

**UNIVERSIDADE ESTADUAL DO MARANHÃO
PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM HISTÓRIA**

**O CAIXEIRO VIAJANTE COMO PROPULSOR DO COMÉRCIO
AMBULANTE DURANTE O APOGEU DA PARNAÍBA ENQUANTO
PRINCIPAL CENTRO ECONÔMICO DO PIAUÍ**

Antônio Lopes Vieira Filho

São Luís
2020

Antônio Lopes Vieira Filho

**O CAIXEIRO VIAJANTE COMO PROPULSOR DO COMÉRCIO
AMBULANTE DURANTE O APOGEU DA PARNAÍBA ENQUANTO
PRINCIPAL CENTRO ECONÔMICO DO PIAUÍ**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em História/PPGHIST da Universidade Estadual do Maranhão, com vistas à obtenção do título de Mestre.

Orientador: Prof. Dr. Alan Kardec Gomes Pachêco Filho

São Luís
2020

Vieira Filho, Antônio Lopes.

O caixeiro viajante como propulsor do comércio ambulante durante o apogeu da Parnaíba enquanto principal centro econômico do Piauí. / Antônio Lopes Vieira Filho. – São Luís, 2020.

139 f.;

Dissertação (Mestrado) – Programa de Pós-Graduação em História (PPGHIST), Universidade Estadual do Maranhão, 2020.

Orientador: Prof. Dr. Alan Kardec Gomes Pachêco Filho.

1. Ensino de História 2. Economia. 3. Parnaíba. 4. Caixeiro Viajante. 5. Comércio Ambulante. I. Título.

CDU 330:655.422(812.2)

Antônio Lopes Vieira Filho

**O CAIXEIRO VIAJANTE COMO PROPULSOR DO COMÉRCIO
AMBULANTE DURANTE APOGEU DA PARNAÍBA
ENQUANTO PRINCIPAL CENTRO ECONÔMICO DO PIAUÍ**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em História/PPGHIST da Universidade Estadual do Maranhão, com vistas à obtenção do título de Mestre.

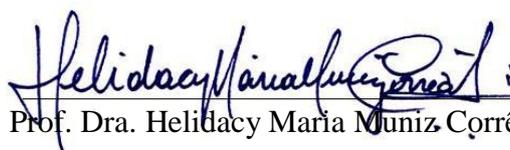
Orientador: Prof. Dr. Alan Kardec Gomes Pachêco Filho

Aprovada em: 30 / 06 / 2020

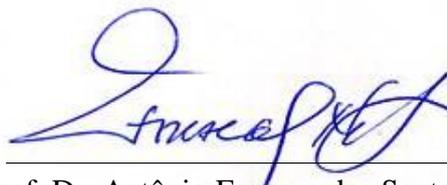
BANCA EXAMINADORA:



Prof. Dr. Alan Kardec Gomes Pachêco Filho (orientador)
(PPGHIST/UEMA)



Prof. Dra. Helidacy Maria Muniz Corrêa
(arguidora) (PPGHIST/UEMA)



Prof. Dr. Antônio Fonseca dos Santos Neto
(arguidor) (PPGGP/UFPI)

Prof. Dr. José Henrique de Paula Borralho (suplente)
(PPGHIST/UEMA)

*À minha amada esposa Clausionete e aos meus filhos Jeniffer
e Ramon, razões da minha incessante luta por dias melhores*

AGRADECIMENTOS

Ao nosso Deus e eterno Pai, que me conduziu dando sabedoria e discernimento para o enfrentamento desta jornada acadêmica desde o momento da aprovação e, ainda, durante o processo classificatório para ingresso no programa.

À minha esposa, Clausionete, que sempre me apoiou e me incentivou em todas as minhas tomadas de decisões, sobretudo, quando abdiquei do convívio familiar, horas a fio debruçado sobre as pesquisas para a concretização de mais um sonho.

Aos meus filhos Jeniffer e Ramon, que me deram força e coragem para prosseguir nesta difícil, mas gratificante, jornada para a aquisição do conhecimento. É sempre em nome deles, da minha família, que nutro a esperança de poder proporcionar-lhes dias melhores, por meio de meu crescimento profissional.

Aos meus amigos de outrora, que acreditaram no meu potencial, bem como os novos amigos que fiz no convívio do mestrado.

Ao meu orientador, o professor doutor Alan Kardec Pacheco Filho, que se fez presente me direcionando nas trilhas da pesquisa científica, sua companhia sábia, amiga e motivadora me conduziu para a concretização desta dissertação de mestrado.

À Coordenação do PPGHIST-UEMA, aos funcionários e à equipe de professores e em especial as professoras Mônica Piccolo, Antônia Mota e Viviane Barbosa, que me acolheram e me serviram de fontes de inspiração para as minhas pesquisas.

À Fundação de Amparo à Pesquisa e ao Desenvolvimento Científico e Tecnológico do Maranhão (FAPEMA), que financiou esta pesquisa por meio da concessão de bolsa de estudo, custeando despesas básicas e necessárias para a manutenção da referida pesquisa.

Aos meus entrevistados, srs. Abdoral Furtado e José Coelho e à sra. Adelaide Florindo, que prontamente corroboraram com este trabalho científico por meio das entrevistas a mim concedidas.

Enfim, a todos e todas que direta ou indiretamente participaram de alguma forma da idealização e concretização deste meu projeto de vida. A todos(as) o meu muito obrigado de coração.

RESUMO

Este estudo tem por objetivo apresentar um breve panorama acerca da economia piauiense em meados do fim do século XIX e das primeiras décadas do século XX. O destaque vai para o município de Parnaíba, localizado ao norte do estado, como o “celeiro” das grandes empresas de importação e exportação, que propiciaram o crescimento econômico no período levando o referido município à condição de principal centro econômico do Piauí. A pesquisa traz os fatores que contribuíram inicialmente para a chamada estagnação econômica, bem como aqueles que posteriormente teriam sido favoráveis ao seu crescimento. Dentro desse cenário de efervescente ascensão econômica, podemos constatar alguns elementos que corroboraram para a consolidação deste período que, outrora, reluziu em Parnaíba os seus aspectos político, econômico, cultural e social. Dentre estes elementos, destacamos a figura peculiar do caixeiro viajante, objeto de pesquisa desta dissertação. Por meio dos estudos empreendidos, objetivando mensurar o grau de participação desse sujeito enquanto “ser comerciante” na expansão do comércio atacadista do município de Parnaíba e adjacências, podemos compreender o quão o referido elemento colaborou para o progresso, a partir de uma visão da época, e para o desenvolvimento político, econômico, cultural e social do estado do Piauí, ressaltando a sua atuação no cenário parnaibano. Como resultado dos estudos aqui empreendidos, elencamos a trajetória de vida de alguns desses personagens que começaram a sua história como caixeiros viajantes, venceram todos os percalços que o tempo lhes propiciou e, hoje, tornaram-se empresários dos ramos varejista e atacadista, gerando emprego e renda para centenas de famílias, dentro e fora do estado. Por fim, não poderíamos deixar de mencionar que, dentro do contexto histórico espacial e temporal abordados nesta pesquisa científica, o referido caixeiro viajante (vendedor praticista, “cometa” ou qualquer outro codinome que tenha recebido) desempenhou o papel de protagonista no cinema, no teatro, na literatura e na vida real, fosse nos grandes centros urbanos ou nas distantes praças por onde passou.

Palavras-chave: Ensino de História; Economia; Parnaíba; caixeiro viajante; comércio ambulante.

ABSTRACT

This study aims to present a brief overview of the economy of Piauí in the middle of the end of the 19th century and the first decades of the 20th, highlighting the municipality of Parnaíba, located in the north of the state, as the “granary” of large import and export companies that provided the economic growth in the period, leading that city to become the main economic center of Piauí. The research brings up the factors that initially contributed to the so-called Economic Stagnation as well as those that later would have been favorable to its growth. Within this scenario of effervescent economic growth, we can see some elements that corroborated for the consolidation of this period that once shone Parnaíba in its political, economic, cultural and social aspects. Among these elements we highlight the peculiar figure of the traveling salesman, object of research in this dissertation. Through the studies undertaken aiming to measure the degree of participation of this subject as “being a trader” in the expansion of the wholesale trade in the municipality of Parnaíba and its surroundings, we can understand how that element contributed for progress, from a view of the time, and the political, economic, cultural and social development of the state of Piauí, highlighting its performance in the scenario of Parnaíba. As a result of the studies undertaken here, we list the life trajectories of some of these characters who began their history as traveling salesmen, overcame all the difficulties that time has given them and who became entrepreneurs in the retail and wholesale branches, generating jobs and income for hundreds of families inside and outside the state today. Finally, we could not fail to mention that, within the historical spatial and temporal context addressed in this scientific research, the referred traveling salesman, praticist salesman, “comet” or any other codename he received, played the role of protagonist in cinema, in theater, in literature and in real life; whether in large urban centers or in the distant squares where he passed.

Keywords: History teaching; Economy; Parnaíba; traveling salesman; walking trade.

LISTA DE SIGLAS

A.C – Antes de Cristo

ACP – Associação Comercial de Parnaíba

AP – Almanack da Parnahyba / Almanaque da Paranaíba

BA – Bahia

CE – Ceará

CNPJ – Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica

CNVP – Companhia de Navegação a Vapor do Rio Parnaíba

D.C – Depois de Cristo

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

IPHAN – Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional

MA – Maranhão

MDB – Movimento Democrático Brasileiro

PA – Pará

PE – Pernambuco

PI – PiauÍ

PMDB – Partido do Movimento Democrático Brasileiro

PDT – Partido Democrático Trabalhista

PRJ – 4 – Rádio Educadora de Parnaíba

PRKK – Rádio Educadora de Parnaíba

PSD – Partido Social Democrático

PT do B – Partido Trabalhista do Brasil

RN – Rio Grande do Norte

RS – Rio Grande do Sul

SESC – Serviço Social do Comércio

UDN – União Democrática Nacional

LISTA DE TABELAS

Tabela 1	A Pecuária na Receita do Estado	p. 23
Tabela 2	Exportações de Algodão em Rama entre 1857 a 1865 (em arrobas)	p. 27
Tabela 3	Quantitativo de publicações do “ <i>Almanaque da Parnaíba</i> ” (1924 a 2013).	p. 65
Tabela 4	Tipos de empresas e estabelecimentos	p. 77
Tabela 5	Corpo discente Escola Técnica União Caixeiral entre os anos 1938 e 1950	p. 122

LISTA DE QUADROS

Quadro 1	Empresas radicadas em Parnaíba, no ano de 1924	p. 37
----------	--	-------

LISTA DE MAPAS

Mapa 1	03 /Loc. Teresina	p. 27
Mapa 2	04/Loc. União	p. 28
Mapa 3	05/Loc. Amarante	p. 28
Mapa 4	Desenho topográfico do município de Parnaíba	p. 47
Mapa 5	Delta do Rio Parnaíba/Litoral do Piauí	p. 52
Mapa 6	Os cinco municípios do estado com o maior número de caixeiros viajantes (Censo 1940)	p. 78

LISTA DE IMAGENS

Imagem 1	Vista panorâmica do rio Igaracu entrecortando a cidade de Parnaíba- PI	p. 56
Imagem 2	Porto das Barcas – Parnaíba Piauí	p. 58
Imagem 3	Porto das Barcas e galpões portuários	p. 61
Imagem 4	Capa da primeira edição do Almanack da Parnahyba - 1924	p. 64
Imagem 5	Uma das torres da antena – 30 m (pau-d’arco) – Rádio Educadora de Parnaíba	p. 70
Imagem 6	Auditório da Rádio Educadora de Parnaíba	p. 71
Imagem 7	Estúdio da Rádio Educadora de Parnaíba	p.72
Imagem 8	Caixeiro Viajante 1	p. 88
Imagem 9	Caixeiro Viajante 2	p. 88
Imagem 10	Caixeiro Viajante 3	p. 88
Imagem 11	Caixeiro Viajante 4	p. 89
Imagem 12	Caixeiro Viajante 5	p. 89
Imagem 13	Caixeiro Viajante 6	p. 89
Imagem 14	Caixeiro Viajante 7	p. 90
Imagem 15	Caixeiro Viajante 8	p. 90
Imagem 16	Histórias e estórias do caixeiro viajante	p. 97
Imagem 17	Memórias de um caixeiro viajante	p. 98
Imagem 18	Histórias de um caixeiro viajante	p. 98
Imagem 19	Registro de empregados Casa Inglesa	p.116
Imagem 20	Logomarca O Toureiro	p.125

Sumário

INTRODUÇÃO	15
CAPÍTULO 1- A pecuária e o extrativismo como atividades geradoras de riquezas no cenário econômico piauiense	22
1.1 – Panorama da economia piauiense no final do século XIX e meados do século XX	22
CAPÍTULO 2 – O protagonismo de Parnaíba na crescente economia do Piauí no final do século XIX e princípios do XX	33
2.1 - A “Belle Époque” comercial de Parnaíba como principal centro econômico do Piauí	33
2.2 - Elementos históricos propulsores da economia parnaibana	43
2.2.1 – O comércio varejista e atacadista (ambulante)	43
2.2.2 – O Rio Igarapu	48
2.2.3 – O Porto das Barcas	57
2.2.4 – O “Almanaque da Parnaíba”	64
2.2.5 - Rádio Educadora de Parnaíba (PRJ -4 vulgo PRKK)	69
CAPÍTULO 3 – CAIXEIRO VIAJANTE: figura peculiar condutora do comércio ambulante no município de Parnaíba - PI no final do século XIX e início do XX	76
3.1. –Número oficial de caixeiros viajantes e atividades afins no Piauí, segundo o Censo do IBGE – 1940	76
3.2 - O caixeiro viajante e a arte de persuadir	83
3.3. – O caixeiro viajante como protagonista no cinema, teatro e literatura	93
3.4. – “COMETAS”: codinome atribuído aos caixeiros viajantes no interior do Nordeste segundo a obra “Histórias e Estórias do Caixeiro Viajante” (crônicas) de Leopoldo Alves	98
3.5. – Caixeiros viajantes e os meios de locomoção utilizados no exercício de sua profissão	112
3.6. - O caixeiro viajante como propagador do comércio ambulante na “Belle Époque” parnaibana	115
3.7. – Escola Técnica União Caixeiral: “berço” de figuras ilustres e grandes empreendedores a exemplo de Raimundo Florindo de Castro	121
3.8. - Memórias de um velho caixeiro viajante: as experiências de Zé Coelho nos áureos tempos de caixeiro na região Norte do Piauí na segunda metade do século XX.	128
CONSIDERAÇÕES FINAIS	133
Referências bibliográficas	136

INTRODUÇÃO

A origem do comércio é incerta. Sabe-se que a atividade comercial existe desde tempos imemoriais. Nas épocas mais remotas, o comércio se dava por meio do escambo, ou seja, de acordo com a sua definição, troca direta de mercadorias sem a presença de moeda.

As trocas ocorriam a partir da necessidade de as comunidades adquirirem outros produtos diferentes daqueles que produziam, haja vista que a maior parte dessas comunidades era de criadores e produtores. As trocas intensificar-se-iam a partir do acúmulo dos excedentes. As comunidades produziam além do que consumiam e passaram a barganhar os seus excedentes com outros produtos de que necessitavam.

De acordo como Rodney Hilton em **“A transição do feudalismo para o capitalismo”**, no comércio, o que está implícito é que os mercados, em sua maioria, são locais. “O comércio a longa distância, ainda que não necessariamente ausente, não desempenha papel decisivo nos objetivos ou métodos de produção” (DOBB, 1997, p. 40). Ainda de acordo com o autor:

Quando o comércio começou a expandir-se no século X (ou talvez mesmo antes), foi na esfera das trocas a longa distância, ao contrário das puramente locais, de bens relativamente caros, que se puderam compensar os custos de transporte, então muito elevados (DOBB, 1997, p. 50).

