



Desenvolvimento econômico e a crítica da dominação gestonária

Sérgio Gini¹

Aluno do Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais (Doutorado) da
Universidade Estadual Paulista – Unesp/Marília, SP.

Resumo

Este trabalho apresenta parte da discussão da nossa pesquisa de doutorado em que estudamos os projetos de desenvolvimento econômico numa cidade de médio porte do Estado do Paraná, encetados pelo empresariado local e fundados no modelo de excelência na gestão. A crítica que fazemos é que o modelo de gestão empresarial acabou eliminando das discussões sobre o desenvolvimento outros atores que não faziam parte da elite dirigente e se estabeleceu uma forma de dominação gestonária, priorizando os interesses desta elite em detrimento de outros projetos. Utilizamos a teoria crítica do sociólogo Luc Boltanski para discutir o caso.

Palavras-chave: Desenvolvimento; Empresariado; Teoria Crítica.

Introdução

O sociólogo francês Luc Boltanski tem sido um dos mais ardorosos defensores da volta das análises pela sociologia dos chamados “grupos dirigentes” e “elites”, a partir do conceito da dominação. Para Boltanski, a proposta metodológica é atuar com uma sociologia da crítica ou invés da sociologia crítica (BOLTANSKI, 2013a). A diferença de abordagem dessas “duas escolas” está no fato de que a sociologia crítica da dominação, tomando muitas vezes um ponto de vista dominante, interessava-se mais pela reprodução das práticas de dominação enquanto a sociologia da crítica leva a “considerar o espaço social como um lugar vivo, sempre em movimento, no qual os atores competentes e criativos trocam críticas e justificativas em situações mais ou menos incertas” (BOLTANSKI, 2013a).

No trabalho de Boltanski, entretanto, não se trata de aceitar uma abordagem em detrimento da outra. “Estas duas abordagens são, na minha opinião, ambas válidas, mas o problema, um dos mais espinhosos para a sociologia contemporânea, é articulá-las num mesmo quadro de análise” (BOLTANSKI, 2013a). Sua proposta então é no sentido

¹ Graduado em Ciências Sociais, Mestre em História Política. sergiogini@gmail.com



de “construir uma sociologia capaz de compreender num mesmo quadro os efeitos da dominação, que são bem reais, e as capacidades dos atores de afastá-los ou resistir a eles, sem, não obstante, valorizar politicamente uma aproximação em detrimento da outra”.

Um dos exemplos concretos dessa metodologia de análise está no artigo “Sociologia da crítica, instituições e o novo modo de dominação gestonária” que é o resultado de uma conferência proferida por Boltanski no Instituto de Filosofia e Ciências Sociais (IFCS) da UFRJ em agosto de 2013. No artigo, a discussão está centrada na falta de “poder” da crítica atual uma vez que a crítica em si tem aumentado, mas sem impactar o mundo social e o espaço político. Boltanski destaca que há uma impressão de que a crítica não tenha mais impacto sobre a realidade, todavia defende que

[...] esta situação precisa ser examinada, e as questões que ela levanta podem orientar nossa atenção em duas direções. Podemos olhar para a crítica e indagar suas formas atuais: ela seria obsoleta, não teria programa político e não apresentaria alternativas claras etc. É um discurso que se ouviu muito na Europa nos últimos anos. No entanto, parece-me mais interessante olhar na outra direção, ou seja, analisar as mudanças que ocorreram nos dispositivos de governança – sejam eles públicos ou privados, o que hoje é mais ou menos a mesma coisa – isto é, nos dispositivos que permitem aos responsáveis conter a crítica e manter inalteradas as principais assimetrias sociais existentes, ou mesmo ampliá-las. Em um trabalho como este, atenção particular deveria ser dada – a meu ver – à conjunção entre duas orientações cujos contornos e usos são relativamente diferentes, ou até divergentes (BOLTANSKI, 2013b, p. 442).

Essas duas orientações apontadas por Boltanski são a instrumentalização da ciência econômica por líderes políticos e econômicos e o fortalecimento e o aperfeiçoamento das técnicas de *management* e das ferramentas de gestão. A instrumentalização da economia consiste em “dar-lhe visibilidade pública e torná-la a principal ferramenta capaz de escolher, entre tudo o que acontece, os eventos relevantes, e também em dar-lhes significado, encaixando-os em um quadro unificado e associando-os a certos mecanismos.” (BOLTANSKI, 2013b, p. 442). A narrativa econômica pretende ser abrangente e apela para uma trama de necessidade muito mais do que à noção de causalidade. Por sua vez, os modelos de *management* e das ferramentas de gestão “desenvolvidos inicialmente no quadro das grandes empresas, foram agora importadas



pelos esferas pública e política” (BOLTANSKI, 2013b, p. 443). Sobre esta instrumentalização, o sociólogo francês, entretanto, faz uma ressalva:

O primeiro é que não se pode ignorar tudo que o aperfeiçoamento das técnicas de gestão e, mais amplamente, dos modos de governabilidade que elas possibilitam, deve às contribuições das ciências sociais. Não só, é claro, a economia, mas também, e, talvez, sobretudo no caso da gestão, a sociologia, a economia e as ciências cognitivas. O segundo ponto diz respeito à orientação destas técnicas em direção à eficiência prática. Ao contrário do economismo, elas não enfatizam a necessidade, mas o agir e o poder de agir sobre a vontade, sobre a autonomia e sobre a liberdade, uma vez que esta se opõe à necessidade. Enfim, o terceiro ponto diz respeito ao uso político que é feito destas técnicas. Ao contrário da economia, as técnicas e ferramentas de gestão não são divulgadas publicamente, notadamente nos meios de comunicação. Elas não estão colocadas na trama. São reservadas aos atores e especialmente àqueles que estão em posições de poder, os “responsáveis”. É a sua liberdade de ação que elas permitem otimizar. Os subordinados as conhecem principalmente por intermédio das medidas fragmentadas às quais eles estão submetidos e das orientações que devem aplicar (BOLTANSKI, 2013b, p. 443).

