vínculos a eles equivalentes ou correlatos, são fundamentais para se pensar o processo de constituição desses “líderes” do empresariado.

Analisando uma suposta indisposição prévia dos “patrões” (empresários) em promover sua ação coletiva, em oposição aos “assalariados” (empregados), pretensamente tendentes à coordenação comum e compartilhantes de uma visão mais homogênea, oposta ao isolamento dos primeiros, segundo Offerlé (2009), várias razões que conduziriam a isso. Três aparentam ser especialmente determinantes: a possível contradição entre os princípios da livre concorrência individual e a organização de grupo, os interesses heterogêneos e divergentes surgidos das diferentes posições ocupadas no mercado econômico, e o credo de que a posse de recursos financeiros e produtivos invariavelmente já influenciaria as decisões oriundas do poder político, tornando-a inútil, em termos práticos.

No entanto, chega à conclusão de que as organizações de empresários e detentores de capital econômico não são propriamente um fenômeno recente, no mínimo, para o caso francês e europeu. Afirma ainda que:

[...] Os trabalhos de Pinçon-Charlot e de Pinçon, concernentes ao grupo que eles denominam ‘burguesia’ [2007], indicam que, além de um individualismo assumido, os ‘burgueses’ empregam um ‘coletivismo prático’ na organização de suas vidas e de suas reproduções sociais (experiências escolares, transmissões patrimoniais) (OFFERLÉ, 2009, p. 10, tradução nossa).

No bojo da formação da elite econômica vinculada ao comércio nos anos oitocentos e início dos novecentos, são apresentados alguns princípios ao mesmo tempo tidos como necessários e responsáveis pela projeção alcançada por seus componentes para a constituição de sua liderança.

Imbuídos de grande especificidade e concentrados em um ou outro indivíduo, terminariam sendo os marcadores de diferenciação entre os líderes e os liderados. Isso não significa que o acúmulo financeiro maior ou menor entre os agentes determinasse quem seria ou não identificado como líder.

Ao contrário. A capacidade de acionamento e manejo de recursos específicos desvinculados da esfera monetária, como os familiares ou políticos, por exemplo, é que serão tomados como fundamentais para tanto.

Ademais, nem todos os empresários de grande destaque econômico se tornaram membros da Associação Comercial do Maranhão ou de qualquer outra entidade correlata. Disso decorre que o domínio, ainda que amplo, de bens patrimoniais materiais não obriga a vinculação à instituição que se pretende representativa do empresariado e, menos ainda, que esse indivíduo seja tomado como líder da “classe”.

Nesse processo de caracterização das lideranças são evidenciados elementos personalíssimos e pretensamente inatos, como o “*tingo empresarial*”, a “*inteligência*”, a “*visão*” e a “*predisposição ao trabalho*”. Essas peculiaridades individuais, abstratas e auto-explicativas, são divulgadas como sendo os condicionantes justificadores das posições de sua superioridade sobre outros agentes ou segmentos.

Esse dado está muito presente nas histórias de empresários nascidos em circunstâncias que seriam em tese absolutamente desfavoráveis, mas que as superariam, partindo para a liderança apenas com o esforço pessoal, bem munidos dessas “distinções” hipoteticamente incomuns, como a de se engajarem em empreendimentos econômicos vantajosos, por ninguém antes deles percebidos, ou lucrar onde campeava a crise e falta de oportunidades. Conforme analisa Coradini (1998, p. 218), estudando as elites médicas do Rio Grande do Sul e lideranças da Academia Nacional de Medicina, verifica-se que sua proposta bem se ajusta ao caso da Associação Comercial do Maranhão:

[...] as “qualidades” ou atributos que compõem as imagens sociais, que formam a ‘grandeza’ ou o capital social e cultural dos controladores desse tipo de instituição, servem, simultaneamente, como critério de seu recrutamento e hierarquização, e como fundamentos dos esforços para sua consagração e celebração. Como se trata de uma elite “profissional”, composta por “herdeiros” de uma sociedade escravista, numa estrutura social na qual [...] a ideologia meritocrática nunca teve condições de emergência, em detrimento do profissionalismo, numa espécie de “aristocratismo ilustrado”, as “qualidades” ou os atributos sociais mais predominantemente destacados são, em primeiro lugar, as associadas à “cultura geral”, o “humanismo” etc., na medida em que isso extrapola os “limites da profissão”, em seu sentido “comum” e remete ao “extra-ordinário”.

No entanto, não são evidenciados ao menos a priori, mas posteriormente, em situações especiais, certos recursos, apresentados como marcadores imprescindíveis de diferenciação. Estes sim, os condicionantes de grande peso, como o legado familiar, a vinculação por amizade e apadrinhamento, e a capacidade de aproximação e trânsito com outros segmentos de importância.