A primeira moeda de que se tem notícia foi o sal. A partir daí surge o termo salário. Depois vieram a concha e o ouro, e só a partir do aumento das trocas é que há a necessidade de cunhar-se uma moeda propriamente dita.

Inicialmente, o comércio, por meio das trocas, se deu em nível local. Depois, foi se expandindo para as comunidades vizinhas, que, por sua vez, teriam dado início às feiras e cidades na Idade Média.

Algumas pequenas cidades, sem dúvida, foram fundadas pela iniciativa de senhores simplesmente para constituir centros convenientes de comercialização, que poderiam ainda fornecer rendas adicionais pela cobrança de taxas e de aluguel de barracas (DOBB, 1997, p. 19).

A Fenícia situava-se no litoral da Síria, no norte da Palestina e no atual Líbano. Teria sido ocupada por volta do ano 3000 a.c. por povos de origem semita que, além de desenvolverem a agricultura com o cultivo de cereais, videiras e oliveiras, a pesca e o artesanato, se destacaram no comércio marítimo.

Os fenícios estabeleceram rotas mercantis por todo o Mediterrâneo e até no litoral Atlântico do norte da África. Instalaram povoados em diversas regiões do mar Mediterrâneo,

verdadeiros entrepostos comerciais. Por outro lado, a participação dos portugueses no comércio europeu ganhou impulso no início do século XV.

A precoce centralização portuguesa – com a Revolução de Avis, em 1385 –, associando os poderes políticos concentrados nas mãos dos monarcas aos interesses mercantis, teve papel fundamental na organização das grandes navegações portuguesas.

Todo esse contexto teria sido favorecido por meio dos estudos náuticos, sob a chefia de D. Henrique (1394 – 1460), o navegador. Quinto filho de João I de Portugal (fundador da Dinastia de Avis) e dona Filipa de Lencastre, trouxe para a corte em Sagres, no Algarve, navegadores, cosmógrafos, cartógrafos, mercadores e aventureiros. Portanto, o conjunto de conhecimentos desenvolvidos ali teria tornado possível o projeto de expansão portuguesa, superando, desde então, as limitações ao comércio continental na Europa do século XV.

No Piauí, o comércio de produtos oriundos da pecuária e do extrativismo também chegou a favorecer a geração de riquezas que proporcionaram ao estado a estabilização da economia, muito embora não tenha alcançado os índices almejados. Desde a sua formação, ainda durante o período colonial, a economia do Piauí sempre esteve atrelada, inicialmente, à pecuária e, posteriormente, ao extrativismo. O estado terá, portanto, sob a ótica de autores como Queiroz (2006) e Santana (2001), uma mera economia de subsistência, não havendo muitos investimentos que mudassem essa realidade. O professor Luiz Mott¹ em sua obra “Piauí colonial: população, economia e sociedade” assevera que:

Tratando-se de uma região onde a unidade de conquista e povoamento foi a fazenda de gado, cristalizando-se toda a vida socioeconômica em derredor da pecuária extensiva, qualquer estudo sobre a história do Piauí deve iniciar-se obrigatoriamente a partir dos currais de criatório (MOTT, 2010, p. 11).

Tamanha importância atribuída aos referidos currais é explicada por meio da vantagem econômica e na excelência que os piauienses atribuíram à pecuária, tendo em vista que grande parte das terras piauienses eram cobertas pelo rico capim mimoso², que, apesar das limitações impostas pela seca, bem como a falta d’água, o certo é que a pecuária configurava para a referida zona sertaneja não apenas uma saída, mas, na verdade, um grande negócio.

Mas aquele cenário de estagnação, outrora percorrido pelos referidos autores, dará lugar a um Piauí com uma economia consolidada. Isso graças aos investimentos de grandes empresas

¹ Graduado em Ciências Sociais pela Universidade de São Paulo (1968), mestrado em Etnologia pela Université de Paris IV (Paris-Sorbonne) (1971), doutorado em Antropologia pela Universidade Estadual de Campinas (1975). Atualmente é professor titular aposentado da Universidade Federal da Bahia. Fonte: <http://buscatextual.cnpq.br/buscatextual/visualizacv.do?id=K4787535U6>

² Nome comum a várias ervas de pequeno porte, de diversos gêneros, da família das gramíneas, de folhas finas e inflorescência delicada, muito empregadas como forragem; mimoso. Fonte: <http://www.aulete.com.br/capim-mimoso>

estrangeiras no setor comercial da pequena e recém-criada Vila de São João da Parnaíba, mais tarde, apenas Parnaíba. O município se tornou o maior centro econômico do estado, pois, diante da emergente cidade, inevitavelmente houve um aumento no fluxo populacional a partir do intenso processo migratório com destino àquele município.

Parnaíba, aos poucos, tem sua estrutura arquitetônica ampliada/modificada para abrigar uma nova realidade que se iniciara. O entorno do Porto das Barcas se constitui, então, em um centro comercial, reunindo em suas ruas armazéns dos mais variados gêneros (produtos), o que proporcionou à sociedade parnaibana uma comodidade que, até aquele momento, ela não conheceu.

Entre os novos moradores vindos de outras cidades do Piauí, e até mesmo de outros estados (Ceará, Bahia, Maranhão, entre outros), estavam homens visionários que encontraram em Parnaíba aconchego e um lugar ideal para constituir família e ascender profissional e socialmente. Como de fato ocorreu com muitos pequenos, médios e grandes comerciantes que começaram a vida como caixeiros viajantes, por exemplo. Construíram seus próprios negócios, trabalharam arduamente e tornaram-se grandes empresários do ramo comercial varejista e atacadista em Parnaíba, gerando emprego e renda para as famílias de seus concidadãos.

Nesta dissertação de mestrado intitulada “**O Caixeiro Viajante como disseminador do comércio ambulante durante o apogeu da Parnaíba enquanto principal centro econômico do Piauí**”, serão abordadas algumas problemáticas que sugerem que é preciso conferir caráter histórico, por exemplo, ao processo de constituição do comércio realizado pelos caixeiros viajantes em meados do século XX. Sobre os caixeiros viajantes, quais foram as estratégias, táticas e práticas de gestão desenvolvidas por eles na efetivação do comércio varejista? Quais foram os papéis sociais desses sujeitos no Piauí? Quais práticas os caracterizavam enquanto comerciantes?

Durante as pesquisas empreendidas para a concretização deste trabalho acadêmico, cujo recorte temporal muito extenso se justifica em razão da escassez de historiografia acerca do município de Parnaíba, buscou-se responder aos questionamentos elencados no que tange as especificidades inerentes ao caixeiro viajante, objeto de pesquisa desta dissertação. Cabe salientar que o motivo da escolha do referido objeto deu-se na tentativa de evidenciar a importante contribuição do caixeiro viajante para o desenvolvimento econômico, político, social e cultural de algumas regiões do país, sobretudo no estado do Piauí, com destaque para a cidade de Parnaíba como principal cenário de atuação deste importante ator do comércio atacadista.

Deve-se acrescentar que os atores sociais que praticaram o ofício de caixeiro representaram e representam um importante papel na história social do Piauí. Eles se dispuseram de um verdadeiro “arsenal” de práticas que se referiam não somente às atividades econômicas, mas, também, ao ser comerciante. Cabe, ainda, conscientizar a sociedade contemporânea de que os saberes advindos de suas práticas foram apropriados, ao passo que o papel que desempenharam jamais poderá ser esquecido.

Em síntese, esta dissertação tem como objetivo geral analisar as contribuições do caixeiro viajante para o progresso econômico, político, social e cultural do estado do Piauí, especialmente, no município de Parnaíba no final do século XIX e primeiras décadas do século XX. Entre os objetivos específicos almejados estão: destacar a relação entre comerciantes e caixeiros e o que ambos aguardavam um do outro; demonstrar seu “espírito” aventureiro como profissional de venda salientando os meios de transportes que utilizavam no exercício de sua profissão; explicar quais eram os recursos e/ou meios utilizados por esses profissionais como forma de demonstrar os seus produtos, fosse por meio de mostruários (catálogos) ou o produto propriamente dito, entre outros.

Objetivando alcançar as metas aqui propostas na busca de respostas para as inquietações anunciadas, utilizamos autores da historiografia piauiense que já desenvolveram suas pesquisas dentro da mesma temática aqui abordada, sobretudo, aqueles que comungam com o mesmo recorte espacial e temporal. Foram utilizados também como fonte de pesquisa diversos artigos, dissertações e teses nas mais variadas áreas do conhecimento de cursos de mestrado e doutorado das universidades estaduais e federais espalhadas pelo Brasil.

Outros autores da historiografia mundial, como Nora, Thompson, Lefebvre, Halbwachs, Ecléa Bosi entre outros, também deram sua parcela de contribuição para a concretização deste trabalho científico. Cada um dentro da sua especificidade corroborou para que a pesquisa apresentasse um desfecho. Portanto, em razão da escassez do número de entrevistados, além de entrevista através da pesquisa de campo, foi utilizada também como metodologia nesta dissertação, em especial, a pesquisa bibliográfica, uma complementando a outra, para que o objetivo vislumbrado no projeto original da pesquisa pudesse ser alcançado.

O capítulo 1, intitulado “A pecuária e o extrativismo como atividades geradoras de riquezas no cenário econômico piauiense”, traz um breve panorama da economia no estado no final do século XIX e início do XX. Ressalta a importância da pecuária e dos produtos derivados do extrativismo para a economia do Piauí. Além disso, expõe os fatores internos, externos e

naturais que mantiveram o referido estado numa situação de estagnação econômica (segundo os autores abordados).

O tópico mostra, ainda, o Piauí superando sua estagnação econômica. Isto acontece em decorrência de uma nova fase de investimentos no setor do comércio de importação e exportação de produtos agropecuários por meio da instalação, em Parnaíba, de empresas estrangeiras do ramo. Esse cenário de crescimento econômico, vinculado a um novo tipo de atividade, contribuirá para que a Princesa do Igarauçu (como ficou conhecida Parnaíba) ocupe a posição de principal centro econômico do estado. Com essa promissora realidade comercial, as empresas contavam com profissionais prontamente preparados para a divulgação de seus produtos e serviços em outras jurisdições, entre eles, os caixeiros viajantes, o objeto de estudo desta pesquisa.

A temática abordada no capítulo 2 é “O protagonismo de Parnaíba na crescente economia do Piauí no final do século XIX e princípios do XX”. Destaca-se uma época de grande desenvolvimento que ocorreu em Parnaíba em vários aspectos (arquitetônico, populacional, cultural, social e econômico), o que proporcionou aos parnaibanos vivenciarem uma situação similar à *Belle Époque* ocorrida especialmente na Europa entre 1871 (final da Guerra Franco-Prussiana) e 1914 (início da Primeira Guerra Mundial). É nesse mundo “mágico” de euforia e despreocupação que Parnaíba tornar-se-á o principal centro econômico do estado, interligando-se a diversos estados brasileiros e outros países por meio do comércio fluvial e marítimo.

Para que Parnaíba galgasse a privilegiada posição de empório das grandes empresas de importação e exportação, a cidade contou com alguns elementos essenciais. Predominou-se o próprio comércio varejista e, sobretudo, o atacadista, os dois intermediados pelos caixeiros viajantes. O rio Igarauçu foi, durante os áureos tempos de navegabilidade do rio Parnaíba, a porta de entrada para o Porto das Barcas (Porto Fluvial de Parnaíba), viabilizando o transporte das riquezas do Piauí a outras regiões do país e internacionais. O Porto das Barcas (ou Porto Salgado, como ficou conhecido) foi durante muito tempo o local de apoio aos mais variados tipos de embarcações e proporcionava aos donos dos armazéns a comodidade de ter às suas portas o embarque e desembarque de suas riquezas.

Outros dois elementos elencados ainda no capítulo 2 fizeram parte desse mesmo contexto: o Almanaque da Parnaíba e a Rádio Educadora de Parnaíba. O primeiro teve importante papel na divulgação das empresas com seus produtos e serviços por meio de publicações anuais. O Almanaque da Parnaíba divulgava em suas páginas serviços de utilidade pública como assuntos religiosos e fúnebres, políticos, econômicos, artísticos, filosóficos, informativos, entre outros.

Já a Rádio Educadora trouxe aos parnaibanos e regiões circunvizinhas propagandas diversas, notas de utilidade pública, rádio novelas, shows musicais, música, entretenimento e muito mais.

Ambos os elementos (o almanaque e a rádio), assim como os demais, contribuíram significativamente com aquele momento apoteótico de Parnaíba. Todos deram, à sua maneira, sentido e ressignificação à economia piauiense numa época em que o Brasil vivia de incertezas diante do cenário da Segunda Grande Guerra Mundial (1939-1945). Atualmente, os referidos elementos (o comércio, o rio Igarauçu, o Porto das Barcas, o Almanaque da Parnaíba e a Rádio Educadora), apesar de ainda resistirem ao tempo (exceto a rádio), coexistem apenas no imaginário popular como elementos históricos e lugares de memória que tiveram o seu apogeu, mas que hoje ocupam um lugar no passado dos parnaibanos e piauienses que tiveram o privilégio de trilhar os caminhos da “*Belle Époque*” parnaibana.

O capítulo 3, que tem como título “Caixeiro viajante: figura peculiar condutora do comércio ambulante no município de Parnaíba e adjacências no final do século XIX e meados do século XX”, ressalta o caixeiro viajante em todos os seus aspectos. Inicialmente, foram apresentados os números oficiais de caixeiros viajantes registrados em empresas nos principais municípios piauienses. Dando ênfase ao poder de persuasão comum a este profissional de vendas, que usava dos mais variados argumentos e discursos na arte de convencer, auxiliando-o na concretização de seus negócios diante da clientela. Nesta parte, o caixeiro também aparece como protagonista no cinema, teatro e na literatura, sempre se destacando como alguém astuto, comunicativo, dinâmico, ambicioso nos negócios, maleável no jeito de abordar seu cliente, entre outras características.

Nesse capítulo, conheceremos ainda os “cometas”, codinome atribuído aos caixeiros viajantes no interior do Nordeste brasileiro, segundo a obra de Leopoldo Alves. Livro de crônicas que traz as histórias vividas por um ex-caixeiro que carregou a pasta de viajante durante quase duas décadas pelo interior do Nordeste. Em meio a fatos reais e fictícios, Alves discorre acerca de sua vida e da vida de seus companheiros no exercício de sua antiga profissão. Apresentamos, também, os meios de locomoção utilizados pelos caixeiros viajantes nas suas viagens pelos mais distantes rincões deste país e as habilidades utilizadas na superação dos obstáculos.

Por fim, esse terceiro, e último, capítulo traz três situações que apresentam o resultado da pesquisa: o caixeiro viajante como propagador do comércio ambulante no apogeu econômico no cenário parnaibano, destacando a história do sr. Abdoral e de outros companheiros de profissão que escolheram Parnaíba para viver e montar seus negócios. Histórias de homens que

começaram suas vidas como caixeiros viajantes e que galgaram o sucesso, a exemplo da história do sr. Raimundo Florindo, discorrida de maneira breve durante sua passagem como acadêmico na Escola Técnica União Caixeiral.

Dentro dessa mesma proposta de resultado do estudo, tratamos das memórias de um velho caixeiro que trabalhou aproximadamente durante quatro décadas na profissão de viajante entre os municípios de Luzilândia, Parnaíba e adjacências. “Zé Coelho”, como era conhecido, aprendeu o ofício ainda muito cedo (entre os 9 ou 10 anos) com o pai. Constituiu família e hoje, com a idade bastante avançada, vive de sua aposentadoria e se emociona a cada vez que rememora os áureos tempos em que era jovem e que desempenhara com alegria e satisfação a incansável profissão de caixeiro viajante.