O autor aponta que “nas últimas décadas do século XX foram se desenvolvendo outras formas de dominação compatíveis com as sociedades hipercapitalistas e baseadas politicamente na democracia eleitoral”, rompendo com a tradição da dominação utilizando o terror e quase decretando o fim das ideologias. Boltanski (2013b, p. 449) dá a estas formas de dominação o nome de “gestionárias” (para recordar a importância que têm as disciplinas de gestão). Nesses casos, a “exploração se aproveita da instrumentalização de diferenciais para gerar lucro, e estes podem ser de natureza diversa. Trata-se, em primeiro lugar, do diferencial de propriedade. Mas também pode ser, por exemplo, o diferencial de mobilidade” (BOLTANSKI, 2013b, p. 449). Boltanski define que

Num quadro gestionário, os processos de dominação estão associados com a manutenção duradoura de uma ou várias assimetrias profundas, no sentido em que os mesmos se beneficiam de todas as provas (ou quase), enquanto para outros – sempre também os mesmos – as provas sempre têm resultados adversos (ou quase) (BOLTANSKI, 2013b, p. 449).

Quando a manutenção ou o aumento das assimetrias é questionado pela crítica, a defesa da ordem das coisas existente dá lugar a explicações que se apoiam principalmente em dois tipos de motivos: “Por um lado, a figura da necessidade, no que ela tem de



inexorável; por outro, a figura da liberdade, declinante no registro da autonomia e da meritocracia” (BOLTANSKI, 2013b, p. 450).

Metodologia e Discussão

Utilizamos como metodologia a tentativa de conciliar os conceitos de dominação gestonária de Boltanski a uma crítica das assimetrias produzidas por uma “elite empresarial” em uma cidade de médio porte no Estado do Paraná, que por sua vez se assemelha a tantos outros exemplos de gestão pública em diversos municípios similares do Brasil.

Nosso estudo de caso se concentra na cidade de Maringá situada no noroeste do Estado do Paraná, distante 420 quilômetros da capital, Curitiba. A cidade completou 73 anos de fundação em 2020, embora a sua emancipação política tenha se dado em 1952, o que a coloca como município autônomo há apenas 68 anos.

Maringá, de acordo com a última estimativa do IBGE, de 2017, possui uma população de 406.693 habitantes² e é sede de uma região metropolitana com 34 municípios, totalizando perto de 1 milhão de habitantes. Em sua edição eletrônica de 16 de março de 2017, a Revista Exame divulgou o resultado de uma pesquisa realizada pela consultoria Macroplan que colocou Maringá como a “primeira na lista das melhores grandes cidades do Brasil” (BRETAS, 2017). Outra pesquisa, realizada em dezembro de 2016 e divulgada em janeiro de 2017 pela consultoria Endeavor, destacou Maringá entre as 10 melhores cidades do Brasil para se empreender. A pesquisa analisou o ambiente de negócios nos municípios a partir de sete indicadores: ambiente regulatório, infraestrutura, mercado, acesso a capital, inovação, capital humano e cultura (RANKING ENDEAVOR, 2017).

Esses resultados foram comemorados como a coroação de um trabalho que se iniciou em 1996 com o Movimento Repensando Maringá, articulado pela Associação Comercial e Empresarial - ACIM e pela Coordenadoria Regional da Federação das

² Diretoria de Pesquisas, Coordenação de População e Indicadores Sociais, Estimativas da população residente com data de referência de 1º de julho de 2017 (IBGE, 2017)



Indústrias do Estado do Paraná - Fiep, e que envolveu mais de 80 líderes empresariais e segmentos como clubes de serviços, sindicatos patronais, igrejas, escolas, universidade, entre outros, com o suporte técnico do Sebrae.

A partir da ideia-força do desenvolvimento econômico e da constatação de que a cidade estava paralisada no tempo, envolvida em disputas político-eleitorais de grupos antagônicos, o Repensando Maringá se transformou em uma força dirigente capaz de assumir o controle político da cidade, mesmo sem participar diretamente do processo eleitoral. A ACIM tornou-se, desde o início do movimento, a principal entidade a liderar os grupos participantes e foi a principal porta-voz do Repensando Maringá por intermédio de sua publicação mensal, a Revista ACIM. Nas eleições municipais de 1996 o candidato vitorioso, Jairo Gianoto (PSDB), propugnava, como principal bandeira de campanha, a paz política, teorizando poder unir em torno de um ideal – o do desenvolvimento de Maringá - grupos rivais e de ideologias diferentes. A paz política foi um dos principais motes do trabalho desenvolvido naquele ano pelo Repensando Maringá.

Em 1997, o Repensando Maringá deu origem ao Conselho de Desenvolvimento Econômico de Maringá – Codem, organismo criado por lei municipal e que se tornou responsável por “propor e fazer executar políticas de desenvolvimento econômico e com competências deliberativas e consultivas” (CODEM, 2017). Na mesma data, foi criado o Fundo Municipal de Desenvolvimento Econômico – FMD , para “financiar a elaboração de estudos, projetos e planos de desenvolvimento, o fomento do desenvolvimento e o investimento em infraestrutura e na formação de capital de empreendimentos” (CODEM, 2017). Por lei municipal, o Codem passou a ser o gestor do FMD.