Os indivíduos que reivindicam serem possuidores desses “dons inatos”, consagrados na instituição como seus fundadores e também como gestores de sua permanência e coesão, são agentes mobilizadores, exercendo papel importante para o reagrupamento do conjunto de agentes, figurando enquanto “*empreendedores coletivos*” (OFFERLÉ, 2009, grifo nosso, tradução nossa).

Deve-se ver, portanto, que há o envolvimento de arranjos muito mais complexos, que abarcam os diversos tipos de estratégias implementadas por cada agente, inclusive para a própria formação do patrimônio de relações pessoais, ao longo do tempo. Como em linhas anteriores descrito, nem sempre são demonstradas claramente as bases de apoio que sustentam uma trajetória de sucesso.

Dessa forma, a extraordinariedade atribuída a certos diretores, e a consequente personificação dos recursos sociais em jogo, constituem os seus capitais políticos, pressupostos fundamentais da dominação carismática:

[...] a posse de recursos sociais conversíveis em capital e dominação política pode apresentar-se e ser vista, estatutariamente, como “qualidades superiores” de seu possuidor. Além disso, como a dominação carismática, apesar da existência de categorização e abstração dos produtos políticos através da formação de organizações e programas formais, o portador desses recursos tem condições de ser visto (e mesmo se perceber) como seu criador (CORADINI, 1998, p. 230).

No mais, mesmo no interior desse grupo de dirigentes da Associação Comercial do Maranhão, há fortes divisores que parecem formar “líderes dos líderes”. Esses, por sua vez, podem ser entendidos como aqueles empresários que se perpetuam no poder, seja por vários mandatos consecutivos, ingressando e ocupando o mesmo cargo superior, com alguma variação, seja por uma escalada, célere ou lenta, de níveis mais baixos aos mais elevados, mas que, igualmente, proporcionam uma permanência de longa duração na liderança.

Os comerciantes do século dezenove, grande parte deles imigrantes portugueses ou seus descendentes, tocados pela relativamente rápida e ampla ascensão patrimonial, começam a pleitear com grande força as posições de controle, representação e legitimação, exatamente no interior das instituições mais importantes do Estado.

Essas tradicionalmente são encampadas por agentes oriundos de outros segmentos das elites econômicas locais, como a latifundiária escravocrata, por exemplo, ou, inaugurando outras entidades de grande relevância, que manteriam fortes vínculos com as preexistentes. Apurou-se que havia uma presença marcante de estrangeiros nos quadros de dirigentes da ACM, sendo o número de portugueses idêntico ao de nascidos no Brasil (NEVES, 2011, p. 47):

Quadro 4: Origem Geográfica dos Diretores da ACM

Local de Nascimento	Número
Brasil	27
Portugal	27
Outros	2
Total	56

Fonte: Revista da Associação Comercial do Maranhão (1925-1940)

Nesse processo verifica-se a comunhão e reprodução dos mecanismos de obtenção do poder em e outro segmento das elites econômicas, sejam os entrantes, sejam os já estabelecidos.

Uma observação extremamente pertinente a essa altura, é a de que jamais se deve compreender as disputas pelo poder como o enfrentamento de práticas de todo polarizadas, absolutamente independentes umas das outras, o que de fato não parece ter mesmo existido, pelo menos não na configuração objeto deste estudo. Na mesma linha, Grill (2008, p. 21) ressalta:

O tratamento proposto colabora na superação de dualismos que não raro perpassam as análises de ‘fenômenos’ desse tipo. Ou seja, pode-se transpor os equívocos das abordagens que pressupõem que a ascensão de novos segmentos e de novas forças políticas garante a supressão definitiva da reprodução das ‘elites tradicionais’ e de suas práticas [...].

Adverte-se, porém, que não é o caso de se tratar os grupos por si mesmos. Existem alertas para que esse tipo de obstáculo possa ser superado

O primeiro deles foi o risco de considerar diferentes 'tradições familiares' [...] enquanto unidades de análise, em detrimento da variação dos processos de fusão e fissão [...] em pauta, os conflitos pela definição de suas fronteiras, a constituição da própria tradição como *enjeu*, etc (GRILL, 2008, p. 29, grifo nosso).

Com efeito, essa instituição é organizada por agentes que tentam construir uma tradição particular do grupo, mesmo que, a fundo, estejam inseridos em origens e relações sociais as mais diversificadas e complexas.

Estão, desse modo, tanto bem afastados da tese heróica de prosperidade alcançada unicamente através do esforço pessoal ladeado pelos “inatos dons” de aptidão ao comércio, quando próximos de práticas como a valorização e reprodução dos laços de parentesco para alcançar o mesmo fim.