CAPÍTULO 1- A pecuária e o extrativismo como atividades geradoras de riquezas no cenário econômico piauiense

1.1 – Panorama da economia piauiense no final do século XIX e meados do século XX

O Piauí³ é um dos estados do Nordeste brasileiro. Limita-se com os estados do Ceará, Pernambuco, Bahia, Tocantins e Maranhão. Hoje o estado possui 224 municípios, e sua área é de 251.611,929 km².

As terras que constituem o atual estado piauiense, entre os anos de 1635 e 1714, pertenciam ora à jurisdição de Pernambuco, ora à da Bahia. Em 1715, por Ato Régio, passariam à jurisdição do Maranhão e Grão-Pará, somente três anos depois é que tornar-se-ia independente por meio da assinatura de um alvará pelo então rei de Portugal, D. João V. Todavia, D. José I⁴ elevaria o Piauí à condição de capitania independente, fazendo valer o referido alvará por meio de Carta Régia de 29 de julho de 1758 e a nomeando como São José do Piauí. Este nome, atribuído à nova capitania, faz menção ao monarca.

A estrutura econômica do atual estado do Piauí, desde o Brasil Colônia, tinha como suportes a pecuária, a agricultura de subsistência, a grande propriedade e o trabalho escravo, primeiro, da população indígena e, posteriormente, dos negros africanos. Considerado um grande criatório de gado bovino, o boi passou a ser uma referência dentro da província, tendo sido inclusive utilizado como moeda de troca. Na mesma época, outras províncias utilizavam-no como moeda. Produtos como açúcar, cacau, tabaco, entre outros, eram adquiridos em troca de bovinos. Curiosamente, aliada a esses fatores, principalmente a pecuária, toda a estrutura da sociedade piauiense durante o período colonial teve sua base fora dos meios urbanos, fato que só reforça a importância da economia do gado para o desenvolvimento econômico e social da Capitania de São José do Piauí.

Na concepção de Queiroz (2006), a pecuária também estaria atrelada ao status social. Segundo ela, “há que lembrar, além da função econômica, a função social assumida pela pecuária ao longo da história do Piauí. É preciso recordar que, no plano social, mais importante que ser vaqueiro era, apenas, ser fazendeiro” (QUEIROZ, 2006, p.18).

As discussões tratadas aqui acerca das fases que compreenderam a economia piauiense no recorte temporal proposto estarão pautadas, sobretudo, a partir do olhar de dois autores

³De acordo com o último Censo divulgado pelo IBGE (2010), o Piauí tinha 3.118.360 habitantes.

⁴D. José I (Lisboa, 6 de junho de 1714 – Sintra, 24 de fevereiro de 1777), apelidado de O Reformador, foi Rei de Portugal e Algarves de 1750 até sua morte. Era o terceiro filho do rei João V e sua esposa a rainha Maria Ana da Áustria.

piauienses que desenvolveram diversas pesquisas sobre o tema: Teresinha Queiroz⁵ e Raimundo Nonato Monteiro de Santana⁶. Ambos abordam alguns aspectos da economia piauiense, a partir dos quais ressaltam os momentos de crise, marasmo e estagnação, o que a qualifica sob um viés de economia de subsistência, especialmente, na opinião de Santana. Foram elencados alguns fatores que contribuíram para a estagnação, entre eles, a falta de investimentos que viabilizassem um maior desenvolvimento econômico nos setores da pecuária e da agricultura, além de causas naturais, como a seca.

Apesar de não apresentarem inovação, esses dois setores vivenciaram momentos de crescimento, ainda que efêmeros, e contribuíram significativamente para a economia do estado. Embora as opiniões diverjam em alguns aspectos, Queiroz (2006) e Santana (2001) entendem que, mesmo diante dos percalços, a economia piauiense não logrou atingir numerosas cifras, mas conseguiu incluir o estado no rol dos principais produtores do Nordeste do Brasil, como veremos adiante. Portanto, a escolha dos referidos autores se dá em função de seu amplo conhecimento acerca do tema aqui em evidência.

Com uma abundante malha hidrográfica, rendendo-lhe bons pastos (regiões ribeirinhas) aptos a uma excelente forrageira (capim mimoso), tem-se a Capitania de São José do Piauí. Desde a sua formação, foi propícia às fazendas de gado bovino, que se multiplicaram num curto espaço de tempo, e se constituía a partir de um instrumento de povoamento, atividade na qual se consolidava toda a sua vida socioeconômica. Não obstante, a produtividade das referidas fazendas estava atrelada principalmente ao tipo de pasto consumido pelo gado.

Vale ressaltar a grande importância atribuída à pecuária, apontada como a primeira fonte de riqueza. Apesar dos percalços, seu comércio era mantido, porém, não se pode esquecer que a atividade permanecia completamente entregue aos recursos oferecidos pela natureza. Contudo, apesar do histórico de estagnação, mais da terça parte das rendas da província derivava da pecuária.

⁵ Graduada em Licenciatura Plena em História pela Universidade Federal do Piauí (1977), graduação em Bacharelado em Ciências Econômicas pela Universidade Federal do Piauí (1983), mestrado em História pela Universidade Federal do Paraná (1984) e doutorado em História pela Universidade de São Paulo (1992). Atualmente, é professora associada nível I da Universidade Federal do Piauí. Tem experiência na área de História, com ênfase em Teoria e Metodologia da História, atuando principalmente nos seguintes temas: história, literatura, Piauí, historiografia e Teresina.

⁶ Professor catedrático de Economia Política da Faculdade de Direito do Piauí e de História Econômica da Faculdade Católica de Filosofia do Piauí, membro do Instituto Histórico, Geográfico e Antropológico do Piauí e pertencente à Academia Piauiense de Letras.

Santana (2001) acrescenta, ainda, que, embora os números de rebanho e criadores tenham aumentado com o passar dos anos, não houve, economicamente, progresso no setor pecuário:

Assim, o seu aumento quantitativo pouco importa. As 556 fazendas e os 800 criadores de 1752 se multiplicaram, é verdade. Em 1855, as fazendas eram 4.000 e os criadores 6.000. Neste século, 1920, a população bovina somava 1.044.734. O regime de criação e a estrutura produtiva permaneciam os mesmos. Economicamente, não houve progresso (SANTANA, 2001, p. 84).

Equiparando os números de habitantes da província ao de gado produzido, podemos perceber que, no censo realizado no ano de 1854, o Piauí tinha uma população de 152.901 habitantes, o que daria uma média aproximada de 0,9 cabeças de gado por habitante. Já na metade do século XX, os números apontavam uma população de 1.045.696 habitantes, para um rebanho de 1.116.766 cabeças, atingindo, portanto, uma relação per capita de 1,07, fatores que demonstram uma estagnação na pecuária desde os períodos passados (SANTANA, 2001).

No entanto, apesar da estagnação, Queiroz (2006) aponta, em sua obra intitulada **“Economia Piauiense: da Pecuária ao Extrativismo”**, indícios de que a pecuária, em meados do século XIX, contribuía de maneira significativa com a receita do estado. De acordo com a autora:

A economia piauiense, durante a segunda metade do século XIX, ainda poderia ser definida como um domínio da pecuária. A maior parte da receita provincial derivava daquela atividade, responsável também pela ocupação de grande parte da população e pela dinâmica do comércio” (QUEIROZ, 2006, p. 19).

Tabela 1: A Pecuária na Receita do Estado

Ano	Receita Total do Estado	Receita da Pecuária *	Participação %
1895	752:518\$633	313:824\$014	42
1896	701:886\$959	289:470\$140	41
1897	671:422\$001	339:607\$890	50
1898	747:419\$001	327:078\$244	44

Fonte: Mensagem de 1899.

*O item Pecuária corresponde ao total de todos os impostos referidos.

Fonte: Queiroz, 1984, p. 70

O Piauí constituiu os fundamentos de sua economia na pecuária. O mercado da carne, do couro e do boi vivo imprimiu orientação a toda política econômica e normas administrativas da Capitania e da Província. Foi a criação de gado a maior e quase única fonte de riqueza do Piauí.

Alguns fatores são apontados como principais causas para a decadência da pecuária, que, em linhas gerais, foram sentidos, não apenas pelas fazendas do Fisco, como pelos chamados fazendeiros autônomos. Segundo as fontes consultadas, a pecuária entraria em declínio a partir da segunda metade do século XVIII. Como primeira causa, é possível apontar a falta de investimentos no que diz respeito às estruturas de produção da pecuária. Como ela se dava de maneira extensiva, ou seja, o gado era criado solto em grandes pastos, não havia a preocupação dos fazendeiros de investir em novas técnicas de tratamento para com o animal, sobretudo, na forma de abatê-lo, o que os levava a perder espaço para outras praças que investiam na melhoria das raças bovinas e em seu abate.

A incidência da seca na região entre os anos 1841 e 1848 (quase ininterrupta) aparece como a segunda causa, provocando uma queda nos preços e no próprio desenvolvimento vegetativo dos rebanhos. E por último, a falta de crédito aos fazendeiros para que pudessem investir na indústria do charque, de forma que pudessem suprir a crise provocada na queda das vendas por falta de mercado consumidor.

Cabe ainda acrescentar que a população, do ponto de vista econômico como elemento gerador de produção, teve uma contribuição insuficiente para o aumento dessa produtividade econômica. Diante das precárias e/ou inexistentes oportunidades de conseguir instrução, já que não existia serviços de educação disponíveis, um grande contingente populacional da época, por viverem em áreas rurais, estaria excluído dos respectivos serviços educacionais eventualmente disponibilizados.

Santana (2001) salienta acerca da continuidade do crescimento dos rebanhos e a inexistência de compradores. Para ele, “os rebanhos continuavam crescendo, mas não havia mercado. Afora a criação de gado, a população se dedicava à produção natural destinada à satisfação das necessidades locais. Os mercados se limitavam às fazendas” (SANTANA, 2001, p.59). Diante desse quadro de estagnação e subsistência, não restava outra saída para a economia da província, a não ser a busca pelo litoral.

No fim do século XVIII, a agricultura renascia no Brasil estimulando um movimento do interior para o litoral. No entanto, apenas as pequenas faixas de terra próximas ao mar seriam beneficiadas, a exemplo da vila de São João da Parnaíba. Esta prosperava cada vez mais, não apenas pelos negócios empreendidos em seu porto marítimo, mas também pelas fábricas e manufaturas instaladas ali, como o caso das charqueadas, curtumes, indústrias extrativistas, entre outras.

Nesse contexto, surgiu a grande lavoura, um tipo exportação, que posteriormente atingiria o Piauí, embora, em pequena escala. Uma lavoura que a princípio se destinava ao consumo local (subsistência), mas que, com o passar do tempo, produziria nas regiões ribeirinhas e no entorno de Parnaíba para fins de exportação.

Parte dessa crise será superada por meio da descoberta de novos produtos que deram ao Piauí a viabilidade de adquirir recursos financeiros com o comércio de exportação. Produtos como algodão, a borracha da maniçoba⁷, a cera de carnaúba, a amêndoa de babaçu, o tucum⁸, a oiticica⁹, a malva e tantos outros compuseram um novo leque de produtos com destino certo no mercado internacional, possibilitando a retirada da economia do estado do marasmo que a caracterizou até o fim do século XIX.

Em meio aos produtos acima mencionados, o que mais se destacou, com certeza, foi a borracha da maniçoba, que durante aproximadamente uma década teria sido o responsável por 62% do contingente das receitas de exportação do estado. Queiroz (2006) assevera a importância da maniçoba dentro desse novo perfil econômico do Piauí. Segundo ela:

A exploração da maniçoba teve início em um momento crítico para a economia do Piauí, caracterizado pela queda nos preços do gado e pela ocorrência das secas. Além da superação dessas dificuldades, a borracha representava a oportunidade, pela via do fortalecimento econômico, de garantir a autonomia e a estabilidade políticas, preocupações básicas do estado recém-constituído como Unidade Federada. Nesse contexto, a descoberta da nova fonte de receita criou expectativas para os particulares e para o Estado, que dificilmente seriam confirmadas no decorrer da exploração (QUEIROZ, 2006, p. 37).

“Do ponto de vista político, esta fase da economia piauiense não trouxe grandes modificações na estrutura do poder. De resto, nenhum dos produtos facultou fenômenos do gênero” (SANTANA, 1995, p. 51). Acredita-se que esse novo cenário da economia piauiense

⁷A maniçoba (*Manihot pseudoglaziovii*) é uma planta nativa da caatinga que apresenta características forrageiras importantes, como alta palatabilidade e o seu valor nutritivo. Quando cultivada, permite um a dois cortes no curto período chuvoso, com produtividade de 4,0 a 5,0 ton/ha de matéria seca. A planta apresenta níveis variáveis de glicosídeos cianogênicos, que podem provocar intoxicação e até morte quando ingeridos em grandes quantidades por animais fracos e malnutridos. A planta verde, em início de brotação, apresenta um teor médio de ácido cianídrico (HCN) de 1.000 mg/kg de matéria seca.

⁸ Palmeira de pequeno a médio porte, 3 a 8 metros de altura e tronco coberto de espinhos muito finos e agudos. Tem folhas prateadas no lado de baixo e frutos redondos, quando verdes, contêm pequena polpa e água no interior, como o Coco da Bahia. Maduros, ficam roxos e têm castanha comestível. Pode ser que as fotos apresentadas mostrem mais de uma espécie de bactris, todas chamadas popularmente de tucum.

⁹ A Oiticica (*Licania rigida Benth*), da família *Chrysobalanaceae*, é uma planta típica do sertão nordestino. É uma árvore de espécie ciliar dos cursos de água temporários do Semiárido nordestino, sendo encontrada nos estados da Paraíba, Piauí, Ceará e Rio Grande do Norte, e tem grande importância, quer pelo aspecto ambiental de ser uma espécie arbórea perene sempre verde que preserva as margens dos rios e riachos temporários na região da caatinga, quer como espécie produtora de óleo.

tenha sido insuficiente para demonstrar mudanças pertinentes na sociedade, no que tange a melhores condições de vida, por exemplo. Todavia, estabeleceu, definitivamente, as regiões do Médio e Baixo Parnaíba como o centro econômico do estado.

No tocante aos demais produtos que contribuíram com o aumento das receitas econômicas do estado, de acordo com Mendes (1995), “o início do cultivo do algodão no Piauí ocorreu em 1700, e em 1800 teve início o cultivo da cana de açúcar” (MENDES, 1995, p. 68). Segundo o autor, o aumento da produção do algodão se deu em razão de dois fatores externos. O primeiro foi o desenvolvimento da Revolução Industrial, na Inglaterra, com a criação do tear mecânico e o segundo foi a Guerra Civil americana, que desorganizou as produções do produto no sul dos Estados Unidos. Curiosamente, o autor ressalta aquilo que, segundo ele, seria uma espécie de ordem de importância dos referidos produtos para a receita do estado:

Enquanto o algodão chegou a ocupar o segundo lugar na formação da receita, entre 1850 e 1870, constituindo obviamente um produto de exportação, a produção de cana de açúcar destinava-se basicamente à fabricação de rapadura e aguardente, nos pequenos engenhos existentes, destinados ao consumo próprio e ao mercado local (MENDES, 1995, p. 70).

Por outro lado, os produtos oriundos do extrativismo vegetal, a exemplo da cera extraída a partir da carnaúba, para fins de exportação, e o látex, que produz a borracha retirada da maniçoba, terão ambos uma maior expressão na economia do estado no final do século XIX e início do século XX, respectivamente. Contribuindo também para a consolidação dos grandes latifúndios, constituídos a partir da pecuária extensiva por meio da revalorização dessas terras, tornando seus proprietários desinteressados na produção de excedentes agrícolas.