Além do Conselho, outro resultado do Repensando Maringá foi o documento Maringá 2020, um planejamento de longo prazo da cidade com os principais pontos sobre o que se desejava que Maringá se transformasse no futuro. “Essa definição constituiu-se no norte orientador das ações e da construção de políticas de desenvolvimento econômico do Codem” (CODEM, 2017). Entre as principais definições desse planejamento, um



verdadeiro plano de governo de longo prazo, estavam as estratégias para as áreas comunitária: “o crescimento da cidade deve ser planejado de maneira a consolidar-se como cidade de porte médio com população aproximada de 500.000 habitantes” e “o planejamento urbano deve integrar o desenvolvimento humano com a natureza, de maneira a harmonizar o homem e a natureza”; universitária: “ a formação empreendedora deve se constituir em matéria curricular dos ensinos superior e médio”; comércio exterior: “atribuir à cidade a função de centro internacional de comércio, com a constituição de um portal do Brasil e do Resto do Mundo para o Mercosul”; agricultura e agroindústria: “consolidar Maringá como polo agroalimentar de base tecnológica, com agricultura empresarial forte, diversificada e internacionalmente competitiva”, entre outras específicas (CODEM, 2017).

Embora se apresentasse como um movimento sem “qualquer conotação político-partidária” (REVISTA ACIM n°. 369, 1996, p. 26), as propostas do Repensando Maringá estiveram na base dos planos de governo dos principais candidatos à prefeitura da cidade em 1996. Quando da criação do Codem, em 1997, o seu primeiro presidente foi imposto pelo prefeito Jairo Gianoto, que indicou o secretário municipal de Indústria, Comércio e Turismo, Miguel Fuentes Salas, um ex-diretor da ACIM. O presidente da Associação Comercial, Hélio Costa Curta, frisava que a entidade considerava importante a aproximação de políticos e empresários:

Se não somarmos nossas forças será difícil retomar o desenvolvimento de Maringá e região. Na ACIM temos a preocupação de fortalecer os laços de amizade com vereadores, deputados estaduais e federais e com o prefeito. De todos, cobramos atuações em prol da comunidade e região. (REVISTA ACIM n°. 374, 1997, p.13).

Em 1999, na edição n°. 20, de 16 de maio, a Revista Veja, então a de maior circulação nacional, trouxe como tema de reportagem de capa a cidade de Maringá referindo-se a ela como a Dallas brasileira, numa alusão à cidade norte-americana tida como a capital do cinturão agrário dos Estados Unidos. Em uma das muitas referências ao município paranaense, o jornalista Maurício Lima destaca:

[...] planejada durante a década de 40, a cidade paranaense é uma Brasília regional. A diferença é que produz riqueza em vez de escândalos. Se houvesse um hipotético país formado pelo cinturão



agrário brasileiro, Maringá poderia candidatar-se à capital. São 285.000 habitantes e renda per capita de 7.000 dólares. (LIMA, 1999, p. 129).

O destaque recebido por Maringá em uma revista de amplitude nacional premiava os esforços dos articuladores do Repensando Maringá que três anos atrás publicavam na Revista ACIM a seguinte constatação:

Maringá parou de crescer há pelo menos uma década. O município já foi o segundo polo atacadista do país – hoje nem está entre os maiores. Possuía uma agricultura bem mais rentável. Era o maior centro de abate de bovinos do estado. E, mais recentemente, chegou a ter 458 indústrias no setor têxtil e de confecções, hoje tem 352. Eram 791 lojas atacadistas, hoje são 265. (...) A taxa de crescimento do município de 1991 a 1994 foi de 19,28%, menor que a paranaense, de 23,99%. (REVISTA ACIM, n. 368, 1996, p. 28)

O Movimento Repensando Maringá foi articulado para colocar a cidade na rota do desenvolvimento econômico, desenvolvendo projetos como o fortalecimento da “marca” Maringá, de atração de investimentos, de políticas de benefícios fiscais para atração de empresas e incremento nos valores de ICMS que eram repassados pelo Estado ao município.

Pouco mais de um ano depois da publicação da Revista Veja, Maringá se viu envolvida em um dos maiores escândalos de corrupção administrativa do Brasil, culminando com o afastamento do prefeito e a prisão do secretário de Fazenda do município (que seria assassinado em 2011). Apesar disso, o projeto político do Repensando Maringá seguia intacto, fato comprovado nas eleições municipais de 2000, quando a cidade viu pela primeira vez um candidato do Partido dos Trabalhadores (PT) chegar à prefeitura e com uma votação superior aos 100 mil votos. Em seu plano de alianças para o segundo turno daquele pleito, o candidato do PT, José Cláudio Pereira Neto, se aproximou da ACIM, dando total atenção ao plano de desenvolvimento econômico formulado pelo Codem (REVISTA ACIM, nº. 399, 2000, p. 10), fato comprovado durante a sua administração.

Novamente, nas eleições municipais de 2004, os planos de governo dos candidatos a prefeito passaram pela cartilha do Codem. O prefeito eleito, Sílvio Barros II, do PP, foi, inclusive, membro deste e ativo conselheiro da ACIM (REVISTA ACIM, nº. 439, 2004,



p. 06). Nas eleições posteriores o mesmo procedimento ocorreu, sendo que Barros foi reeleito em 2008; elegeu o seu sucessor em 2012 (Roberto Pupim, que era seu vice-prefeito) e perdeu a eleição em 2016 para seu ex-chefe de gabinete na segundo gestão, Ulisses Maia, que se aliou a outro grupo político, mas que deu total atenção ao projeto de desenvolvimento econômico do Codem.

Resultados

A consolidação da dominação gestonária se deu em Maringá por meio do discurso do desenvolvimento econômico. Em maio de 2002 o prefeito José Cláudio (PT) tirou licença de dois meses e meio para tratamento de saúde. Era o início de um calvário que contou ainda com mais dois pedidos de licença, em novembro de 2002 e em agosto de 2003. O câncer o matou no dia 16 de setembro de 2003. O professor João Ivo Caleffi que já havia assumido interinamente nas licenças anteriores foi confirmado no cargo de prefeito com a missão de substituir um “líder nato” e um ‘hábil negociador”, além de iniciar uma carreira política própria, fora da sombra do ex-companheiro.