Esses agentes, uma vez investidos nos cargos de direção, passam a manter fortes vínculos com a administração pública estadual. A ACM então se afigura como um ambiente de reunião de agentes predispostos a traçar estratégias de atuação oficial para diversas áreas, com ênfase na economia e na política.

Dentro dessa organização, alguns são apresentados como “líderes”, portanto, capacitados não só a falar em nome dos vários outros que estão em níveis inferiores de poder, mas que mesmo assim se articulam como membros da instituição, bem como de propor orientações a outros segmentos sociais, como se esses ditames fossem irrecusáveis e de interesse coletivo unânime.

Nesse sentido, verificou-se que, entre 99 diretores da Associação Comercial do Maranhão com informação disponível, aproximadamente 23% tinham inscrição partidária, e ao menos 17 ocuparam cargos eletivos, ou 12% do total absoluto, enquanto outros 9 desempenharam funções relacionadas à Administração, de caráter não-eletivo (NEVES, 2011):

Quadro 5: Vinculação com a Administração Pública

Cargos eletivos	Diretores	Cargos não-eletivos	Diretores
Poder legislativo imperial/federal	3	Representante Diplomático	6
Chefia do poder executivo provincial/estadual	3	Secretarias de Estado	3
Poder legislativo provincial/estadual	7	-	-
Chefia de poder executivo municipal	1	-	-
Sem informação	132	-	-

Fonte: Revista da Associação Comercial do Maranhão (1925-1940)

No curso do processo de aproximação e afastamento entre os empresários e as construções “ideológicas”, representadas pela tradição do próprio grupo e dos que a ele não pertencem, são estabelecidos marcadores de diferenciação, definição de papéis e exposição das possibilidades e limites de ação.

Tudo isso irá contribuir para a especialização final do agente dentro daquele círculo, através das experiências por ele adquiridas ao longo da vida, envolvendo condutas e linguagens próprias do “*métier de empresário*”. Em decorrência disso, será transformando em um profissional consagrado, seja entre seus pares – outros especialistas –, seja entre aqueles que dele não fazem parte.

São demonstradas as práticas iniciais da profissão de comerciante, e as instâncias que devem ser atravessadas, que enfim proporcionam a formação de um “modo de ser empresário”. Portanto, compreender a noção de profissão, nesse contexto, significa alcançar os princípios de legitimação envolvidos, bem como as estruturas de capital que constituem sua base de formação e institucionalização (CORADINI, 2005, p. 7). Daí a necessidade de se investigar os indicadores de origem e posição social dos diretores da ACM. Alocados nas instâncias de máximo poder da Associação Comercial, legitimados em seus postos pelas circunstâncias já descritas, encontram abertas as possibilidades de reconversão para ingresso em outras áreas propícias, como a política.

Em seguida, edificam tradições e legados, contando para isso com franco apoio de campanhas eleitorais financiadas pelo empresariado, conforme os arranjos tocados pela própria instituição onde se especializaram anteriormente.

As disputas que se firmam entre os agentes definem um complexo movimento de unificação e cisão que proporcionam o desenvolvimento e exercício do poder legítimo. Para Mills, diversas variáveis podem ser tomadas para a definição de um projeto para estudos sobre essa temática. Na sua concepção, a “elite”, propriamente, seja de que natureza for, é composta por “[...] *peças que ‘têm’ a maior parte de tudo que está disponível de qualquer valor ou conjunto de valores dado*” (MILLS, 1968, p. 35 - 36).

Além disso, a própria definição do termo “*elite*”, ou de grupo a ela pertencente, com suas origens e recrutamento, encerraria um desafio particular, pois, Scott (apud CORADINI, 2008, p.11) “[...] *‘em si mesmo, designa uma gama de investigação científica que abrange políticos, dirigentes de empresa, legisladores, etc., e não invoca qualquer implicação teórica particular’*”. A questão, portanto, não é estudar elites ou grupos dirigentes enquanto fenômenos socialmente dados, mas sim analisar as estruturas de poder e dominação (SCOTT apud CORADINI, 2008, p. 13). Pelo que, “[...] *não se trata de estudar elites ou grupos dirigentes, mas estruturas de capital, de poder e de dominação em diferentes esferas sociais*” (CORADINI, 2008, p. 13 - 14).