Vale lembrar que “tanto a produção do algodão quanto o extrativismo vegetal, juntos, geravam maiores receitas para a economia, haja vista que ambas as atividades exigiam um maior número de mão de obra do que a pecuária” (MENDES, 1995, p. 68).

Em sua obra intitulada “**Economia Piauiense: da Pecuária ao Extrativismo**”, Teresinha Queiroz fala acerca do contexto econômico do estado na perspectiva de crescimento do comércio dos produtos derivados do extrativismo. O enfoque fica para a década de 1890 (97/98), quando a produção se expande para outros estados, a exemplo da Bahia. Segundo a autora:

Compreender a economia piauiense nesse período, a partir das atividades de produção e exportação da borracha da maniçoba, da cera de carnaúba e do coco babaçu, pressupõe não só o entendimento da natureza dessa inserção no mercado externo, mas também a elucidação da forma assumida pela organização dessas atividades produtivas (QUEIROZ, 2006, p. 31).

Desde 1815, as exportações foram aumentando de modo que, entre os anos de 1846 e 1851, a província do Piauí já produzia um grande volume de algodão, exportando-o para o exterior. De acordo com a tabela a seguir (o período compreendido entre os anos de 1857 a 1865), as exportações do referido produto apresentavam os seguintes números:

Tabela 2: Exportações de Algodão em Rama entre 1857 a 1865 (em arrobas)

Exercício	Algodão em Rama (arroba)
1857 - 58	10.475
1858 - 59	18.000
1859 - 60	22.000
1860 - 61	16.250
1861 - 62	13.750
1862 - 63	21.750
1863 - 64	30.083
1864 - 65	36.684

Fonte: SANTANA, 2001, p. 89

Durante as décadas de 1850 e 1870, enquanto a produção do algodão alcançava o segundo lugar na receita do estado constituindo-se como um produto de exportação, a produção na lavoura da cana de açúcar basicamente se destinava à fabricação de rapadura e aguardente nos pequenos engenhos da época. O destino final era tão somente o consumo próprio, bem como o mercado local.

Apesar de o algodão, nesse período, ser considerado basicamente a única cultura importante e principal destaque na agricultura, não evoluiu nas técnicas empreendidas no setor. Em 1864, os agricultores se ativaram com a alta nos preços do algodão nas praças onde o produto era comercializado. Entre os principais produtores do estado, cabe destacar: Teresina, União e São Gonçalo, atual Amarante.

Mapa 1: 03 /Loc. Teresina



Fonte: https://pt.wikipedia.org/wiki/Lista_de_mesorregi%C3%B5es_e_microrregi%C3%B5es_do_Piau%C3%A9

Mapa 2: 04/ Loc. União



Fonte: https://pt.wikipedia.org/wiki/Lista_de_mesorregi%C3%B5es_e_microrregi%C3%B5es_do_Piau%C3%A9

Mapa 3: 05/ Loc. Amarante



Fonte: https://pt.wikipedia.org/wiki/Lista_de_mesorregi%C3%B5es_e_microrregi%C3%B5es_do_Piau%C3%A9

O Piauí veio a sentir os reflexos do aumento da produção algodoeira no Brasil devido à Guerra de Secessão nos Estados Unidos, que elevou bastante o preço do produto em razão da extraordinária procura dessa matéria-prima pelas fábricas inglesas. Contudo, apesar do sucesso momentâneo nas vendas, em 1872 muitas casas comerciais faliram em razão da má colheita do algodão ou alguma alteração na procura do produto pelo mercado externo. Com o fim da guerra, os americanos voltaram a concorrer com a produção algodoeira do país e novamente o Piauí sofreu as consequências, agora em desvantagem. Como medida preventiva diante da crise, pensou-se na montagem de uma fábrica de tecidos. Em sua obra, Santana (2001) destaca o anúncio do jornal “*A Reforma*”, edição nº 60, de 24 de julho de 1888, angariando sócios para o empreendimento:

Por meio de uma sociedade anônima, pretende-se montar uma fábrica a vapor de fios e tecer algodão, com o capital de 200.000.000 de réis, dividido em duas mil ações de cem mil réis cada uma e realizáveis em prestações até 20%, por chamadas feitas com intervalo não menos de 30 dias de uma a outra (A *REFORMA*, 1888, *apud*, SANTANA, 2001, p. 90).

Santana (2001) acrescenta, em sua obra **“Evolução histórica da economia piauiense”**, que a fábrica teve sua instalação efetivada no dia 11 de dezembro do mesmo ano, e a publicação de seu estatuto teria ocorrido no mês de fevereiro do ano subsequente. Vale ressaltar que, mesmo diante dessa nova conjuntura, o algodão piauiense continuou sendo exportado para a Inglaterra, bem como para as manufaturas do sul do país, em estado bruto ou em pluma. No entanto, um novo produto assumiu o *ranking* de vendas, mantendo o estado no comércio internacional: a borracha da maniçoba.

A primeira notícia que consta acerca da extração da borracha no Piauí foi divulgada por meio de mensagem enviada pelo governador da província para a Assembleia Legislativa. Contava que alguns municípios já desenvolviam a atividade, acrescentando que as técnicas utilizadas ainda eram muito rudimentares, inclusive ressaltando a descoberta de duas ricas espécies da borracha, ao tempo em que deixa claro o seu interesse em investir na promissora indústria extrativa.

Em seu relatório, o governador também destaca que, diferentemente de outras épocas, houve uma grande emigração em massa de mão de obra (região amazônica), que se tornou escassa para a agricultura e a indústria pastoril. Nesse contexto, segundo ele, não haveria esse problema, haja vista que a nova indústria (extrativismo vegetal) que surgira marcaria uma nova fase para o comércio piauiense.

Por outro lado, Santana (2001) chama a atenção para a grande destruição da mata dos maniçobais contabilizada no início do século XX:

Em 1902, a produção de borracha, apesar da devastação praticada nas matas pelos que se dedicavam a sua extração, de modo a esgotar as árvores, matando-as aos milhares, apresentava-se como uma das principais fontes de receita. Nesse tempo, os maiores maniçobais se encontravam em terras devolutas, cuja alienação ou arrendamento o governo julgava de grande necessidade, como meio de evitar a sua extinção (SANTANA, 2001, p. 92).

O período durante as guerras (1914-1918 e 1939-1945) oportunizou uma maior expansão no que tange às atividades econômicas. A integração da economia rural e das cidades foi uma delas, considerando, ainda, o surgimento de pequenas indústrias de processamento das matérias-primas, a dinamização comercial e a vitalidade do núcleo industrial exportador radicalizado na cidade de Parnaíba. Entre a segunda metade do século XIX, até meados de 1950, a economia do estado buscou organizar-se vislumbrando como eixo o rio Parnaíba.

De acordo com Mendes (1995), no seu texto “**Formação Política**”, alguns fatores contribuíram para o início desse processo de desenvolvimento. Destacam-se: a mudança da capital da província de Oeiras para Teresina (1852) e o início da navegação a vapor (1859). Vale ressaltar que o extrativismo, que teve sua expressão econômica ainda no início do século XX, consolidaria o predomínio da estrutura fundiária oriunda da pecuária extensiva, revalorizando as terras e desestimulando, nos grandes fazendeiros, a iniciativa de acumular excedentes na agricultura de produtos alimentícios.

Portanto, os principais produtos de exportação eram, em ordem decrescente: borracha de maniçoba, algodão, cera de carnaúba, couros de gado vacum, peles de cabra e o gado para corte. Essa sequência acima apresentada, porém, mudaria, de fato, se toda a produção do estado fosse contabilizada. Apesar de não apresentar números, Santana (2001) assegura que a produção piauiense foi bem maior do que a demonstrada nas estatísticas oficiais. Segundo o autor, o aumento nos números se justificaria em virtude de sua produção quando exportada pelas cidades relacionadas a seguir, era contabilizada como oriunda dessas localidades.

Grande percentual daquilo que se produzia dentro do estado, depois de adquirido no interior, era transportado por meio de animais para cidades como Petrolina (PE), Juazeiro do Norte (CE), Tutoia (MA) e Camocim (CE), de onde seguia para Recife (PE), Salvador (BA), São Luís (MA) e Fortaleza (CE). Em seguida, era exportado como produtos genuinamente pertencentes às respectivas unidades. Todavia, a economia do estado do Piauí, sobretudo, no início do século XX – assunto do capítulo 2 intitulado “O protagonismo de Parnaíba na crescente economia do Piauí no final do século XIX e princípios do XX” –, teve no município de Parnaíba o seu maior centro econômico. Foram instaladas grandes firmas de importação e exportação originadas de outros estados brasileiros, bem como de Portugal, Liverpool (Inglaterra), Caiena (Guiana Francesa), França e Estados Unidos.

A instalação dessas firmas em Parnaíba proporcionou à cidade uma evolução econômica, o que levou os seus concidadãos, especialmente a elite comercial parnaibana, a vivenciarem algo semelhante a uma *Belle Époque*. O efervescente cenário econômico teve como plano de fundo alguns elementos históricos que foram favoráveis ao avanço econômico difundido naquele momento. Dentre eles, cabe destacar: primeiro, o rio Igarçu como porta de entrada e saída de toda a produção local, regional e internacional no Porto Salgado (Porto das Barcas), localizado na cidade de Parnaíba; também, o próprio Porto da Barcas, já mencionado, que serviu de entreposto comercial, cenário de embarque e desembarque dos mais variados produtos, principalmente, durante a criação das primeiras charqueadas dos Simplício Dias; o Almanaque

da Parnaíba e a Rádio Educadora, como veículos condutores de informações acerca dos produtos e serviços inerentes ao comércio parnaibano, bem como uma gama de serviços de utilidade pública à região de Parnaíba e adjacências.

Como último elemento a ser destacado, trazemos o comércio varejista e atacadista, popularmente conhecido como comércio ambulante que teve na figura do caixeiro viajante o seu maior protagonista. Assunto esse aprofundado no capítulo 3 “Caixeiro viajante: figura peculiar condutora do comércio ambulante no município de Parnaíba–PI no final do século XIX e início do XX”. Nesse capítulo, apresentamos o número oficial de caixeiros registrados em firmas comerciais em todo o estado, bem como uma série de qualidades peculiares ao ser enquanto caixeiro viajante, dentre elas a arte de persuadir. Foi oportuno também ressaltar o caixeiro no cinema, teatro e na literatura. Também listamos aqui os vários codinomes atribuídos ao referido profissional no exercício da sua profissão, dentre eles o de “cometa”, especialmente no interior do Nordeste.

Esse terceiro e último capítulo traz, por fim, o resultado da pesquisa na qual apresenta a história de vida de três caixeiros viajantes, dois residentes em Parnaíba e o terceiro no interior do município de Luzilândia, Piauí. Ressalta que os três entrevistados começaram suas vidas como caixeiros viajantes exatamente naquele cenário de ascensão econômica (segunda metade do século XX) que outrora se instalou no então maior centro econômico do estado do Piauí, Parnaíba.

CAPÍTULO 2 – O protagonismo de Parnaíba na crescente economia do Piauí no final do século XIX e princípios do XX

2.1 - A “*Belle Époque*” comercial de Parnaíba como principal centro econômico do Piauí

Conhecida como a Princesa do Igarauçu, Parnaíba¹⁰, segunda cidade em importância econômica no Piauí, localiza-se no extremo norte do estado, a 339 km da capital Teresina. De acordo com informações acerca de sua história, a região compreendida entre o rio Igarauçu e a Serra da Ibiapaba foi habitada por sociedades nativas (Tremembé) em meados de 1699, tendo sido desbravada por Leonardo de Sá e seus companheiros. Apesar das atrocidades (dizimação e extermínio de nativos) cometidas pelos referidos desbravadores, tidas à época como um notável feito, os mesmos foram contemplados com uma sesmaria às margens do rio. Parnaíba faz limite ao norte com o Oceano Atlântico; ao sul com os municípios de Cocal e Buriti dos Lopes; a leste está o município de Luís Correia e a Oeste, Araióses, no vizinho estado do Maranhão.

Edificada à margem direita do Igarauçu, o braço mais oriental do delta parnaibano, ergue-se a cidade de Parnaíba, cujas origens remontam ao século XVIII. Com localização privilegiada a poucos metros do mar, destinou-lhe missão especial no seio da comunidade do estado, como seu empório comercial por excelência. Desfrutou de progresso contínuo, sendo, atualmente, depois da capital Teresina, o centro urbano mais importante do Piauí.

Passados alguns anos, era notório o desenvolvimento de Parnaíba, bem como a sua expansão comercial. Era o resultado das novas relações mercantis empreendidas entre essa cidade e outros importantes centros comerciais atendidos pela Estrada de Ferro Central do Piauí, que saía da antiga Vila de Amarração, atual Luís Correia, e chegava a Parnaíba. A linha dessa ferrovia, construída pelo então engenheiro Miguel Furtado Bacellar, foi parar em Piracuruca. Viabilizava o transporte de mercadorias e pessoas, estimulando a economia desses municípios e dos adjacentes.

Lembrando que a circulação de produtos/gêneros gera o comércio, a Central do Piauí trouxe a Parnaíba uma valiosa contribuição à expansão do seu comércio. Em artigo publicado

¹⁰ Parnaíba, cidade situada ao lado direito do Igarauçu (braço do Parnaíba), vila criada em 1761, elevada a cidade em 1844. Nasceu de uma fazenda de gados. Na parte urbana há 15 ruas, 12 travessas, com 8 praças sem fazer menção dos Bairros. A iluminação é elétrica. Toda calçada, no perímetro urbano. Possui 3 igrejas e 2 capelas, bons prédios particulares, 6 Grupos Escolares, Ginásio e Escola Normal, com uma população de mais de 35000 habitantes. Possui cerca de 9.000 casas. Berço de Simplício Dias, Miranda Osório, Jonas Silva [...].

na edição do “*Almanaque da Parnaíba*”¹¹, de 1940, o então presidente da Associação Comercial de Parnaíba (ACP), Celso Nunes, ressalta a importância dos serviços prestados pelo comércio parnaibano aos municípios circunvizinhos, bem como países estrangeiros:

Parnaíba oferece, através de seu comércio adiantado, forte e progressista, às prosperas cidades, vilas povoados e fazendas que se erguem e desenvolvem no labirinto das águas do Parnaíba, formando as inúmeras ilhas, encanto esmeraldino de seu delta e de cujas localidades destacam-se Araiozes, Conceição e Tutóia, por onde afinal transitam os gêneros vendidos pela praça de Parnaíba, que os exporta diretamente ora para a Europa e Norte-América, ora para as praças do próprio país (ALMANAQUE DA PARNAÍBA, 1940, p. 233).

Na segunda metade do século XIX, uma leva de imigrantes oriundos de vários estados brasileiros, bem como de outras nacionalidades, chega a Parnaíba para fixar moradia. A exemplo da família Moraes Correia, originária do Rio Grande do Norte; rapazes vindos do interior do Piauí, do Maranhão e do Ceará; assim como os estrangeiros vindos da Inglaterra (Paul Singlehurst e James Clark) e da França (Marc e Lazare Jacob).

Vale ressaltar que os respectivos estrangeiros mencionados foram os primeiros europeus (não lusos) a montar e progredir com os seus negócios na nova cidade. Após a implantação da República no Brasil, Parnaíba entrou num clima de mudanças, principalmente nas áreas administrativa, jurídica e comercial.

Diante de tantos forasteiros empreendendo os seus investimentos em Parnaíba, um novo comércio ganha corpo e se estende, embora a cidade naquele momento ainda não oferecesse maiores estruturas, como praças, calçamentos, avenidas, entre outros benefícios. No entanto, já apresentava um mercado público com intensa movimentação todas as manhãs, disponibilizando para a freguesia uma gama dos mais variados produtos, como: carnes, caranguejo, aves, cereais em geral, peixes, murici e tantos outros.