Nas prévias internas para escolher qual seria o candidato do partido nas eleições de 2004, João Ivo disputou a indicação com o secretário municipal de Governo, o professor universitário Ênio Verri, que havia sido secretário de Fazenda quando José Cláudio estava no cargo. Verri tinha a simpatia da maioria dos secretários municipais do partido e de boa parte dos filiados. Tinha também fácil trânsito junto ao empresariado, pois quando o empresário do setor supermercadista, Jefferson Nogaroli, foi presidente da ACIM, Verri prestava consultoria profissional ao grupo do empresário, a rede de Supermercados São Francisco. Entretanto, prevaleceu o nome de João Ivo como candidato do PT para a prefeitura. João Ivo disputou o primeiro turno das eleições com Sílvio Barros (PP), que disputava pela segunda vez depois de ter sido derrotado por Jairo Gianoto em 1996.

No primeiro turno João Ivo saiu na frente com 49.706 votos e o segundo lugar ficou com o candidato Sílvio Barros com 43.133 votos. Como em 2000, novamente a diferença de votos entre os dois era mínima e a habilidade em ganhar os votos dos eleitores dos outros candidatos poderia fazer a diferença. Diferentemente das eleições



anteriores, quando a Revista ACIM publicou o perfil dos candidatos e os seus planos de governo, dessa vez nenhuma linha saiu sobre este ou aquele candidato. Já definidos os nomes para o segundo turno, o presidente da ACIM, Ariovaldo Costa Paulo, publicou um editorial na Revista de novembro intitulado “Democracia ou guerra de interesses?”. Nele, defende que as entidades deveriam ser neutras no processo eleitoral, bem como os órgãos de comunicação e o Poder Judiciário, criticando no caso as pesquisas eleitorais que davam no segundo turno João Ivo e Doutor Batista. Defendendo a posição democrática do empresariado, concluiu o artigo desse modo:

E agora, para o 2º. turno, em conjunto com o Codem e demais entidades da cidade, reunimos os dois candidatos, em momentos diferentes, com o objetivo principal de levá-los a assumir compromissos com a continuidade de projetos importantes. É dessa forma que se faz a democracia. Temos de ter responsabilidade como empresários, como líderes e formadores de opinião (REVISTA ACIM, nº 440, 2004, p. 03).

João Ivo falou aos empresários em reunião realizada no dia 18 de outubro e Sílvio Barros foi ouvido na reunião do dia 19. No dia 31 de outubro, Sílvio Barros foi eleito prefeito de Maringá com 92.052 votos. Depois de 12 anos outro representante da família Barros voltava ao comando do município. A vitória de Barros possibilitou duas leituras, embora superficiais, que apontam o que poderia ter desequilibrado a campanha: uma, a desunião interna do PT e, em segundo, a adesão do empresariado ao projeto de retomada do desenvolvimento que era proposto pelo candidato vitorioso. Questionado sobre a primeira hipótese, Mário Sérgio Verri, irmão de Ênio Verri e um dos líderes locais do PT, tendo sido eleito vereador naquela eleição, deu a seguinte entrevista ao jornal O Diário, já em janeiro de 2006:

(P) Afinal, houve ou não um churrasco para comemorar a derrota do João Ivo?

(R) Se houve não fomos convidados. Isso é até um absurdo. Uma vez perguntaram para mim e também me falaram que houve um churrasco depois do dia que o Zé Cláudio morreu. Chega a ser um absurdo estas coisas. Acho que não tem cabimento uma coisa desta, o Partido dos Trabalhadores estava empenhado na eleição do João Ivo e o meu grupo, que até considero o mais forte de nosso partido, a Unidade na Luta, é quem deu a condição para que o João Ivo fosse candidato. Foi a Unidade que deu a condição do João Ivo governar, que era também a tendência do Zé Cláudio, onde tivemos a condição de fazer o governo que fizemos.



(P) Mas, o PT foi para as eleições municipais meio dividido, em função de que houve uma convenção interna na qual seu irmão, Ênio Verri [então secretário de Governo], foi derrotado pelo João Ivo. Esta divisão permaneceu até o final?

(R) Não. Tanto é que a coordenação, não total, a maioria da coordenação, era de pessoas ligadas à gente. Damos uma estrutura muito grande para a campanha. A maioria dos secretários acabou votando no Enio nas prévias e depois fazendo campanha. Todo o PT foi fazer campanha pro João Ivo. Não tínhamos outra opção também. Não tinha como votar no Silvio Barros naquela altura. A minha preferência pessoal era o Ênio Verri, como de outros companheiros nossos. Acabou ali, em janeiro de 2004. O que houve foram diversos erros que culminou na derrota do João Ivo (O DIÁRIO, 29/01/2006).

Sobre a segunda hipótese é possível inferir pela própria ligação existente entre Sílvio Barros e a ACIM. Depois que fixou residência definitiva em Maringá em 2003, Barros tornou-se associado da ACIM e membro do Conselho do Comércio e Serviços da entidade. Sua circulação entre os empresários era mais constante do que a do prefeito João Ivo. Quando visitou a ACIM, depois de ter sido eleito prefeito, e ouvir novas propostas da entidade, “ele declarou não ter ficado surpreso como o que viu na ACIM porque, como membro do Conselho do Comércio, já vinha acompanhando os trabalhos da entidade”, e citou nominalmente alguns projetos:

O que percebi foi a possibilidade de ampliar o impacto desses projetos desenvolvidos pela ACIM com a parceria com a prefeitura, entre os quais o Conselho de Segurança, a Biblioteca Digital e principalmente os desenvolvidos pela Fundacim – que é uma área em que podemos ter um desempenho muito importante. [...] Espero que a prefeitura de Maringá consiga ser uma referência estadual e nacional de tão boa qualidade como a ACIM é dentro do contexto paranaense e brasileiro (REVISTA ACIM, nº 441, 2004, p. 48).