Assim, a pesquisa foi centrada no estudo dos critérios de recrutamento e seleção dos representantes de um segmento da elite econômica, para o exercício dos cargos de diretoria da Associação Comercial do Maranhão, inclusive suas ações de mediação e reconversão para a política, no período cronológico em evidência. O primeiro caso, de cabal importância para o segundo, pode ser definido da seguinte forma, sendo:

[...] a capacidade que certos indivíduos possuem em estabelecer elos entre comunidade e nação. Segundo Wolf (1971, p.52): ‘Os indivíduos que estão aptos a atuar em termos de expectativas orientadas para a comunidade e para a nação tendem a ser, então, selecionados para a mobilidade’. No plano político, as tarefas junto às comunidades ligadas às instituições nacionais e as atribuições externas de agentes da comunidade são vetores de mobilidade (GRILL, 2006, p. 82).

De igual maneira, as contribuições de Bourdieu (2002) ofereceram uma reformulação profunda e fundamental. A partir dele se impõe um rompimento com um tipo de “*pensamento substancialista*”, oriundo de teorizações de tradição marxista sobre

as “classes dominantes”, ou ainda de estudos que se destinaram a investigar as “elites” apenas para nominar quem de fato governa.

Ao contrário, Bourdieu (2002) propõe uma abordagem que trabalha os espaços formados pelas relações objetivas constituídas entre os agentes e suas propriedades sociais, que por sua vez se ajustam ou se afastam, compreendendo ainda os “*campos de poder*”, estruturados a partir das relações de força entre os diferentes tipos de capital, bem onde se estabelecem os confrontos pela imposição dos princípios de legitimação em jogo (CORADINI, 2008, p.12).

Com efeito, foi necessário investigar as trajetórias sociais, Isto é, compreender as posições ocupadas pelos agentes, seus deslocamentos no espaço social, as transformações ocorridas neste último e nos campos específicos nos quais investem os agentes (GRILL, 2006, p. 75).

Ademais, é necessário se enfatizar que quando se fala em “grupo”, não se está falando de uma população homogênea ou fechada, constituída de indivíduos que compartilham de experiências e opiniões e mesmo origens absolutamente idênticas, muito ao contrário. Contudo, uma série de condições sociais que envolvem mesmo as trajetórias e interesses dos agentes, é que permitem sua agregação:

Trazendo à luz, oportunamente, um caso concreto, os mecanismos de agregação a um grupo central, em torno do qual se forma uma “jazida de atração”, se esperava também trazer uma contribuição à questão, um pouco abandonada desde Durkheim e os discípulos dele, da formação dos grupos e, sobretudo, de seu modo de coesão, que deveria, portanto, constituir um dos problemas fundamentais da sociologia política. Primeiro, estudando as condições sociais e políticas que tornaram possível a formação do grupo e das lutas políticas que tiveram lugar para arriscar sua definição e delimitação. Mas, sobretudo, se aplicando a mostrar como a constituição do grupo é ela mesma o produto, ao menos parcialmente de um trabalho social de unificação, comparável, com muitas semelhanças, ao trabalho político de mobilização. Pois, verdade trivial, mas que é necessário, apesar de tudo restabelecer, a homogeneidade não é condição necessária e suficiente da coesão. Um grupo que conseguiu assegurar sua coesão, impor a crença em sua existência e objetivar-se nas instituições, parece ter as propriedades de uma “coisa”. Mas, o efeito da existência massiva, de coerência, de coesão ou, para falar a linguagem da psicologia da percepção, de ‘boa forma’, que as classes cuja organização é completa, que chegam a dar elas mesmas, é o produto reificado de lutas mais freqüentemente esquecidas ou reprimidas para a definição e representação de classe (BOLTANSKI, 1982, p. 53 – 54, tradução nossa).

Nesse sentido, para se perceber como as disputas e interdependências entre os grupos se perpetuam ou se modificam, foi necessário compreender que uma série de

ações, conscientes ou não, são postas em prática a fim de assegurar a continuidade ou reprodução das posições dos agentes na estrutura social.

O aporte da pesquisa histórica proporcionou um conhecimento mais aprofundado das características desse segmento da elite econômica maranhense, inclusive demonstrando como as formas de sua composição poderiam permitir ou vedar a inclusão de agentes e definir os limites de suas ações. Elias (2001, p. 42), em seu trabalho sobre a sociedade de corte francesa, verificou que “[...] *Além disso, com o auxílio de uma investigação detalhada dessa elite, é possível mostrar com bastante segurança de que modo sua estrutura fornecia ou obstruía, para os homens singulares, suas possibilidades de realização*”.