Outras firmas foram surgindo, dando a Parnaíba uma nova feição comercial. Em 1891, foi inaugurada a Delbão Rodrigues & Cia. No ano seguinte, Marc Jacob deu início ao comércio de exportação de produtos locais. Com a morte de Paul Singlehurst, em 1898, James Frederick Clark assumiu o controle da antiga Casa Inglesa. A partir das transações internacionais, crescia em Parnaíba o comércio de exportação, tornando-se a principal fonte de riqueza da cidade na primeira metade do século passado, levando os comerciantes parnaibanos a criar uma nova

¹¹ GRAFIA: o almanaque teve sua grafia alterada ao longo de suas edições. Entre os anos 1924 a 1928 o anuário teve seu nome grafado como “*Almanack da Parnahyba*”; entre os anos 1929 e 1932, mudou para “*Almanach da Parnahyba*” e finalmente de 1933 até a sua última publicação, da forma que conhecemos hoje, “*Almanaque da Parnaíba*”.

aparência urbana a Parnaíba, incluindo-a nos mais modernos conceitos de arquitetura, paisagismo e educação.

Os forasteiros continuavam a chegar. Os irmãos Cristino Félix de Melo e Antônio Melo (Esperantina - PI); Benedito dos Santos Lima (São Bernardo – MA); Antônio Tomas da Costa (CE); José Guilherme de Melo (Brejo – MA). Em 1915, foram inauguradas em Parnaíba duas importantes firmas comerciais: Poncion Rodrigues & Cia Ltda. e Mavignier & Cia., e no mesmo ano Celso Marques inaugura a primeira fábrica de gelo. Mendes (2007) assevera que as grandes empresas montadas em Parnaíba, além de suas filiais espalhadas por outros municípios, contavam com os serviços dos caixeiros viajantes como intermediadores com sua clientela. Segundo ele:

Em Parnaíba, dezenas de casas importadoras e exportadoras controlavam o comércio e a distribuição de mercadorias entre o litoral e o interior do Piauí. Uma bem estruturada rede de filiais, agenciadores e caixeiros viajantes fazia a integração das cidades que o curso do rio não atingia e a linha férrea não interligava (MENDES, 2007, p. 97).

Parnaíba se destacava como empório comercial em função de ter um bom número de estabelecimentos comerciais de importação, exportação, navegações, representações, lojas de moda, fazendas, armarinhos, miudezas em geral, estivas, entre outros. No final do século XIX e primeiras décadas do século XX, havia um enorme anseio por parte dos parnaibanos de alcançarem o progresso e a modernidade.

Pautavam-se principalmente pela luta a favor da navegabilidade do rio Parnaíba, o que beneficiava diretamente o comércio, a indústria e a navegação a vapor, a partir do porto marítimo de Amarração. Lefebvre (2001) compara a cidade a uma obra de arte, onde sua produção e reprodução estão associadas aos seres humanos. Segundo ele, “a cidade tem uma história. Ela é a obra de uma história, isto é, de pessoas e de grupos bem determinados, que realizam essa obra nas condições históricas” (LEFEBVRE, 2001, p. 52).

Nesse mesmo período, além das grandes casas comerciais, os parnaibanos também contavam com o apoio de uma coesa elite político-comercial, que lutava junto ao governo federal pela concessão de políticas de incentivo a produtos derivados do extrativismo vegetal, a exemplo da cera de carnaúba, que à época ocupava o primeiro lugar no *ranking* dos produtos de maior comercialização no estado do Piauí.

A cera de carnaúba, associada a outros produtos, como a borracha da maniçoba e o coco babaçu, levaram Parnaíba a consolidar-se comercialmente, evidenciando a importância do extrativismo como elemento de exportação para o estado. O fato de Parnaíba ter várias casas comerciais, de propriedade de particulares, a diferenciava das demais cidades do estado.

Detentora de uma elite comercial atuante, responsável por uma significativa parcela dos rendimentos estaduais, corroborando um vertiginoso surto de progresso nas áreas urbanas da cidade, bem como propostas de progresso e civilização para a urbe. A edição do “*Almanack da Parnaíba*” de 1932 faz menção a esse ambiente de desenvolvimento em que se encontrava Parnaíba nas primeiras décadas do século XX:

Parnaíba não é uma cidade de futilidade. É a cidade do trabalho, da paz e do progresso: é a mola principal do Piauí. É a vida a cantar o hino do progresso no ruído dos automóveis, das máquinas industriais, no tumultuar das ruas, onde tudo se confunde, onde a miséria se ombréia com o fausto, o luxo com a modéstia, e onde a atividade incessante dos que trabalham enxota a insolência dos vis (ALMANACK DA PARNAHYBA, 1932, p. 71).

No início do século XX, o comércio era a principal ocupação dos parnaibanos, haja vista que contavam, como citado anteriormente, com importantes firmas importadoras e exportadoras. Em 14 de janeiro de 1917, os comerciantes de Parnaíba ganharam mais uma aliada nas suas lutas. Nessa data, foi fundada na cidade a Associação Comercial de Parnaíba (ACP), uma associação jurídica, sem fins lucrativos, voltada, sobretudo, à ajuda mútua de seus associados.

Entre suas metas consideradas de extrema importância para a economia parnaibana estava a navegabilidade via rio Parnaíba. Era de conhecimento de todos que àquela época o comércio de exportação dependia da referida navegação fluvial. Portanto, era por meio dessa estrada líquida que vapores, alvarengas¹² e rebocadores empreendiam a rota Parnaíba – Tutoia – Parnaíba, assim como todas as demais rotas. Em 1917, as rotas fluviais eram organizadas da seguinte maneira:

Companhia de Navegação a Vapor no Rio Parnaíba: com 3 rotas: norte (de Teresina a Parnaíba), sul (de Teresina a Floriano) e Tutoia (de Parnaíba a Tutoia) – Fundada em 4.10.1858, fez sua viagem inaugural em 24.11.1858, com navegação entre a capital e Parnaíba, com paradas em União e Repartição (Luzilândia). Em 1908, faziam quatro viagens de Teresina a Parnaíba nos dias 5, 12, 20 e 28 de cada mês e duas de Teresina a Floriano nos dias 7 e 22 de cada mês.

Empresa Fluvial Piauiense: operava com 3 linhas: Alto Parnaíba (de Uruçuí a Floriano), Baixo Parnaíba (de Uruçuí a Vitória), rio Balsas (de Uruçuí a Santo Antônio de Balsas).

Navegação Fluvial LTDA. – As embarcações navegavam do litoral até Floriano e Balsas.

(REGO, 2010, p. 115)

¹²Embarcação de forte construção, de madeira ou ferro, outrora propulsada a remo, usada no serviço de carga e descarga de navios fundeados.

A atividade comercial era intensa entre os parnaibanos, alcançando por vezes um caráter satírico/anedótico, a exemplo da publicação feita no “*Almanach da Parnahyba*”, edição de 1931, na qual aparece o chamado “Padre Nosso do Commercio”, que traz a seguinte mensagem:

Freguezes nossos que estaes atrasados, equilibrado seja o vosso credito; venha a nós o vosso cobre; seja feita a vossa vontade, assim nas compras como nos preços. O saldo nosso de cada dia conta nos dae depressa; perdoae as nossas exigências, assim como nós perdoamos as vossas amolações; não nos deixeis ficar sem pagamento e livrae-nos dos calotes. Amem. (ALMANACH DA PARNAHYBA, 1931, p. 69).

No início do século passado (XX), quando Parnaíba vivia o seu apogeu no ramo comercial, destacando-se como o maior centro econômico do estado do Piauí, as grandes empresas e armazéns parnaibanos contavam com os serviços de um profissional que, embora tivesse pouca instrução dos conhecimentos ensinados nas escolas, desempenhava um papel fundamental de ligação entre as empresas/armazéns e o seu consumidor e/ou cliente nos lugares onde aquelas não tinham filiais. Conhecido como caixeiro viajante, representante do comércio, vendedor praticista ou apenas viajante, independente da denominação que recebeu, a desenvoltura desse profissional tornava-o estimado por todos, sendo na maioria das vezes o único meio de ligação entre as zonas rural/campo e os grandes centros.

O caixeiro viajante que trabalhava registrado era o representante legítimo dos grandes comerciantes nos lugares (praças) por onde andava. Em suas viagens, além de conduzir as amostras dos produtos para tirar os seus pedidos, tinham grande autonomia para fazer todo e qualquer negócio que vislumbrasse a satisfação de seus fregueses.

Em sua obra **Memórias Inacabadas**, Humberto de Campos, um ex-caixeiro da modesta mercearia Dias de Matos & Cia, se referia aos profissionais da classe como extremamente orgulhosos da categoria caixeiral: “O empregado no comércio era, em suma, como essas senhoras que, no lar, apanham do marido, mas, nos passeios, perante a sociedade, sentem profundo e secreto orgulho de serem portadoras de seu nome” (CAMPOS, 1962, p. 10).

Outra demonstração de apego do parnaibano ao comércio foi a criação e/ou composição do “Hino do Comerciário”, lançado oficialmente na noite do dia 30 de outubro de 1936, na Praça da Graça, com uma vasta presença dos empregados do alto comércio de Parnaíba.

Na ocasião, o hino foi executado com o uso de microfones, acompanhado por uma orquestra previamente preparada para a solenidade. A letra do referido hino foi elaborada pelo sr. Alarico da Cunha. Já a composição da música coube à sua filha, a senhorita Alda Cunha, professora do Grupo Escolar “Miranda Osório”. Ambos eram colaboradores do anuário

“*Almanaque da Parnaíba*”. O “Hino do Comerciante” foi dedicado à União Caixeiral. Abaixo, apresentamos a letra:

Hino do Comerciante

*É hoje um dia de glória
Para a “União Caixeiral”,
Vibremos, pois, companheiros,
Em prol do nosso ideal.
Comerciantes, em marcha,
Devemos sempre seguir,
Guiados pelo presente,
Olhos fitos no porvir.*

} coro

*Nós somos os porta-vozes
Da conquista da riqueza,
Soldados que desconhecem
Recuo, temor ou fraqueza.*

Comerciantes, em marcha, etc.

*Salve o dia do Caixeiro,
Trinta de outubro festivo,
Lutemos para torná-lo
Grande, alegre e redivivo!*

Comerciantes, em marcha, etc.

*Da união nasce a força,
Da força nasce o poder,
E do poder nasce a glória
De construir, de vencer.*

Comerciantes, em marcha, etc.

(ALMANAQUE DA PARNAÍBA, 1937, p. 239)

Destaca-se a seguir um quadro contendo a lista das empresas radicadas em Parnaíba, no ano de 1924.

Quadro 1: Empresas radicadas em Parnaíba, no ano de 1924

FIRMAS	END. TELEGRAPHICO	RAMO DE NEGÓCIO
Almeida & Neves	Alneves	Exportadores
Antonio Guilherme de Mello & Filho	Mello	Escritorio
Arthur Nordman	Nordmannco	Exportações
Amador Santos & Carvalho	Liberdade	Representações
Antonio Machado Torres	TOTE	Fasendas e Estivas
Antonio Thomaz da Costa	Thomaz	Idem, idem
Banco do Brasil	Satellite	Operações Bancarias
Booth & C. (London) Ltd.	Booth	Navegações
Bessa e Cia.	Bessa	Representações
Benedicto dos Santos Lima & Bichara dos Santos Lima	Bembem	Conservas, Estivas, & Miudezas, Faz, Pharmacia
Armarinho	Balluz	Sorteios de mercadorias
Correia & Cia.	Paludol	Idem, idem
Chaves & Cia	Cretumutuo	Fazendeiro
C. N. a vapor Rio Parnahyba	Delbão	Representações
Domingos de Freitas Diniz	Labor	Fasendas & Estivas
Ferreira & Cia.	Ferreira	Empresa de Cinema
Franklin Veras & Cia.	Frankveras	Fábrica de óleos e sabão
Ferreira & Filhos	Notredame	Empresa de Cinema
Francisco Giz Cortez	Catolic	Lojas de Modas
F. Barbosa & Cia.	Nestablo	Fasendas & Armarinho
João Issa & Cia.	Jonissa	Fasendas & Armarinho
Jaime Coelho de Resende	Resende	Idem, idem, idem
James Frederick Clarck & C.	Hercules	Escritorio
J. Narciso & Cia.	Zenarciso	Exportações
José Borges & Cia.	Exposição	Empresa de Navegação
J. R. P. de Carvalho & C.	Zecarvalho	Pharmacia
José Pires Filho	Zepires	Escritorio
João Neves & Cia.	Neves	Fasendas e Armarinho
José Mentor & Cia.	Zementor	Padaria
José Ignácio de Araújo	Zenacio	Faz, Miudezas e Estivas
Manoel Martins	Palmeira	Exportador
Moraes Santos & Cia.	América	Escritorio
Marc Jacob	Jacob	Estivas e Cereais
Moraes Correia & C.	Franccorreia	Fazendas e Estivas
Monte Mello & Cia.	Melmonte	Modas e Representações
Manoel Pereira Pinto	Melpinto	Tecidos de Malhas
Neves & Filho Sucers	Seven	Fazendas, Estivas, Louças
Salles Ignácio Cauás	Cauás	Exportador
S. Costa	Sarcos	Estivas, Cereais e Louça
Samuel Bompét	Bompét	Fazendas e Estivas
Salles & Cia.	Salles	Estivas e Miudezas
R. Machado & Cia	Machado	Representações
R. Nunes & Cia.	Nunes	Idem
Rabello, Basto & Cia.	Unidos	idem
Pinheiro Gomes & Cia.	Vanguarda	Saboaria
A. Estrella & Cia.	Estrella	Estivas
Viúva José Alexandre	Zealexandre	Representações e Industria
Rodrigues & Cia.		Commissões, Consignações
E. Veras & Filho	Everas	Navegações e F. B.
Candido Assumpção & C.	Tenente	Cereais
Madeira Veiga & Cia.	Madeira	Mercearia
José Basto Magalhães		Botequins

Mavignier & Cia		Fasendas e estivas
Luiz Nelson		Mercearia
Milton Ramos & Cia.		Café e estivas
Nagib Lopes		Bar
Octavio Passos		Estivas e fasendas
Odílio Neves & Cia.		Alfaiataria
Joaquim de Lucena Ramos		Padaria e mercearia
J. Bastos & Comp.		Typographia
Antonio Lemos		Fazendas e Armarinhos
Fausto F. Basto		Agente da Singer
Gonçalo Rego		Pharmacia
A. O. Mello		
Genésio Pires Rebello		

Fonte: Almanack da Parnaíba, 1924, p.43,44

Dentre as empresas elencadas no quadro anteriormente, duas merecem destaque: a Casa Inglesa, de James Frederick Clarck, e a Marc Jacob, de Roland Jacob, em virtude do tamanho de seus empreendimentos no setor mercantilista parnaibano, incluindo o comércio de importação e exportação, sobretudo dos produtos do extrativismo animal e vegetal. É o capital estrangeiro incrementando a economia da cidade.