As propostas de campanha dos dois candidatos que foram para o segundo turno eram muito similares em termos daquilo que o Codem definia como prioridades para o desenvolvimento econômico de Maringá: internacionalização do aeroporto, ramal do gasoduto, cidade industrial ou o Tecnopark, parcerias público-privadas em diversos níveis da administração. A diferenciação no discurso do prefeito eleito era o retorno de alguns temas que estavam na origem do projeto hegemônico do empresariado, que estavam na origem do discurso do Movimento Repensando Maringá: a qualidade de vida e a cidade saudável e limpa; a atração de empresas de base tecnológica, a



consolidação de Maringá como centro de eventos e a atuação direta da prefeitura com os empresários.

Sobre a questão da qualidade de vida, Barros entendia ser o marketing ideal que a cidade precisava: “A minha meta é fazer de Maringá a primeira cidade saudável do Brasil. O programa Cidade Saudável, da OMS, já existe há uns quinze anos. Nenhuma cidade brasileira assumiu o desafio imposto pelo órgão de se tornar uma cidade saudável” (REVISTA ACIM, nº. 442, 2005, p. 06). Para isso, era preciso deixar a cidade limpa, resolver os problemas das ruas esburacadas: “A prefeitura tem outra necessidade urgentíssima a atender: melhorar o sistema viário que está um caos. Temos 250 quilômetros de ruas esburacadas que não podem ficar assim. [...] é um ônus, uma dívida que nós temos com a comunidade” (REVISTA ACIM, nº 442, 2005, p. 07).

Sobre a atração de empresas e o desenvolvimento econômico, sua ideia era de que

O modelo macroeconômico para Maringá se baseia em empresas de alta tecnologia, que sejam capazes de absorver a mão-de-obra de nível superior que a gente forma aqui. Queremos trabalhar na consolidação do Tecnoparque. Nosso objetivo é tornar projeto irreversível até o final deste ano, com a conclusão dos projetos de viabilidade econômica. Inclusive já temos recursos para isso. Além disso, vamos desapropriar mais áreas para se chegar aos 30 alqueires necessários para a implantação do núcleo inicial. Entendemos que desta forma os parceiros do Tecnoparque é que virão até nós. Com os projetos nas mãos, queremos buscar também alguns bancos que tenham interesse em ser sócios do empreendimento, algo que é muito comum em outros países. Além disso, pretendemos fechar com pelo menos duas empresas de alta tecnologia, que serão âncoras do Tecnoparque, até o final deste ano (REVISTA ACIM, nº 442, 2005, p. 08).

Sobre o potencial da cidade para atrair eventos de negócios, Barros destacava que

Pretendemos ser indutores do turismo de compras, voltado especificamente para o setor de confecções, dos shoppings atacadistas. Temos também projeto de instalar em alguns parques da cidade empreendimentos turísticos que se tornem atrativos para a cidade. Mas isso será feito em parceria com a iniciativa privada. São negócios rentáveis, onde se cobram ingressos, e que são de interesse do empresariado (REVISTA ACIM, nº 442, 2005, p. 08).

Na relação com o empresariado, Barros defendia uma aproximação ainda maior:

Vamos incrementar ainda mais a política de parceria com o Codem. A classe empresarial, junto com a prefeitura, tem a possibilidade de



definir uma situação invejável para aumentar a competitividade de Maringá na atração de investimentos e negócios. Prefeitura voltada a atrair empresas todos os municípios do Brasil têm. Mas um conselho de desenvolvimento econômico, com mais de cem instituições privadas atuando junto com a prefeitura, com um orçamento público para ser gerido, quantas cidades têm? Esse é o diferencial de Maringá. Eu quero fortalecer essa parceria, porque é isso que faz de Maringá uma cidade diferente das outras (REVISTA ACIM, nº 442, 2005, p. 08).

Considerado pela mídia e pela elite empresarial como um ótimo gestor, visionário e com ideias avançadas de desenvolvimento econômico, Silvio Barros foi reeleito prefeito sem maiores dificuldades em 2008, evitando o segundo turno, tendo recebido 57,02% dos votos válidos. Seu foco de atuação nesta gestão continuou a priorizar os projetos anteriormente gestados pelo documento Maringá 2020.

Ainda em seu segundo mandato, Barros buscou a apropriação do discurso empresarial do desenvolvimento como seu, passando inclusive a comandar mais diretamente o Codem. Como principal contribuição, desenvolveu o projeto chamado Maringá 2030, uma reatualização do documento Maringá 2020.

Nas eleições municipais de 2012, Barros conseguiu eleger no segundo turno o seu candidato, o agropecuarista Roberto Pupim (PP) que havia sido o seu vice-prefeito nas duas gestões. Sem muito trânsito junto a elite empresarial pois era membro da elite agropecuária, Pupim não conseguiu se firmar como uma liderança política com brilho próprio. Sua gestão foi caracterizada pelas ingerências do irmão mais velho do ex-prefeito Silvio Barros, o cacique político Ricardo Barros, na época deputado federal e líder da presidenta Dilma Roussef na Câmara dos Deputados.

Todavia, por iniciativa do empresariado local que contratou a empresa de consultoria PriceWaterhouseCoopers - PwC, a gestão municipal desenvolveu o Masterplan (sigla de plano mestre, em inglês) que acabou sendo aprovado no último ano de gestão de Pupim, antes do processo eleitoral, como um novo marco no processo de desenvolvimento de Maringá até 2047 (ano do seu centenário de fundação). O Masterplan elencou os setores com maior potencial para gerar riqueza e benefícios para a sociedade, levando em consideração as vocações da cidade. O projeto também apontou os fatores críticos para



o sucesso e o planejamento estratégico para a sua implementação. A segunda fase do projeto, que é a mais cara, ficou para outro momento quando deverá ser contratada outra empresa de consultoria internacional para elaborar o planejamento urbanístico e de infraestrutura, que fornecerá as diretrizes de planejamento de transporte, saneamento, educação, qualidade de vida, energia, entre outros.