Nesse sentido, acredita-se que algumas lógicas apresentadas por Bourdieu (2002, p. 68), como as contidas nas “*estratégias de investimento econômico*”, consideradas como parte de um conjunto maior de estratégias de reprodução, são de extrema importância para a sistematização da abordagem ora em comento:

[...] Às estratégias de investimento econômico em sentido restrito, é necessário, com efeito, juntar as estratégias de investimento social, orientadas para o estabelecimento ou manutenção de relações sociais diretamente utilizáveis ou mobilizáveis, a curto ou a longo prazo, isto é, para sua transformação em obrigações duráveis, subjetivamente ressentidas (sentimentos de reconhecimento, de respeito, etc.) ou institucionalmente garantidas (direitos), portanto, no capital social e no capital simbólico, que é operado pela alquimia da troca – de dinheiro, de trabalho, de tempo, etc., - e por um todo um trabalho específico de manutenção de relações. As estratégias matrimoniais, caso particular dos precedentes, devem assegurar a reprodução biológica do grupo sem ameaçar sua reprodução social pelos casamentos desiguais e prover, pela aliança com um grupo ao menos equivalente, sob todas as relações socialmente pertinentes, à manutenção do capital social.

No caso do tema trabalhado, foi absolutamente fundamental a compreensão das estratégias matrimoniais implementadas, porque são elas essenciais à não permissão de quebra, no mínimo, da equivalência entre os agentes, legando para a geração seguinte a manutenção dos capitais sociais acumulados.

Isso pode ser verificado no caso do diretor João Salles de Oliveira Itapary, presidente da ACM na década de 1940 e fruto do casamento de José Joaquim Seguintes de Oliveira, o Barão de Itapary, com uma descendente da nobreza italiana, Genoveva Hortência Bianchi Salles Caldeira.

Seu pai, após alforriar mais de quatrocentos escravos em 1886, em pleno processo de desagregação do trabalho escravo no país, é agraciado com o baronato pela Princesa Isabel. De se perceber que ao tempo de seu casamento não possuía o título de nobreza, no entanto, o enlace com alguém de descendência nobre decerto contribuiu para isso. Esse também foi um investimento garantidor da ascensão e da reprodução das posições ocupadas no cenário político e econômico maranhense, com os lucros sendo alcançados pela geração seguinte já durante o período republicano.

Inclusive, João Salles de Oliveira Itapary é apontado por seus pares com alguém imbuído de uma “*vocação modernizadora*”, herdada diretamente do pai que, por sua vez, “*antevira*” o fim da escravidão e o início de “*uma nova era para o país*”.

Nesse sentido, a “*vocação*”, no caso para o mundo dos negócios, é resultado de uma série de investimentos realizados a partir do âmbito familiar, por múltiplas estratégias de reconversão de capitais e práticas próprias que conduzirão a uma “*competência específica*”, a qual, por sua vez, permitirá ao agente participar das disputas pela liderança e legitimação no interior do segmento “[...] *sempre com alguma probabilidade de sucesso* [...]” (CANÊDO, 1991, p. 221). Em tal perspectiva, se João Salles é apresentado com um empreendedor “nato” nos círculos empresariais de São Luís, isso se devendo em grande parte ao capital simbólico de reconhecimento herdado de seu progenitor.

No caso dos imigrantes enriquecidos através das atividades comerciais também houve o estabelecimento de matrimônios com linhagens já estabelecidas, residentes e firmadas de longo tempo. Essas últimas seriam a dos agentes ligados à lavoura escravocrata, e que de igual forma se valiam da mesma estratégia com o nítido propósito de acúmulo, garantia e perpetuação dos capitais de relação, reconhecimento e econômico, às gerações presentes e subseqüentes. Em tal perspectiva, Bourdieu (2002, p. 70) relata que:

E se as estratégias matrimoniais ocupam um lugar tão importante no sistema das estratégias de reprodução, é que, sem ser necessariamente codificado de maneira tão perfeitamente rigorosa que o deixam crer certas teorias do parentesco, a ligação matrimonial aparece como um dos instrumentos mais seguros que se acham propostos, na maioria das sociedades (e ainda nas sociedades contemporâneas), para assegurar a reprodução do capital social e do capital simbólico em tudo salvaguardando o capital econômico.

1.3 Operacionalização da pesquisa

A partir desses referenciais, aplicou-se alguns instrumentos metodológicos que tornaram possível a realização da pesquisa. Nesse ponto, a chamada “prosopografia” muito contribuiu para isso. Essa técnica tem como princípio fundamental a definição de uma

[...] população a partir de um ou de vários critérios e estabelecer, a partir dela, um questionário biográfico cujos diferentes critérios e variáveis servirão à descrição de sua dinâmica [...], segundo a população e o questionário em análise (CHARLE, 2006, p. 41).