A Casa Marc Jacob (Roland Jacob), apesar de não aparecer na listagem das grandes firmas do ano de 1924, já fazia parte do rol das empresas instaladas em Parnaíba. Natural de Schalbach, região da Lorena, na França, mudou-se para o Brasil em 1873, radicando-se em Parnaíba. Roland Gabriel Jacob era francês de nascimento. Coursou o segundo grau e, em pouco tempo, já dominava o idioma português. Foi um comerciante dinâmico e extremamente empreendedor. Sua firma desempenhava o papel de banco de fomento, concedendo crédito aos seus fornecedores. Na obra **“Gente de Longe: histórias e memórias”**, organizada por Maria Mafalda e João Kennedy, encontramos um registro da atuação de Roland Jacob nesse aspecto:

O crédito, naqueles primórdios, era concedido para ser pago com a entrega do produto, em geral na safra seguinte, quase um ano depois. Os juros cobrados eram de 1% ao mês, o que não se alterou, mesmo quando a inflação galopante dos anos 1950 tornara tal prática totalmente negativa para a empresa, até o momento em que, sem querer, aumentar a taxa de juros que cobrávamos, tivemos de suspender o financiamento próprio (JACOB, 2006, p. 302).

Esse trabalho, desenvolvido pela empresa Marc Jacob em prol do desenvolvimento do estado do Piauí, e tantos outros méritos e virtudes associados à personalidade de Roland Jacob, lhe renderam o título de Cidadão Piauiense, concedido pela Assembleia Legislativa do Estado em 26 de maio de 1969.

Como empreendedor, percebe que são cíclicos os negócios com produtos do extrativismo vegetal ou os originários da agricultura, ou seja, que os seus fornecedores aos poucos aumentavam os seus poderes de retenção de suas safras, bem como dos estoques, garantindo-

lhes melhores preços durante as entressafas. Porém, passado o período de maior procura por capital para a compra e a venda da produção, conseqüentemente provocava durante um período do ano uma queda nas atividades, tanto no que tange ao número de pessoas na empresa quanto ao próprio capital de giro.

Como medida preventiva para solucionar esse problema, Roland Jacob passou a atuar como representante e distribuidor, dentro do estado, de várias empresas nacionais e estrangeiras. Mantinha ainda um variado estoque de produtos, que deveria ser comercializado no interior do Piauí. Segundo as fontes consultadas, esse novo empreendimento adotado pela Casa Marc Jacob teria de ser desempenhado pelos caixeiros viajantes:

Vendíamos através de viajantes nossos, representantes comerciais estrategicamente escolhidos em cidades do interior, e entregávamos prontamente. Enquanto a navegação fluvial funcionou, também esta via foi utilizada para a venda e o transporte das mercadorias vendidas (JACOB, 2006, p. 304).

A firma Marc Jacob tinha filiais em várias cidades do Piauí, como Teresina, Floriano, União, Campo Maior, Piripiri, Luzilândia, bem como Coelho Neto (MA), São Luís (MA) e Belém (PA). Foi criado ainda um setor de vendas a varejo com o nome fantasia¹³ Lojas Rosemary (ainda em funcionamento em Parnaíba). Os Jacob também trabalhavam com a revenda de veículos das marcas Mercedes-Benz e Toyota. Todas as filiais mencionadas dispunham de uma grande variedade de produtos.

A oferta se dava de acordo com o poder de compra dessas praças. Dentre os principais produtos estavam: eletrodomésticos, móveis, roupas de cama e mesa, artigos de porcelana, vidro e cristal, artigos decorativos e de presentes, artigos de alumínio, relógios, joias, máquinas de costura, bicicletas e tantos outros. Segundo os organizadores da obra **“Gente de Longe: história e memórias”**, as ações inovadoras da Casa Marc Jacob provocavam as mais inusitadas reações em suas concorrentes. De acordo com eles:

A capacidade inovadora da Casa Marc Jacob, seja para estímulo a outros empresários ou para aumento da inveja que provocava em muitos a disponibilidade de nossa empresa para tantos empreendimentos inovadores, também gerava vez por outra algum contratempo ou alguma história de provocar risadas (JACOB, 2006, p. 307).

¹³Nome Fantasia, também conhecido como Nome de Fachada ou Marca Empresarial, é o nome popular de uma empresa, e pode ou não ser igual à sua razão social (nome de registro). Geralmente, é o nome que serve para a divulgação de determinada empresa, visando ao maior aproveitamento da sua marca e da estratégia de marketing e vendas.

Como mencionado anteriormente, a outra empresa que cabe aqui destacar no rol de firmas que constituíram o “celeiro” comercial de Parnaíba no final do XIX e início do XX é a Casa Inglesa, que se instalou em Parnaíba em 15 de março de 1849, utilizando inicialmente a razão social Andrew Miller & Cia, substituída posteriormente por outras, a exemplo da Singlehurst e Co. Durante o Brasil Império, as sucessivas mudanças nas tarifas alfandegárias tornaram-nas pouco vantajosas para os ingleses, levando Paul Robert Singlehurst & Co. a vender suas ações na referida firma ao sócio minoritário em Parnaíba, o jovem James Frederick Clarck, na data de 1º de janeiro de 1900.

Como Parnaíba à época ainda não tinha instituições bancárias, James facilitou para que a Casa Inglesa enveredasse pela seara das atividades financeiras, concedendo empréstimos a juros de 12% ao ano para a sua clientela, que deveria pagar as dívidas contraídas por meio de suas produções agrícolas durante o período da safra.

A Casa Inglesa também foi pioneira na região quando introduziu no mercado parnaibano produtos como: carbureto¹⁴, querosene, gasolina, máquina de costura, o primeiro automóvel, o primeiro jipe, o primeiro motor a diesel, geladeira a querosene, rádio a pilha, armas de caça, tratores, implementos agrícolas, combustíveis e óleos lubrificantes. “Com a presença dos ingleses em Parnaíba, começou a existir toda uma produção de ideias de que a Inglaterra era hegemônica no trabalho e na superioridade cultural” (NUNES, 2006, p. 345).

Aos poucos, essa forma de pensar entranhou-se no imaginário popular dos parnaibanos, refletindo em seus hábitos e costumes. A Casa Inglesa passou a ser referência, como um espaço de formação técnica e profissional, compreendida, a partir de então, como um espaço que exigia de seus funcionários competência, disciplina, responsabilidade e ética profissional. Almeida Nunes ressalta o progresso inusitado que se instalara em Parnaíba em fins do século XIX e início do século XX:

Parnaíba apresentava, no final do século XIX e primeiras décadas do século XX, sinais evidentes de um processo bastante rápido de mudança – um surto de progresso inusitado. Esse acontecimento, que particularmente é caracterizado pelas relações capitalistas de trabalho, estabeleceu-se, sobretudo no setor de exportação e importação (NUNES, 2006, p. 347).

Por fim, além da agência de uma grande companhia de navegação inglesa, a Boot Line, Parnaíba também acolheu firmas alemãs e francesas, o que lhe deu um espírito mais aberto para

¹⁴Popularmente chamado de carbureto de cálcio e muitas vezes apenas como "carbureto", é o composto químico com a fórmula CaC_2 . O material é incolor, mas muitas amostras apresentam protuberâncias pretas a branco-acinzentadas, dependendo do grau de pureza. Seu principal uso industrial é na produção de acetileno.

o mundo, já que os negócios da cidade eram, em grande parte, realizados com o estrangeiro, fosse por meio da exportação ou da importação dos mais variados produtos, sobretudo os originados do extrativismo vegetal e animal.

2.2 - Elementos históricos propulsores da economia parnaibana

2.2.1 – O comércio varejista e atacadista (ambulante)

A existência de um delta em mar aberto no litoral piauiense como porta de entrada para um grande rio talvez tenha sido o motivo para que navegadores e aventureiros como Nicolau de Resende em 1571; Gabriel Soares de Sousa em 1587; Pero Coelho de Sousa em 1602; Martim Soares Moreno em 1613 e Vital Maciel Parente em 1614 promovessem invasões militares e exploratórias nessa região, tomando conhecimento da magnitude do rio Parnaíba e do seu delta.

De acordo com Mendes (2007), a região que hoje compreende o Porto das Barcas era considerada pela Coroa Portuguesa como favorável à instalação de uma vila. Segundo o autor, “a região parecia propícia à fundação de uma feitoria ou de uma vila, o que levou o próprio Conselho Ultramarino, em Ato de 12 de janeiro de 1699, a determinar a sondagem do rio e a viabilidade da construção de um porto e erguimento de uma vila na região deltaica” (MENDES, 2007, p. 34).

Mas, para tanto, fez-se necessário um estudo aprofundado acerca das origens do comércio parnaibano, destacando-o em todos os seus aspectos, sejam eles positivos ou negativos, de declínio ou de ascensão, elencando toda a dinâmica e logística que lançou Parnaíba à frente das exportações/importações de produtos como a carne de charque, o algodão, a cera de carnaúba, borracha de maniçoba, entre outros, para o eixo Sul/Sudeste do país, bem como para alguns países da Europa e Estados Unidos. “Esse ponto de apoio foi estrategicamente escolhido: ficaria a meio caminho entre o oceano e o local onde ocorre a confluência das braças de rios e igarapés do delta” (MENDES, 2007, p. 34).

Parnaíba sediou o porto fluvial de suma importância durante o século XX. Atualmente, preserva no Espaço Cultural Porto das Barcas um pouco do antigo esplendor. O Porto das Barcas surgiu a partir da necessidade do melhor acondicionamento da carne do boi que deveria ser transportada para as regiões mais distantes (zonas mineradoras e sertanejas), dando origem às charqueadas, feitas a partir do abate do animal, seguidas da secagem da carne exposta ao vento e ao sol, para só depois passar por um processo de prensagem.

No entanto, falar da história política, econômica, cultural e social do município de Parnaíba remete àquele que teria sido um dos nomes mais importantes e influentes nesse processo, que no futuro consolidaria, durante algum tempo, o comércio marítimo parnaibano como propulsor da economia no estado do Piauí, o português Domingos Dias da Silva¹⁵.

Em 1758, ele fixou suas fazendas, as famosas charqueadas, à margem direita do Igaracu, tendo sido o pioneiro naquela região no comércio, indústria e agricultura. Detentor de muitos recursos, Domingos Dias da Silva, construiu as instalações adequadas e necessárias que pudessem dar subsídios aos seus negócios. Diderot Mavignier (2005) ressalta a situação privilegiada de Dias da Silva diante dos demais produtores de gado:

Enquanto os fazendeiros do resto do Piauí perdiam com o transporte do gado vivo, comboiado para diversas feiras noutras capitânicas, onde vários animais, ou se extraviavam ou morriam e os que conseguiam chegar perdiam um terço do peso, quando não acontecia o estouro dos bois espantados, Domingos Dias da Silva colhia grandes lucros, criava seus bois, que eram abatidos sem ter que transportá-los em grandes viagens (MAVIGNIER, 2005, p.57).

As longas distâncias entre as fazendas produtoras de gado e as charqueadas localizadas no litoral do Piauí, além das condições adversas às quais eram submetidos os rebanhos - longas jornadas diárias de caminhada, intenso calor, escassez de água e alimento, fuga dos animais - deixavam os demais produtores em desvantagem com relação às produções oriundas das fazendas de Domingos Dias da Silva, ocasionando-lhes prejuízos, haja vista que a demora empreendida nas viagens proporcionava a perda de peso do animal e conseqüentemente a queda no preço na hora da vendê-lo.

Inicialmente, a indústria do charque e o comércio de courama¹⁶ foram fundamentais para o desenvolvimento comercial, bem como a possibilidade de fixação de novas riquezas, a exemplo dos empreendimentos de Dias da Silva, que investiu na instalação de seis charqueadas, além de estaleiros próprios para a construção de navios de carga, utilizando-os na exportação de seus produtos, inicialmente para o sul do país e Portugal.

Paralelamente a esse momento de ascensão da indústria das charqueadas na Vila da Parnaíba, na região interiorana da província, era crescente a criação de gado nas fazendas. Um percentual dessa produção bovina era negociado por comerciantes e contrabandistas, sobretudo

¹⁵ Português, natural de Pardornellos, da Vila de Monte Alegre, Comarca de Chaves, Arcebispado de Braga. Domingos veio para o Brasil (1758), instalando-se em Pelotas (RS), onde adquiriu fortuna. Transferiu-se para o litoral do Piauí, dez anos depois, atraído pela família Silva Henriques, trazendo enorme fortuna em ouro, moedas, obras de arte em ouro e prata, cravando um marco decisivo na caminhada histórica da Vila de São João da Parnaíba (MAVIGNIER, 2005, p. 53).

¹⁶Grande quantidade de couros verdes ou curtidos.

das províncias do Pará, Bahia e Pernambuco, que já àquela época preferiam fazer o transporte dos animais por vias fluvial e marítima e não mais por via terrestre, como outrora o fizera. Parnaíba apresenta uma malha hidrográfica extremamente rica para seu reduzido território. Na Província do Piauí, seus principais cursos d'água são constituídos pelos rios Parnaíba, Igarçu e Portinho.

Iniciado em 1773 o estabelecimento das charqueadas de Domingos Dias da Silva, trouxe à Capitania do Piauí algumas vantagens, como: aumento da renda, desenvolvimento da indústria pastoril e riqueza comercial, além de outros grandes investidores, que também se estabeleceram na então Vila da Parnaíba.

Quase todos os produtores de gado da capitania vendiam a Dias da Silva seus rebanhos, tornando-o, naquele período, o único exportador de charque, acumulando, desse modo, grande fortuna. De Valença ao litoral do Piauí (distante 552 km), todos os rebanhos bovinos (variavam em quantidade) eram vendidos a Domingos Dias da Silva, que pagava pelos mesmos dois até dois mil e duzentos réis.

Cabe ressaltar a importância da edificação de Dias da Silva como legado para a cidade de Parnaíba: o lugar ficou primitivamente conhecido como Porto das Barcas – edificando um virtuoso prédio de sobrado até hoje conhecido como Casa-Grande de Parnaíba, onde teria originado as demais construções que deram origem a Parnaíba. Muito bem relacionado com a Corte Portuguesa, Dias da Silva usou do seu prestígio para comercializar diretamente com a capital, Lisboa, sem pagar os tributos ao governo do Maranhão, responsável pela arrecadação do fisco à época. Acredita-se que Parnaíba nasceu na casa-grande, na senzala e nas igrejas de Dias da Silva. Mavignier (2005), na obra **“No Piauí, na Terra dos Tremembés”**, ressalta a importância de Domingos Dias da Silva para as mudanças econômicas e sociais na Parnaíba do final do século XVIII:

Promoveu expressivas mudanças econômicas e sociais em Parnaíba. Com grande capacidade realizadora e comercial, construiu casas, igrejas e edifícios. Entre estes, a famosa Casa-Grande da Parnaíba. De arquitetura colonial portuguesa, com pavimento térreo e dois andares, composta de dois sobrados contíguos, situada na esquina da Rua Grande (atual Avenida Pres. Vargas) com a Rua da Glória (atual Rua Mons. Joaquim Lopes), que tinha comunicação direta com a Igreja Matriz (MAVIGNIER, 2005, p. 54).

A partir da citação, podemos perceber a figura emblemática que foi Domingos Dias da Silva. Seus empreendimentos contribuíram com o crescimento econômico, político, social e cultural da Vila da Parnaíba, sobretudo no setor da indústria e do comércio, na geração de emprego e renda para os parnaibanos e demais moradores da circunvizinhança.

Demonstrou ser um sujeito prestativo e, católico, deu início à construção da Igreja Matriz (concluída após sua morte) atendendo assim aos anseios da alta sociedade da Vila da Parnaíba. No entanto, apesar de escravocrata, não proibia aos escravos as práticas religiosas construindo uma igreja exclusiva para eles, a de Nossa Senhora do Rosário dos Homens Pretos, ambas localizadas na Praça da Graça, uma em frente à outra.