Quem dá sequência ao projeto é o atual prefeito, Ulisses Maia (PDT), que desde 1996 também acompanha o desenvolvimento do projeto hegemônico do empresariado local. Maia foi eleito prefeito no segundo turno em 2016 derrotando o ex-prefeito Sílvio Barros. Embora se declarasse oposição ao grupo político há 12 anos no poder, Maia tinha no currículo o fato de ter sido chefe de gabinete e secretário municipal do prefeito Sílvio Barros e seu líder na Câmara de Vereadores, quando ocupou, inclusive, a presidência. Dessa forma, a dominação gestonária implantada na gestão municipal, municada pelo empresariado local, continua como um projeto gerido por gente de Maringá e focado em posicionar a cidade como a “melhor cidade do Brasil”, bem ao sabor do projeto hegemônico implantado.

É indiscutível a ingerência direta da Associação Comercial no Codem. Há diversas citações de personagens ligados à ACIM ou de fora dela que denunciam a ligação mais do que umbilical entre a entidade empresarial e o conselho. Podemos apontar alguns fatos como a questão da representatividade da ACIM no plenário do Codem ser a maior, quatro cadeiras, entre as entidades, além de participar de cinco câmaras técnicas (PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE MARINGÁ, 1996). Embora não exista nenhum documento onde isso esteja escrito, há um acordo para que a ACIM participe sempre da mesa diretora do Codem o que vem ocorrendo desde a sua primeira diretoria, sempre com um ou mais representantes.

Acompanhando a interpretação que Coutinho (2003) dá à obra de Gramsci, podemos afirmar que o Codem se transformou no “aparelho privado de hegemonia” da ACIM, pois segundo um de seus ex-presidentes, o imobiliário Pedro Granado Martines, “o Codem é uma das maiores realizações da história da ACIM” (REVISTA ACIM, n. 385, 1998, p. 11). Quando o Movimento Repensando Maringá ganhou a adesão da imprensa,



e o historiador e jornalista político Messias Mendes frisou que as autoridades do município teriam “que se comprometer com a vontade do partido maior que é Maringá” (O DIÁRIO, 01/08/1996), talvez não tivesse a consciência de que esse “partido” seria o Codem conduzido pela ACIM. No caso, o Codem seria o partido adequado às condições expostas por Gramsci, de acordo com Dias:

Uma associação pode ser chamada de “partido político” só enquanto possuir “uma doutrina constitutiva, sua, própria; só enquanto conseguir concretizar uma noção, sua própria, de Estado; só enquanto concretizar e divulgar entre as grandes massas um programa de governo, apto para organizar praticamente um Estado, e isto em condições determinadas, com homens reais e não com fantasias abstratas de humanidade (DIAS, 2000, p. 169).

Outra questão importante é sobre a promoção da imagem da cidade, uma das principais propostas do Codem, tanto na questão do “marketing” de Maringá quanto das ações para tornar a cidade competitiva. É inegável que o marketing urbano se constitui em peça fundamental na atração de investimentos, principalmente de empresas transnacionais, produzindo imagens que, associadas a determinados padrões de consumo, produzem diferenciais que valorizam a “marca” da cidade. Sánchez explica que estas imagens são produzidas a partir de uma “seleção simbólica de fragmentos escolhidos da paisagem urbana”, que ao serem tomadas por uma síntese da cidade, cumprem a missão de apresentar como imagens legítimas o que, na realidade, não passa de processos de “exemplificação, seleção, inclusão e omissão de espaços e de ângulos das práticas sociais” (SÁNCHEZ, 1999, p. 124). Nesse contexto, as diversas ações de promoção da imagem da cidade que incluem tanto o investimento em obras públicas quanto os instrumentos de marketing, inclusive os propalados pelo Codem, têm por objetivo dinamizar a vida econômica e cultural da cidade, transformando-a em um espetáculo: Maringá é mais qualidade de vida!. Como afirma a autora, em uma cidade espetáculo, a população passiva, se comporta antes como espectador que como cidadão. “Essa assistência ao espetáculo é muito útil porque, ao criar uma ilusão de participação, torna fácil a legitimação dos interesses dominantes” (BRAGA, 2001, p. 32).

O marketing urbano é na verdade um instrumento de representação social. Ele apresenta a cidade “asséptica de problemas como violência, desemprego, pobreza, favela,



poluição, depredação ambiental, entre outros”. É um tipo de propaganda que tenta “elevar a qualidade de vida, as condições socioeconômicas, ambientais, para patamares que fogem da realidade concreta da dinâmica de uma cidade” (SILVA, 2006, p. 109). Em Maringá, o marketing de “cidade verde”, “cidade ecológica”, “cidade sempre limpa”, com ruas largas, arborizadas, praças ordenadas, tem propiciado uma representação social de cidade “mitificada por uma imagem prosápia que na realidade atende a interesses políticos e econômicos dos grupos dirigentes” (SILVA, 2006, p. 111).

É importante realçar que a justificativa para a implantação e continuidade do projeto hegemônico era “recolocar” Maringá nos “trilhos” do desenvolvimento. Para isso, foi forjado o discurso de que para a cidade superar a crise do início dos anos 1990 era necessário torná-la competitiva para a atração de investimentos e para o desenvolvimento regional, transformando-a em uma empresa bem estruturada e que pudesse ter uma capacidade de inovação para gerar riqueza e renda aos seus moradores. Para legitimar o discurso, foi criado o documento Maringá 2020 a partir de um planejamento estratégico que pensou a cidade para 24 anos em apenas oito horas. O planejamento, na verdade, serviu mais para buscar o consenso dos participantes sobre temas previamente escolhidos pelos líderes do movimento. Isso se repetiu, de certa forma, nos documentos Maringá 2030 e Masterplan 2047.