Conforme o mesmo autor, a prosopografia tem como objetivo “[...] *apreender, através das biografias coletivas, o funcionamento social real das instituições ou dos meios onde agem os indivíduos estudados*” (CHARLE, 2006, p. 48). A principal fonte material a fornecer subsídios para a pesquisa foi a “Revista da Associação Comercial do Maranhão”.

Essa publicação mensal, na forma como se encontra na biblioteca da entidade, está reunida por volumes anuais, encadernadas em forma de livro, com doze exemplares cada, sendo alguns ausentes, como os de 1932 e 1939. A Revista da Associação Comercial do Maranhão é um dos mecanismos mais fluentes e diretos no projeto de consagração dos líderes da entidade. Privilegiando a unidade e o consenso de seus membros, não evidencia de forma clara as disputas e conflitos estabelecidos entre os diretores e seus interesses. Assim, diversas informações biográficas sobre esses agentes puderam ser colhidas nas menções laudatórias de aniversários, viagens e falecimentos.

Difundida entre os associados da capital e interior desde quando começou a circular, em 1925, ela reproduz, com grande peso e eficiência, a imagem que os diretores da entidade desejam apresentar de si mesmos. Isso não só para os afiliados à ACM e elites econômicas, em sentido mais amplo, como também para outros segmentos sociais, investindo na apresentação de códigos, valores e conhecimentos, em troca de sua própria legitimação, através de um meio facilmente palpável, bem ilustrado e de simples compreensão.

Diversas atas de reunião foram publicadas na Revista. Ainda que em notas taquigráficas, proposital, mas não completamente “estéreis”, onde as falas dos diretores são previamente editadas antes da consignação, é possível se perscrutar detalhes dos

processos eleitorais da instituição, os estatutos e suas alterações ao longo do tempo, além de debates e discussões sobre temas como política, impostos e economia.

Foram analisados também pareceres enviados ao Governo do Estado e, da mesma forma, artigos publicados por seus dirigentes e material congênere, todos com ampla divulgação na imprensa local. De forma complementar foram analisados alguns trabalhos sobre o comércio e indústria maranhenses do período e, indiretamente, sobre a ACM. Trata-se de textos que se auto-proclamam como de natureza técnica, realizados por agentes que não exercem atividade empresarial ou não figuram como membros da entidade, mas que a ela estão profundamente vinculados, inclusive através do financiamento de suas pesquisas. Com isso, eles contribuem sobremaneira para a consagração das lideranças da Associação, exercendo papel semelhante ao da Revista.

Além disso, alguns agentes se destacam nesse processo, como os escritores Dunshee de Abranches (1888; 1907; 1992; 1993), Fran Paxeco (1916; 1923; 1998) e Jerônimo de Viveiros (1954; 1964; 1999), pois são os indivíduos que falam em nome da instituição, portadores de um saber pretensamente “especializado” e “desvinculado”, e que prestam uma espécie de “assessoria externa”.

Pela função por eles exercida, podem ser caracterizados enquanto “intérpretes” (GRILL, 2005; NEIBURG, 1997), no sentido de produzirem e divulgarem imagens sociais elaboradas a partir de ações específicas tanto da entidade quanto de seus diretores e que redundam na consagração de ambos, sempre de acordo com “[...] *as alianças horizontais e verticais que possibilitam no presente, e às dívidas de reciprocidade e lealdade que estabelecem para o futuro*” (GRILL, 2005, p. 529). Offerlé (2009, p. 78, tradução nossa) já havia identificado que as organizações patronais francesas se valiam de uma pluralidade de recursos para divulgar suas reivindicações e posicionamentos, inclusive do trabalho especializado de profissionais da área econômica, que militavam através de jornais, livros e conferências.

Contudo, a categoria de “experts”, que é a eles atribuída, comporta uma série de especificidades – construídas a partir das características próprias das relações em jogo na sociedade em que se desenvolveram – que, apesar da relativa similitude de atividade entre os agentes, não permite que seja simplesmente transplantada ao caso maranhense, pelo menos não sem o prejuízo de se omitir e desvirtuar elementos peculiares do objeto empírico em questão.

Montou-se para a presente pesquisa um questionário prosopográfico flexível, que somou ao seu término aproximadamente oitenta quesitos. Foram eles aplicados sobre a população de 149 diretores da ACM, de acordo com as indicações constantes nos documentos analisados, fossem eles obras literárias publicadas e em circulação ou documentos de época, como a “Revista da Associação Comercial do Maranhão”.