No auge da prosperidade de seus empreendimentos com a indústria do charque, que tomaram fama por toda a colônia, Domingos Dias da Silva, que já havia constituído família na recém-criada Vila de São João da Parnaíba¹⁷, faleceu em 16 de janeiro de 1793. Seus restos mortais repousam na Capela do Santíssimo, na Igreja Matriz, que teve sua construção iniciada por ele em 1770 e concluída por seus dois filhos, Simplício e Raymundo Dias da Silva, em 1795. Domingos Dias da Silva expressou em seu testamento o desejo de ter o seu corpo sepultado no interior da igreja:

No seu testamento, recomenda aos seus testamentários a finalização da Capela do Santíssimo, com suas alfaias e ornamentos, e nela seja sepultado o seu corpo, acompanhado pelo pároco, pelos reverendos sacerdotes presentes e pelas Irmandades do Sacramento da Graça e do Rosário, dos quais era irmão (MAVIGNIER, 2005, p. 59).

Segundo Mavignier (2005), bem como as pesquisas de campo (história oral), Domingos Dias da Silva teve o seu desejo atendido prontamente por seus familiares. Sua história de vida e morte permanece no imaginário popular dos parnaibanos até os dias atuais.

Alguns o veem como o benfeitor que trouxe riqueza e prosperidade para a Vila da Parnaíba ao fixar ali sua morada (Casa-Grande da Parnaíba), servindo inclusive de marco referencial para a edificação das demais moradias que deram origem à referida vila. Já outros o classificam como um escravocrata, tendo sido dono de quase dois mil escravos. Há relatos da existência de galerias interligando a casa de morada dos Dias da Silva à Igreja Matriz, localizada na Praça da Graça.

Assim como a Vila da Parnaíba, outras províncias do Nordeste do Brasil também investiram na indústria do charque, a exemplo do Ceará e Rio Grande do Norte. Com o surgimento de novas charqueadas, inclusive de melhor qualidade que a produzida em Parnaíba, as fazendas de charque dos Dias da Silva foram aos poucos declinando, até desaparecer, dando lugar a outras lideranças.

Estes novos investidores vão dar prosseguimento à consolidação da economia parnaibana, com investimentos voltados principalmente aos setores da indústria e do comércio de

¹⁷ A Vila de São João da Parnaíba foi elevada à categoria de cidade, em 1844, com a denominação de Parnaíba.

importação e exportação. Para tanto, utilizarão os rios como escoadouro dos seus produtos e serviços. As navegações marítimas e fluviais alcançaram o ápice da prosperidade. O comércio ascende, e a indústria instalada com recursos modernos despertou o interesse de muitos.

Neste capítulo, busca-se discorrer acerca da importância do comércio marítimo e fluvial para o desenvolvimento do Piauí na segunda metade do século XIX e primeiras décadas do século XX, bem como sua ascensão econômica, política e social a partir de investimentos em várias atividades comerciais, tendo como cenário a cidade de Parnaíba, referência econômica do estado durante o referido espaço temporal.

Outros elementos, como o rio Igarapu, o Porto das Barcas, o “*Almanaque da Parnaíba*” e a Rádio Educadora, farão parte do pressuposto para o estudo da história econômica de Parnaíba, tendo em vista que também contribuíram para o desenvolvimento político, econômico, cultural e social da emergente vila. Coube a cada um deles importante papel dentro do cenário econômico que se iniciara, consolidando-os como fontes históricas e “lugares de memória” para as futuras gerações.

No entanto, apesar da pesquisa demonstrada neste capítulo ressaltar tais elementos e suas contribuições para tamanho desenvolvimento, sobretudo na indústria e no comércio parnaibano, não torna menos importante, tampouco improvável, o trabalho desenvolvido pelos caixeiros viajantes (objeto de estudo desta dissertação) no mesmo recorte espacial e temporal, haja vista que esses profissionais, alcançavam lugares onde o rio, o “*Almanaque da Parnaíba*” e as ondas sonoras do rádio não conseguiam chegar.

Outros dois fatores, além do alcance, foram desfavoráveis para o almanaque e a rádio (emissora), na disseminação da indústria e do comércio: o grande número de analfabetos àquela época e o pouco poder aquisitivo da sociedade, sobretudo no interior. Embora o “*Almanaque da Parnaíba*” tivesse uma vasta distribuição de seus exemplares, muitas pessoas não sabiam ler – o que impedia a publicação de alcançar seu propósito, que era chegar aos leitores nos lugares mais inóspitos. Quanto ao rádio (aparelho), poucas famílias, da cidade e do interior, podiam comprá-lo, pois se tratava de uma novidade que naquele momento (década de 1940) ainda era muito cara. Portanto, sua aquisição não estava ao alcance de muitos.

Diante da necessidade dos comerciantes parnaibanos de levarem seus produtos e serviços a locais inalcançáveis para o almanaque e o rádio, entra em cena a figura do caixeiro viajante como alguém capaz de chegar às mais longínquas regiões interioranas, encurtando distâncias entre as zonas urbana e rural, pois levava consigo produtos industrializados e trazia, na maioria das vezes, a matéria-prima (*in natura*) usada como moeda durante as vendas.

A crescente navegação a vapor nos rios Igarauçu e Parnaíba, sobretudo a partir do Porto das Barcas, auxiliou no transporte do caixeiro viajante durante suas viagens, seja levando os produtos que conduzia para serem comercializados, seja na entrega de pedidos feitos anteriormente, facilitando o seu deslocamento ao tempo em que reduzia os dias das viagens pelas regiões ribeirinhas.

Portanto, neste segundo capítulo, serão enfatizados os elementos acima mencionados como instrumentos condutores do “progresso” e do “desenvolvimento” industrial e comercial, sobretudo na região norte do atual estado do Piauí, destacando suas contribuições e peculiaridades que foram essenciais, dentro daquilo a que se propuseram, para o crescimento econômico, político e social do Piauí, sem, no entanto, deixar de mencionar que suas respectivas atuações não tiraram o mérito de “desbravador” dos mais inóspitos lugares atribuídos ao caixeiro viajante no exercício de sua profissão. Ressalte-se que o almanaque e o rádio, aliados ao caixeiro viajante, complementaram-se e fizeram da atual Parnaíba o maior centro econômico do Piauí no final do século XIX e início do século XX.

2.2.2 – O Rio Igarauçu

O rio Igarauçu (na língua tupi quer dizer “canoa grande”) ou Igarauçu, como o chamam, é um dos efluentes¹⁸ do rio Parnaíba, cuja formação deltaica tem mais de quatro rios. Torna-se componente do delta a montante do município de Parnaíba e sua extensão é de 25 km até a foz no Oceano Atlântico (da nascente a oeste até a sua foz a leste). Às margens do rio Igarauçu¹⁹, desde 1758, funcionavam várias charqueadas que produziam e comercializavam carne e couro com outras cidades, até mesmo com a Europa. Braço do rio Parnaíba, é um forte elemento da paisagem natural da cidade. O rio Igarauçu foi responsável por dar a característica cosmopolita à cidade, pois era porta de entrada das novidades artísticas e tecnológicas.

Segue desenho topográfico da área urbana do município de Parnaíba, ilustrando a localização do rio Igarauçu.

¹⁸A palavra **efluente** significa aquele que flui.

¹⁹ O rio Igarauçu é um dos principais braços constituintes do Delta do Parnaíba e desde as primeiras ocupações do território, ainda no séc. XVI, foi adequado à navegação. Por meio dele, Parnaíba se comunicava com outros portos, nacionais e estrangeiros, mantendo, desse modo, contato com as novidades e tendências artísticas e tecnológicas, tornando-se, portanto, uma das cidades mais importantes do estado, bem como do Nordeste do Brasil.

Mapa 4: Desenho topográfico do município de Parnaíba



Fonte: IPHAN – 2008

Houve, em 1701, a necessidade de criar um entreposto para guardar o gado e mercadorias de trocas. À margem direita do rio Igarapé, surge o “Porto das Barcas” ou “Porto Salgado”, que se desenvolveu em função da necessidade do acondicionamento da carne bovina, originando, dessa maneira, a indústria do charque.

Foi a Rua Grande a primeira porta aberta da cidade, pelo rio Igarapé, e que vai até a praça da estação, atual Praça Engenheiro Miguel Furtado Bacelar. Essa rua, com suas construções de sobrados revestidos de azulejos importados, além de casas comerciais, tinha várias residências, palacetes e bangalôs.

Os investimentos empreendidos na navegação fluvial faziam do rio um novo espaço, pois o desenvolvimento, sobretudo o econômico, chegaria ao Piauí, a partir da região norte da Província, por meio dos rios Parnaíba e Igarapé. Vale ressaltar ainda que a porta de entrada para

o progresso seria a cidade de Parnaíba. No mapa 5, é possível compreender de que maneira ambos os rios se tornaram escoadouros das riquezas econômicas da província.

De menor proporção em volume d'água, o rio Igarçu, que compreende o primeiro dos cinco braços (Igarçu, Canárias, Caju, Melancieira e Tutoia) do rio Parnaíba, percorre a cidade de Parnaíba de leste (fóz) a oeste (rio Parnaíba), passando pelo Porto das Barcas (Porto Salgado). A leste, encontrava-se o Porto de Amarração (atual Luís Correia) e a oeste o rio Parnaíba, que conduzia as embarcações tanto aos portos marítimos via Oceano Atlântico quanto ao interior da Província e restante da colônia por meio de suas águas.

Com esse feito, Parnaíba se integraria internamente aos demais portos (fluviais) da província e por sua vez a província expandiria seu comércio em nível nacional e internacional. Analisando a importância de Parnaíba dentro desse contexto, é possível perceber que sem ela intermediando essa conexão com a produção oriunda do interior da província via porto do mar, provavelmente o Piauí alcançaria tardiamente o desenvolvimento econômico, político, social e cultural.

Sobre a logística da navegação fluvial e marítima desenvolvida a partir dos rios Igarçu/Parnaíba via Porto Salgado, chegando até os portos marítimos (Amarração/Tutoia), Castelo Branco ressalta o movimento rotineiro das embarcações no porto de Parnaíba:

Em frente à cidade fica o rio, onde ela termina com o seu cais de pedra, bem alto, e uma fileira de grandes armazéns de propriedade dos exportadores. O cais era pitoresco e movimentado, cheio de enormes barcas, ora descarregando as mercadorias que vinham do interior, ora recarregando-as para o transporte até Tutoia ou Amarração, os portos marítimos por onde se processavam as exportações do estado (CASTELO BRANCO, 1981, p. 19).

Castelo Branco (1981), ao fazer a citação acima, “atropela” a ordem natural das coisas, haja vista que a maioria das civilizações da história da humanidade nasceu nas imediações de grandes rios, a exemplo da Mesopotâmia, surgida entre os rios Tigre e Eufrates; a sociedade egípcia, que nasceu a partir do rio Nilo; a China, com o seu Rio Amarelo, entre outras. Portanto, contrariando o que assevera o autor, as cidades surgem a partir dos rios e não o contrário.

Diante da escassez de recursos do governo provincial e imperial, o presidente da província, Manuel de Sousa Martins (1831-1843), em 1841, propôs à iniciativa privada privilégios exclusivos por 25 anos à companhia que viabilizasse a navegação no rio Parnaíba por meio de barco a vapor, mas, apesar dos apelos, sua proposta não despertou nenhum interesse. A revitalização do rio era inviável para os cofres públicos, pois a receita arrecadada pelo Estado era pouco significativa. Além do mais, o presidente da província tinha pouca autonomia financeira. Cabia, portanto, ao governo central custear obras de tamanha

envergadura. Tal ação teria sido, do ponto de vista oficial, o divisor de águas que daria um pontapé inicial no processo de navegabilidade do rio Parnaíba e seus afluentes.

Durante anos, os vários presidentes que passaram pela província do Piauí, embora não tivessem os seus apelos atendidos pelo governo central, deixaram suas reivindicações registradas em relatórios, a exemplo do que disse Zacarias de Góis e Vasconcelos (1845 – 1847) em seu Relatório enviado à Assembleia Legislativa Provincial, em 1º de agosto de 1845, no qual dizia que, depois de salientar que o rio “hoje corre desprezado”, e se estabelecida com regularidade a navegação, algum dia mudaria a face das coisas na província.

Quanto à sua riqueza e prosperidade, lembrava apenas a necessidade de colocar barcas nos principais pontos de passagem, pois “ordinariamente as boiadas que vão dessa província para a do Maranhão começam a dar prejuízo aos seus respectivos donos ao passarem o Parnaíba”.

Outro presidente da Província que também se mostrou favorável à questão da necessidade de investimentos no setor foi José Antônio Saraiva (1850 – 1853), que também se manifestou em Relatório de 3 de julho de 1851, encaminhado àquela casa Legislativa, no qual o referido presidente admitia que a navegação do Parnaíba seria sumamente proveitosa, sem ignorar que o seu desenvolvimento supunha o avanço em certo grau das forças produtivas da província. Para Saraiva, a agricultura, a indústria e o comércio piauienses haviam chegado a esse estágio, ou seja, o Piauí já possui uma agricultura à margem do rio, que começa a florescer. Também detém um comércio, tutelado, é verdade, ao do Maranhão, porém capaz de emancipar-se.

O comércio às margens do rio Igarauçu contribuiu com as transformações, sejam elas físicas ou sociais, que modificaram o modo de viver e sentir a cidade, seja no que tange às pessoas que tiveram suas vidas atreladas diretamente aos trabalhos no cais, seja por intermédio da venda da força de trabalho, nas barcas como vareiros ou ainda como lavadeiras, doceiras, quituteiras, prostitutas, entre outros sujeitos que viviam de forma indireta do comércio do cais. Outro exemplo diz respeito às camadas sociais mais abastadas que viviam da exploração desses trabalhadores.

Sobre os variados tipos de mãos de obra que constituíam os cais dos rios, Humberto de Campos destaca a figura do vareiro como uma força de trabalho de extrema importância para a navegação fluvial: “Seminus, tendo apenas, entre a cintura e a coxa, um calção de zuarte ou de estopa, molambo que os mendigos recusariam, resto de uma calça ou de um saco, a musculatura à mostra, o ‘vareiro’ é o pária soturno e heroico naquelas paragens” (CAMPOS, 1933, p. 168/169).

Usados como “estrada líquida” e “fluida”, foi possível, por meio dos rios Igarauçu e Parnaíba, os produtos do interior da província, sobretudo o charque, que corroborou para o desenvolvimento urbano do município de Parnaíba. As charqueadas, de certa forma, contribuíram para o surgimento de outras atividades ligadas ao comércio. Acerca dessas novas atividades, Rego acrescenta:

Pelo porto fluvial, chegavam e saíam os produtos da pauta de exportação do Piauí que participavam do comércio mundial – a princípio, os produtos da pecuária, o charque, couros, peles gado para corte; depois, produtos agrícolas como algodão e arroz, seguidos pelos produtos do extrativismo vegetal – a borracha de maniçoba, a cera de carnaúba, e o coco babaçu (REGO, 2010, p. 114).

Paralelo às atividades mercantis desenvolvidas por meio do comércio de exportação, a Vila da Parnaíba foi se desenvolvendo, e novos espaços de sociabilidades vão surgindo ao longo das margens do rio. A partir do aparecimento de novos bairros (Coroa, Quarente, Tucuns) às encostas do rio Igarauçu, surgiram bares, restaurantes, prostíbulos, entre outros ambientes, que proporcionavam a socialização e entretenimento das camadas mais pobres da cidade e que faziam parte do universo à beira do cais cotidianamente.

Existia um abismo entre esses dois espaços sociais, o cais e o centro urbano, constituídos historicamente a partir de um lugar-comum, o porto. Dois universos completamente distintos, a população ribeirinha que integrava a realidade do cais e as pessoas do centro, que não tinham o hábito de frequentar tal região da cidade, exceto quando necessitavam embarcar para outras cidades ou quando se dirigiam ao cais apenas para tratar de negócios com os donos dos armazéns. A elite parnaibana, que se concentrava no centro da vila, olhava com desprezo os seus compatriotas que viviam na região ribeirinha e demais bairros periféricos.