Com isso, a elite empresarial ditou rumos a serem tomados por Maringá, inclusive pelos seus candidatos a prefeito: tornar-se uma cidade competitiva, empreendedora, que tivesse como marca a ser explorada a sua boa qualidade de vida. A estratégia do empreendedorismo urbano, de acordo com Benko (1999) pressupõe uma economia local flexível, atrativa para grandes investimentos, com redes de empresas e de distritos industriais, tornando a cidade um centro de inovação tecnológica para poder firmar-se na liderança de uma economia de escala, altamente empreendedora. O resultado disso foi o projeto do Tecnopark que saiu do papel durante a gestão do prefeito João Ivo Caleffi (PT) e que, atualmente, está em vias de conclusão das desapropriações de propriedades.



Faz parte do discurso neoliberal, conforme Vainer (1999), a necessidade de transformar as cidades em mercadoria à disposição do grande capital. Essa cidade é o resultado do planejamento estratégico, que lhe dá também o status de empresa. Como cidade-mercadoria ela está posta à venda e à compra e como cidade-empresa ela tem que gerir seus recursos para ter capacidade de concorrência, sempre subordinada à lógica do mercado. Neste sentido, o projeto hegemônico estudado apresentou as principais características desse discurso, com o empresariado assumindo o papel de pensar as principais políticas de desenvolvimento para a cidade, ficando o Poder Público com a função de gerente, promotor do marketing e da venda dessa mercadoria. Essas ações, a partir de princípios de gestão e metodologias empresariais, conforme podemos entender, atuam como reproduções imperfeitas da política urbana, que na realidade têm objetivos de ocultar a retirada da política da vida urbana, com o discurso do consenso. Com isso, os interesses econômicos dominantes são favorecidos em detrimento das políticas sociais e de redistribuição de riqueza e renda. Surge também, com isso, como vimos nos projetos propostos pelo Codem, a transformação de interesses particulares em objetivos de toda a comunidade, que também é conclamada a dar suporte a esses ideais.

E por último, percebemos que o projeto hegemônico do empresariado ampliou a lacuna da participação popular nas discussões sobre o futuro e desenvolvimento da cidade. Não há, nos documentos consultados informações sobre as preocupações do empresariado sobre os bairros populares e de trabalhadores, que carecem de infraestrutura, rede de educação e saúde, empregos, entre outros. Isso aponta que a preocupação do Movimento Repensando Maringá esteve depositada no centro da cidade, no centro do poder, no capital. Não percebemos nos discursos do empresariado a inclusão política de indivíduos que estão desconectados do mundo do trabalho ou da educação, por exemplo; antes, há sempre a preocupação em esconder as tensões oriundas das complexas mudanças da sociedade, com ideias de “cooperação” e “solidariedade” (IVO, 2002). Há também o discurso da parceria público-privada para transformar a cidade de modo que se “pareça” um lugar inovador, criativo, seguro para viver, seguro para investir, visitar ou consumir. Segundo Harvey (1996) esse modelo de parceria tem por “objetivo político e econômico imediato, o investimento imobiliário pontual e



especulativo”, focado na divisão espacial do consumo. Por isso, as camadas populares não estão no centro do discurso do empresariado.

A dificuldade que o cidadão que não é empresário ou representante de uma entidade de classe tem de ter acesso ao Conselho está estampada na composição das câmaras técnicas do Codem. Somente a Câmara de Assuntos Comunitários tem espaço para associações de moradores, representados pela Federação das Associações de Bairros de Maringá – Feabam. Assim mesmo, é apenas uma vaga. Com isso, fica evidente a desconexão entre o discurso de que a “comunidade” está interferindo nos rumos da cidade ou “determinando” o futuro, e a prática do empresariado.

Considerações finais

Em um processo complexo como esse, minimamente exposto aqui, o sistema de dominação gestonária acaba atribuindo aos dominados uma necessidade de serem realistas. Na opinião de Boltanski (2013b, p. 450) “ser realista, quer dizer, aceitar as restrições, notadamente econômicas, tais como elas são, não porque sejam boas ou justas ‘em si’, mas porque não podem ser diferentes do que são”. Mais do que isso, explica o sociólogo francês:

Em um sistema de política gestonária, o realismo ocupa o centro do dispositivo de dominação. Ele constitui, ao mesmo tempo, o princípio de justificação no qual os dominantes se apoiam e a virtude que eles exigem dos dominados. Mas não se trata apenas de um discurso, ou por assim dizer, uma ideologia. O que caracteriza um sistema deste tipo é, de fato, a sua capacidade de ligar não apenas idealmente, mas também nos fatos, os elementos diversos que compõem a realidade para torná-los intimamente interdependentes. Ou, ainda, sua capacidade de constituir uma realidade em que tudo se encaixa, ou seja, uma realidade cuja força teria uma dimensão absoluta. A realidade considerada como algo externo, que seria independente das relações sociais (ou, por assim dizer, em termos marxistas, fetichizada) pode então ser, não apenas evocada, mas mostrada em suas manifestações mais tangíveis. Pode-se atribuir a ela uma vontade própria e mostrar como a mesma se manifesta, especialmente quando é capaz de punir aqueles que pensarem que dela podem escapar. A este respeito, governantes e governados, dominantes e dominados enfrentam o mesmo problema. Eles são, todos, supostos servidores da realidade. A todos eles se pede para serem realistas (BOLTANSKI, 2013b, p. 451).



É aqui que se manifesta a profunda assimetria, segundo Boltanski. E isso é produto da fetichização da realidade que acaba encobrindo a sua essência. Há nesse processo “uma rede de regras, leis, formatos de provas, normas, modos de cálculo e controle, que têm, na maioria das vezes, mas em graus variados, uma origem institucional”, afirma Boltanski (2013b, p. 451). Assim, deve-se saber que um dos principais diferenciais entre dominantes e dominados é justamente a posição assimétrica que ocupam em relação às instituições e, conseqüentemente, às regras que as instituições fixam.