As temáticas do rol de perguntas visaram coletar o máximo de elementos referentes às trajetórias pessoais dos agentes, bem como dos seus antecedentes e descendentes. No princípio indagou-se sobre o local de nascimento, escolarização, profissão, casamento com pessoa da própria família ou de família de origem semelhante, e ainda vinculação a entidades e clubes patronais. As fontes foram capazes de fornecer dados sobre as mais diferentes práticas de socialização dos diretores e suas famílias, como o comparecimento a aniversários, bailes de casamento e festas religiosas. Também foi possível classificar-se os diretores segundo a quantidade de tempo de ocupação nos cargos de direção, e a natureza dos mesmos.

De pronto esse tipo de indicação era adaptada e convertida para o questionário como interrogação aos demais membros da população. Assim, com o avanço dos trabalhos e incremento na quantidade de textos consultados, as poucas questões formuladas no começo da pesquisa evoluíram para um conjunto de informações finais relativamente amplo, ou, ao menos, capaz de viabilizá-la. As três categorias básicas possíveis de resposta para o questionário, “sim”, “não” e “sem informação” permitiram, quando do epílogo do prazo estipulado para a coleta de dados, a formulação de “frequências” ou “repetições” de elementos biográficos que, num primeiro nível, conduziram a um conjunto quantitativo que pode ser posto em diálogo com o sistema de análise mais adequado ao tipo de pesquisa que se quis desenvolver.

Efetou-se em seguida uma análise qualitativa sobre os repertórios de atuação, inclusive o engajamento político da liderança empresarial, envolveu a análise das falas “especializadas” sobre o tema econômico-financeiro publicadas na Revista da Associação Comercial, discursando em seu nome, especialmente frente a outras entidades e esferas de governo.

Com relação à natureza das fontes examinadas, foi necessário não perder de vista que foram confeccionadas de acordo com as circunstâncias e os interesses que envolviam os seus produtores. Ainda que sejam classificadas empiricamente como “documentos”, por conterem elementos proveitosos à investigação, originalmente

estavam imbuídos da função primária de registrar informações sobre fatos e pessoas específicos – continuamente em prejuízo de outros, não anotados – o que os caracteriza, na verdade, como sendo espécies de “monumentos”, levantados por seus construtores afim de que algo fosse legado para uma época futura e com uma determinada imagem, afeiçoada às próprias razões que justificaram sua elaboração (LE GOFF, 1990, p. 45).

Assim, a relação conceitual entre documento e monumento deve se direcionar a uma constante crítica do “documento” seja ele de que natureza for sempre enquanto um “monumento”. O “documento”, nesse sentido, não é um objeto que retrata ou esclarece o passado. Ao contrário, foi produzido conforme as relações de forças em disputa no período de seu surgimento. Com isso, apenas a percepção do “documento” como um “monumento” que atendia ou atende a determinados objetivos de seus produtores e consumidores, atuais ou pretéritos, torna-o compreensível em seus significados mais profundos, e sua utilização racional, possível.

Ante o exposto, pelo que foi consignado, o presente o trabalho tentou contribuir para a compreensão dos condicionantes reais que proporcionaram a determinados indivíduos constituírem e transformarem suas carreiras “profissionais” em liderança de grupo, sempre envoltas por estratégias próprias, princípios de legitimação e consagração específicos, no interior e através da Associação Comercial do Maranhão, de onde inclusive se projetaram para esferas de poder ainda de maior destaque.

REFERÊNCIAS

- BOLTANSKI, Luc. **Les Cadres**. Paris: Minuit, 1982.
- BOURDIEU, Pierre. **O poder simbólico**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2007.
- _____. **Razões práticas**: sobre a teoria da ação. São Paulo: 2002.
- _____. **O capital social**: notas provisórias. São Paulo: 1998.
- _____. **Questões de sociologia**. Rio de Janeiro: Marco Zero, 1983.
- BRASIL. Lei 10.406, de 10 de janeiro de 2002. **Código Civil**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2003.
- BRASIL. Lei nº 556, de 25 de junho de 1850. **Código Comercial**. São Paulo: Saraiva, 2001.
- CANÊDO, Leticia Bicalho. **Estratégias familiares na produção social de uma qualificação política**. Campinas, SP: Unicamp, 1991.
- CHARLE, Christophe. A prosopografia ou biografia coletiva: balanço e perspectivas. In: HEINZ, Flávio (Org.). **Por outra história das elites**. [S.l.]: Editora FGV, 2006.
- CORADINI, Odaci Luiz. A formação da elite médica, a Academia Nacional de Medicina e a França como centro de importação. **Estudos Históricos**, Rio de Janeiro, n. 35, 2005.
- _____. (Org.). **Estudos de grupos dirigentes no Rio Grande do Sul**: algumas contribuições recentes. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2008.
- _____. **Panteões, iconoclastas e as ciências sociais**. In: FÉLIX, L. O.; ELMIR, C. P. (Org.). **Mitos e heróis**: construção de imaginários. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 1998.
- _____. **Grandes famílias e elite médica no Brasil**. História, Ciências, Saúde – Manguinhos, Rio de Janeiro, v. 3, n. 3, nov.1996 - fev.1997.
- COUTINHO, Milson de Sousa. **Fidalgos e barões, uma história da nobiliarquia luso-maranhense**. São Luís: Geia. 2005.
- ELIAS, Norbert. **A sociedade de corte**. São Paulo: Jorge Zahar, 2001.
- GRILL, Igor Gastal. **A ação coletiva dos dominantes: notas sobre uma agenda de pesquisas sobre as organizações patronais**. Caderno Pós Ciências Sociais (UFMA) (Cessou em 2005. Cont. 1983-4527 Revista Pós Ciências Sociais - UFMA), v. 13, p. 125-129, 2010.
- _____. **Bases Sociais e Intérpretes da “tradição trabalhista” no Rio Grande do Sul**. Dados - Revista de Ciências Sociais, Rio de Janeiro: UNCAM, v. 48, n. 3, 2005.