Mas, e a crítica? Na opinião de Boltanski (2013b, p. 460), a crítica social deve “continuar a crítica das formas atuais do capitalismo e se interrogar sobre os meios de torná-la eficaz”. Assim, a crítica deve se ocupar das instituições. “Uma sociedade necessita de instrumentos capazes de dizer ‘é o que é’, ou seja, de instâncias suscetíveis de reduzir a incerteza que engendra necessariamente o fluxo dos acontecimentos, o fluxo da vida” (BOLTANSKI, 2013a). O autor acrescenta:

As instituições podem dizer o que é “em si”, porque elas não estão situadas. Estando situadas, os atores só podem ter um "ponto de vista" sobre os problemas, como se diz com razão. Mas a instituição deve dar-nos o ponto de vista dos pontos de vista. A maneira mais fácil é delegar a função semântica para a instituição, pois é um corpo sem ser propriedade que permite que seja dominante. Mas sendo sem corpo, necessita de porta-vozes, e esses porta-vozes – um dos temas mais antigos da sociologia – nunca se sabe se eles falam em nome da instituição ou em nome de seus próprios interesses. Eles são dotados de regalias, de um tom de voz particular, para designar os casos em que é o bem comum que se expressa pela sua boca. Mas, confrontados com estas declarações, a crítica sempre está pronta para se manifestar, mesmo que seja na forma de ironia. Atualmente, está na moda criticar a crítica, considerando que é uma fonte de inquietudes, de impotência. Penso, ao contrário, que as sociedades nas quais se expressam os fenômenos patológicos, são as sociedades nas quais não há crítica. A patologia é o consenso (BOLTANSKI, 2013a).

Em última análise, Boltanski acredita que a emancipação só poderá vir pelos momentos sociais que obrigariam as instituições a se reformarem ou criariam instituições sujeitas, por sua vez, à crítica. Assim concluiu o sociólogo francês: “Precisamos repensar as relações entre as instituições e a crítica. Estes últimos não são necessariamente relacionados com a forma Estado-nação, também eles sem fôlego. Podemos procurar, do lado das tradições libertárias, imaginar instituições em sintonia com os dispositivos interpretativos vindos dos atores sociais” (BOLTANSKI, 2013a).



Referências

BENKO, G. **Economia, espaço e globalização na aurora do século XXI**. São Paulo: Editora Hucitec, 1999.

BOLTANSKI, Luc. Entrevista a Sylvain Bourmeau e Anastasia Vécrin. **Jornal Libération**, Paris, 13 set. 2013. Disponível em: <http://www.ihu.unisinos.br/171-noticias-2013/524246-ser-dominado-e-ser-posto-permanentemente-a-prova-entrevista-com-luc-boltanski> . Acesso em 21/07/2020.

BOLTANSKI, L. Sociologia da crítica, instituições e o novo modo de dominação gestonária. **Sociologia & Antropologia**, Vol. 03.06, pp. 441-463, novembro, 2013.

BRAGA, T. M. **Belo Horizonte**: desafios da dimensão ambiental nas políticas urbanas. 2001. Tese (Doutorado) – Instituto de Economia, Universidade Estadual de Campinas: Campinas, 2001

BRETAS, Valéria. As melhores e piores 100 grandes cidades do Brasil. **Revista Exame on-line**, 16 mar 2017. Disponível em: <http://exame.abril.com.br/brasil/o-ranking-do-servico-publico-nas-100-maiores-cidades-do-brasil/> . Acesso em 22/07/2020.

CODEM. **Conselho de Desenvolvimento Econômico de Maringá**. Quem somos? Disponível em: <http://www.codem.org.br> . Acesso em 13/11/2017.

DIAS, E. F. **Gramsci em Turim**: a construção do conceito de hegemonia. 1ª. ed. São Paulo: Xamã, 2000.

HARVEY, D. Do gerenciamento ao empresariamento: a transformação da Administração Urbana no capitalismo tardio. **Espaço e Debates**. Ano XVI, São Paulo, 1996.

IVO, A. B. L. Recomposição política, comunidade cívica e governança urbana. In: **Cadernos Metr pole**, n. 8, 2º. semestre. São Paulo: PUC, 2002.

LIMA, M. **Dallas no Paraná**. Revista Veja, nº. 20, São Paulo: Ed. Abril, 1999.



O DIÁRIO DO NORTE DO PARANÁ. **Maringá**: Editora Central, diário, 1993-2006.

O JORNAL DO POVO. **Maringá**: Editora Setentrião, diário, 1993-1997.

PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE MARINGÁ. **Lei municipal nº 4275/1996**. Institui o Conselho de Desenvolvimento Econômico de Maringá – CODEM. Paço Municipal: Maringá, 16 set. 1996.

RANKING ENDEAVOR. As 10 melhores cidades do interior do Brasil para empreender. Gazeta do Povo (Curitiba), 04/01/2017. Disponível em:

<http://www.gazetadopovo.com.br/economia/empreender-pme/as-10-melhores-cidades-do-interior-do-brasil-para-empreender-c9r0vgley7v7ahqaer9trgsaj> . Acesso em

23/07/2020

REVISTA ACIM. **Maringá**: Associação Comercial e Empresarial de Maringá, 1993-2005. Mensal. ISSN 1981-1926.

SÁNCHEZ, F. Políticas urbanas em renovação: uma crítica dos modelos emergentes. In: **Revista de Estudos Urbanos e Regionais**. Campinas, n. 1, maio, 1999.

SILVA, C. A. M. **Considerações sobre o espaço urbano de Maringá – Pr**: do espaço de floresta à Cidade Jardim, representação da “Cidade Ecológica”, “Cidade Verde”. 2006. Tese (Doutorado em Engenharia de Produção) – Centro Tecnológico, Universidade Federal de Santa Catarina: Florianópolis, 2006.

VAINER, Carlos. Pátria, empresa e mercadoria: notas sobre a estratégia discursiva do planejamento estratégico urbano. Encontro Nacional da Anpur, 8, Porto Alegre, 1999. **Anais...**, Porto Alegre: ANPUR, 1999.