GRILL, Igor Gastal. “Descendentes de imigrantes” na política do Rio Grande do Sul e do Maranhão: ascensão social, afirmação eleitoral e *cooptação* política. In:

_____. **“Heranças políticas” no Rio Grande do Sul**. São Luís: EDUFMA, 2008.

_____. **"Elites", "profissionais" e "lideranças" na política: esboço de uma agenda de pesquisas**. Ciências Humanas em Revista (UFMA), v. 4, p. 71-90, 2006.

LANDÉ, Carl H. A base diádica do clientelismo. In: **Political clientelism in political studies**. [S.l.: s.n.], 1977.

LE GOFF, Jacques. **História e memória**. Campinas, SP: Ed. da UNICAMP, 1990.

MILLS, Charles Whight. **A elite do poder**. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1968.

MOTA, Antonia da Silva. **Família e fortuna no Maranhão Colônia**. São Luís: Editora UFMA, 2006.

_____. SILVA, K. R.; MANTOVANI, J. D. **Cripto maranhenses e o seu legado**. São Paulo: Siciliano, 2001.

MOURA, João Dunshee de Abranches. **A esfinge do Grajaú**. São Luís: ALUMAR, 1993

_____. **O cativoiro**. São Luís: ALUMAR, 1992

_____. **Actas e actos do governo provisório**. Rio de Janeiro: Imprensa Nacional, 1907.

MOURA, João Dunshee de Abranches. **Transformação do Trabalho: memória** apresentada à Associação Comercial do Maranhão. São Luís: Typ. à vapor da Pacotilha, 1888.

NEIBURG, Federico. **Os intelectuais e a invenção do peronismo: estudos de Antropologia Social e Cultural**. São Paulo: Ed. da Universidade de São Paulo, 1997.

NEVES, Diogo Gualhardo. **Associação Comercial do Maranhão: recrutamento e atuação política da liderança empresarial (1880 – 1940)**. Dissertação de mestrado. Programa de pós-graduação em ciências sociais, Universidade Federal do Maranhão, 2011.

OFFERLÉ, Michel. **Sociologie des organisations patronales**. Paris: La Découverte, 2009.

PAXECO, Fran. **O Maranhão: subsídios históricos e corográficos**. São Luís: AML/EDUEMA, 2008.

_____. **Geografia do Maranhão**. São Luís: Typografia Teixeira, 1923.

_____. **Os interesses maranhenses**. São Luís: Typographia Teixeira, 1916.

REVISTA DA ASSOCIAÇÃO COMERCIAL DO MARANHÃO. São Luís: ACM, 1925-1940.

SAINT-MARTIN, Monique de. **Une grande famille**. Paris: Actes de la recherche en sciences sociales, 1980. n. 31.

VIVEIROS, Jerônimo José de. **Alcântara no seu passado econômico, social e político**. 3. ed. São Luís: AML/ALUMAR, 1999.

_____. **História do Comercio do Maranhão: 1896 – 1934**. São Luís: Associação Comercial do Maranhão, 1964.

_____. **História do Comercio do Maranhão: 1612 – 1895**. São Luís: Associação Comercial do Maranhão, 1954.

WEBER, Max. **A ética protestante e o espírito do capitalismo**. São Paulo: Martin Claret, 2008.

WOLF, Eric; FELDMAN-BIANCO, Bela; RIBEIRO, Gustavo Lins (Orgs.).

Antropologia e poder. Brasília, DF: Editora da Universidade de Brasília; São Paulo: Imprensa Oficial do Estado de São Paulo; Editora UNICAMP, 2003.