Outra situação que dificultava ainda mais a vida sofrida daqueles que moravam nas regiões às margens do Igarauçu eram as fortes chuvas que, durante os invernos rigorosos, faziam com que as águas do rio se avolumassem, provocando enchentes por toda a região ribeirinha, alcançando às vezes as ruas do centro da vila. Era uma situação extremamente desesperadora para as famílias instaladas ali. Ainda sobre a opinião de Amorim Moraes acerca das dificuldades enfrentadas diariamente pelos moradores localizados à margem do Igarauçu,:

As pessoas que habitavam a margem tinham a vida marcada pela luta diária em busca da sobrevivência viviam em precárias condições de existência e estavam vulneráveis às mais diversas doenças, realidade totalmente inversa à dos que habitavam o centro. Mas foram os braços dessa gente, principalmente do homem do rio, que ajudaram a construir fortunas da elite local de Parnaíba, trazendo para esta cidade o progresso (MORAIS, 2012, p. 87).

Vale ressaltar que, nas primeiras décadas do século XIX, a navegação costeira se dava de forma precária entre a vila de Tutoia-MA e a cidade de Parnaíba (Porto das Barcas). Nesse período, os navios entravam no rio por meio da Barra das Canárias, distante duas léguas (12 km) do Porto de Parnaíba. No entanto, os referidos navios atracavam distante da costa e o trajeto a percorrer até Parnaíba era razoavelmente distante, uma parte dele feita por muares em caminhos em condições ruins.

Eis que surge, a partir destes percalços, o interesse de políticos e estudiosos no sentido de construir uma rota alternativa (canal), utilizando para isso a Barra do Igarçu, que conduziria as embarcações até o Porto de Parnaíba. Para tanto, se fazia necessária a abertura de um canal que aumentasse o volume das águas do rio Igarçu. Sobre a necessidade de pôr em prática a concretização do Canal da Barra do Igarçu, Gandara (2008) assevera acerca do histórico de interesses demonstrados por autoridades, estudiosos e personalidades ligadas ao comércio parnaibano da viabilidade da obra:

Sabemos que as barras do rio Parnaíba foram estudadas por Simplício Dias da Silva em 1806; pelo tenente Ignacio Jauffret em 1853; por David Caldas em 1867 e pelo engenheiro Gustavo Dodt em 1869. Sabemos, ainda, que os negociantes da cidade de Parnaíba, em fins de 1851, fizeram uma representação ao presidente em exercício, José Antônio Saraiva, solicitando a abertura do Canal Igarçu. Este, por sua vez, contactou o juiz de direito Antônio Francisco de Sales, a quem solicitou esclarecimento sobre o assunto sobre o qual teceu suas considerações em ofício de 28.05.1852, enfatizando que a abertura do Canal Igarçu era “da maior utilidade pública e particular, para animar a navegação, tanto marítima, como a do interior”. Salientou que o mesmo já “tivera profundidade e serviu de barra de acesso para a cidade de Parnaíba, mas a formação de bancos de areia vinha ocasionando grandes prejuízos à navegação”. Na oportunidade, juntou ao mesmo uma carta do parnaibano José Coelho de Miranda (GANDARA, 2008, p. 342).

No tocante às colocações da citação anterior, bem como as demais apresentadas neste trabalho acadêmico, destacando a oficialidade da navegação na Província do Piauí atribuída ao rio Parnaíba, dão-se em razão de o referido rio possuir uma maior extensão (1.485 km), volume d'água e maior alcance em relação às demais vilas no interior das Províncias do Piauí e Maranhão, cabendo, portanto, ao mesmo um maior destaque, sobretudo no que diz respeito às reivindicações de recursos destinados à melhoria de sua navegabilidade e de seus afluentes. Na

figura a seguir (mapa 5), é mostrado o Delta do Parnaíba, destacando os cinco “braços” que fluem do rio Parnaíba²⁰ (Igaraçu²¹, Canárias, Caju, Melancieira e Tutoia).

Mapa 5: Delta do Rio Parnaíba/Litoral do Piauí



Fonte: <http://www.piaui.com.br/internas.asp?ID=229>

Oficialmente, a navegação a vapor no rio Parnaíba foi iniciada em 19 de outubro de 1859. O “Uruçuí” foi o primeiro vapor a realizar o percurso da foz²², localizado na região do delta (junto aos demais braços do Parnaíba), até a capital Teresina. A partir de abril de 1859, o “Uruçuí” passou a interligar as duas cidades, Teresina e Parnaíba, atuando como reboque de barcas carregadas de mercadorias e conduzindo passageiros.

Este fato marcou a história do Piauí, que a partir de então deu início a uma nova fase econômica, ampliando as possibilidades para o comércio ao introduzir o estado no mercado internacional. Sobre esse momento tão importante para a história econômica do Piauí, Gandara (2008) ressalta o seguinte:

²⁰ O rio Parnaíba nasce na Chapada das Mangabeiras, no extremo sul do Piauí, a uma altitude de 709 metros. Percorre 1.485 quilômetros até desaguar no Oceano Atlântico em forma de delta, depois de banhar 22 municípios piauienses. O seu percurso serve de divisa entre os estados do Piauí e Maranhão e descortina no litoral uma área de 2.700 quilômetros quadrados de belezas selvagens, descoberta em 1571 pelo navegante português Nicolau de Resende. A área do delta se distribui em 35% pertencentes ao Piauí e 65% ao Maranhão.

²¹ No extremo leste, fica o braço do rio Igarauçu, que banha a cidade de Parnaíba e deságua na região do Porto de Luís Correia, formando um recanto de tartarugas-marinhas. Em sentido anti-horário, seguem as baías das Canárias, do Caju, da Melancieira e de Tutoia, formando o segundo, o terceiro, o quarto e o quinto “braços”, respectivamente. Juntos, agrupam mais de 80 ilhas e ilhotas.

²²Ponto de desaguamento de um rio, que pode ser feito no mar, numa lagoa ou em outro rio.

De antemão, podemos afirmar que foi a navegação a vapor no rio Parnaíba a partir da segunda metade do século XIX que transformou a ordem das coisas, dando à sociedade piauiense liberdade de movimento. Diluiu o imperativo da limitação das relações espaciais impostas até então pela circulação pedestre e pela tração animal. Foi a partir deste período que o rio Parnaíba, como estrada líquida, desempenhou seu papel essencial de integrador das regiões interioranas com os demais centros e sua função de via líquida de circulação de riquezas (GANDARA, 2008, p. 205,206).

A segunda medida, que também teria feito parte do processo ainda dentro desse contexto, foi a iniciativa do governador Luiz Carlos de Paiva Teixeira, em 1853, de incumbir o engenheiro João Nunes de Campos de avaliar as condições do rio para a navegabilidade, seja ela por remo, vara ou barcos a vapor (tinha início a Companhia de Navegação do Parnaíba). A terceira e última providência foi a aquisição do primeiro vapor pertencente à província, o “Uruçuí”, adquirido com recursos do tesouro com a ajuda de particulares, tendo sido construído no estaleiro de propriedade do Visconde de Mauá, como afirma Mavignier:

Em 28 de março de 1859, chega à Baía de Amarração o vapor Uruçuí, construído no Rio de Janeiro, no estaleiro da Ponta da Areia, de propriedade do Visconde de Mauá. Chegou ao Porto das Barcas no dia 31 de março de 1859. Sua construção foi autorizada pelo Conselheiro Saraiva, e depois foi incorporado pela Companhia de Navegação do Rio Parnaíba (MAVIGNIER, 2005, p. 120).

Anos antes (4 de janeiro de 1855), já havia sido criada, por meio do Decreto nº 1517, a Companhia de Aprendizes Marinheiros de Parnaíba. Essa medida, aliada à criação de estaleiros, colaboraram para que Parnaíba também recebesse a Companhia dos Portos do Piauí, criada sob o Decreto nº 1.532, de 10 de fevereiro do mesmo ano. Sua sede localizava-se na Praça da Graça, ao lado da Igreja do Rosário dos Homens Pretos.

Mas até a navegação a vapor no Parnaíba alcançar esse estágio, como se diz no censo comum, muita água ainda iria passar por debaixo daquela ponte. Autoridades e comerciantes por toda a província, sobretudo os radicados no município de Parnaíba, somariam esforços no sentido de aumentar as atividades comerciais por meio do uso da navegação fluvial e marítima para outras praças, algo inviável antes do uso do rio como “estrada líquida” para o escoamento da produção local.

Por todo o século XIX, sobretudo na segunda metade, o rio Parnaíba passou a ser visto como o eixo de desenvolvimento da economia piauiense. Segundo Gandara (2008), “a partir da implantação da navegação a vapor, o rio Parnaíba começava a tomar ar comercial” (GANDARA, 2008, p.116).

O presidente da província, João José de Oliveira Junqueira, também foi o responsável pela criação da Companhia de Navegação a Vapor do Rio Parnaíba (CNVP), inaugurada em 27

de setembro de 1858. Nascia a navegação a vapor pelo rio Parnaíba, cujo objetivo principal era interligar a cidade do mesmo nome à capital da província (Teresina) e aos demais portos intermediários²³ ao longo do trajeto. No entanto, por não ter sido projetado para as reais condições de navegação do rio Parnaíba, o vapor “Uruçuí” navegou por apenas nove anos, vindo a naufragar em 1867 no lugar chamado de Coroa da Aurora. O pouco tempo de navegação do “Uruçuí” foi suficiente para estimular a economia local, por meio da ampliação das atividades comerciais.

João José de Oliveira Junqueira foi substituído no governo do Piauí por Augusto Olímpio Gomes de Castro (1868-1869). Uma de suas primeiras medidas foi autorizar a realização de estudos sobre as reais possibilidades de navegação por barcos a vapor nos rios Parnaíba e Igarçu. Tal atitude demonstrou naquele momento o interesse em dar continuidade à navegabilidade fluvial.

Com os investimentos disponibilizados para o setor, outros vapores foram adquiridos pelo presidente da província. Outras companhias²⁴ de navegação foram criadas para navegar nos rios Parnaíba e Igarçu, de modo que, durante a segunda metade do século XIX e início do XX, a navegação a vapor no rio Parnaíba, mesmo em meio a inúmeras dificuldades, como naufrágios, sumiços (as embarcações eram alvo de corsários franceses), encalhes e tantos outros percalços, ajudou o comércio de Parnaíba e demais cidades portuárias a se expandir, em nível nacional e até mesmo internacional, colocando o comércio fluvial entre as principais atividades econômicas do estado. Sobre a importância dos rios para o desenvolvimento econômico, social e histórico para a vida humana, o “*Almanaque da Parnaíba*” publicou, na sua edição de 1944, a seguinte nota:

Ainda está por ser devidamente apreciada, no desenvolvimento da história, a função de importância ímpar que têm desempenhado os rios. Quer do ponto de vista biológico como do econômico, do social como do histórico, têm sido

²³ Vila de União, Vila de São Gonçalo, Vila de Jerumenha, desta Província; Vila de Passagem Franca do Maranhão – estende-se aos confluente Longá, Canindé – todos desta Província; Balsas e Barão de Grajaú, da Província do Maranhão.

²⁴ **Companhia de Navegação a Vapor do Rio Parnaíba:** Linha do Norte – De Teresina a Parnaíba, com escalas em União, Currealinho, Boqueirão, Miguel Alves, Marruás, Repartição, Santa Quitéria, Porto Alegre e Barra do Longá. Linha do Sul – De Teresina a Floriano, com escalas em Castelhamos, Belém, São Francisco, Amarante, Barão de Grajaú. **Linha de Tutoia:** de Parnaíba a Tutoia (MA) com escalas em Araiões (MA). **Empresa Fluvial Piauiense:** Linha do Alto Parnaíba - De Uruçuí a Floriano com escalas em Manga, Barão de Grajaú (MA), São João dos Patos (MA), Nova York, Porto Alegre e Foz do Balsas. De Uruçuí a Vitória, com escalas em Remanso (BA), Santo Estevão e Santa Filomena. Lina do Rio das Balsas – De Uruçuí a Santo Antônio de Balsas com escalas na Foz de Balsas, São Félix e Loreto (GANDARA, 2008, p. 172).

eles verdadeiros condicionadores da vida humana, das sociedades e de seus destinos (ALMANAQUE DA PARNAÍBA, 1944, p. 275).

Portanto, fazendo o devido reconhecimento da importância atribuída aos rios de modo geral, destaca-se neste trabalho o rio Igaracu nos tempos áureos do comércio parnaibano, por meio da navegação a vapor, a vela, a remo ou com o auxílio de varas (vareiro), um dos principais cenários de inúmeras embarcações que conduziram Parnaíba ao patamar do desenvolvimento econômico, interligando-a com outras culturas dentro e fora do Brasil. A seguir, destaca-se vista aérea (imagem 1) das curvas do rio Igaracu e parte do seu percurso, entrecortando a cidade de Parnaíba.

Imagem 1: Vista panorâmica do rio Igaracu entrecortando a cidade de Parnaíba-PI



Fonte: <http://www.jornaldaparnaiba.com/2012/11/rio-igaracu-um-dos-mais-bonitos-do.html>

2.2.3 – O Porto das Barcas

Segundo Pereira da Costa (1974), “o ato de criação da Parnaíba determinou para a sua sede o pequeno povoado denominado Testa Branca, que demora uma légua da atual cidade, e foi lavrado pelo referido governador João Pereira Caldas (1759-1769), em virtude da Carta Régia de 19 de junho de 1761” (COSTA, 1974, p. 151). Apesar da escolha de Testa Branca para sediar a futura vila, o lugarejo não era propício para o que almejava Pereira Caldas. Tinha, à época, 4 fogos (casas) apenas, sendo habitada por oito pessoas livres e onze escravos. Diante das circunstâncias, o então governador mandou erguer o pelourinho (a Vila da Parnaíba foi criada em 1761) no povoado de nome Porto das Barcas, de modo que naquele lugar (Testa

Branca), num futuro próximo, pudesse principiar a construção de algum edifício que viabilizasse as primeiras acomodações.

Apesar de se tratar apenas de instalações provisórias, o povoado Porto das Barcas oferecia melhores condições de acomodação para a nova vila. Ainda de acordo com Costa (1974), apesar de o Porto das Barcas demonstrar um ambiente mais promissor para a futura vila, Pereira Caldas insistia em manter o lugar Testa Branca como sede oficial. Segundo o autor:

Começaram então a afluir para o Porto das Barcas novos povoadores, e aumentou a sua edificação, ao passo que em Testa Branca não se havia construído uma só casa, apesar de muitas pessoas se haverem oferecido e se comprometido mesmo para isso. Em vão remeteu o governador, em 20 de dezembro de 1762, à Câmara do Senado, uma planta para regular o arruamento da vila, e baixou depois as mais terminantes e ameaçadoras ordens, no sentido de reativar a edificação de casas e tornar efetivo o estabelecimento da nova vila no lugar determinado. Conseguiu, simplesmente, começar a construção de algumas casas, que não chegaram à conclusão, e a efetuar-se a mudança do pelourinho, e nada mais (COSTA, 1974, p. 152).

Diante do acentuado progresso que demonstrara o povoado Porto das Barcas, em 1769 a Câmara provincial baixou um decreto proibindo qualquer tipo de construção na localidade Testa Branca, sem prévia autorização. Só após o fim do mandato de João Pereira Caldas, no governo de Gonçalo Lourenço Botelho de Castro (1769 - 1775), é que se deu a mudança, tendo sido a transferência oficial da Vila de São João da Parnaíba do lugar Testa Branca para a feitoria Porto das Barcas, ocorrida em 1770.

Acredita-se que a resistência de Pereira Caldas em instalar a nova vila na localidade Porto das Barcas se dava em razão de o lugar não oferecer condições de higiene, haja vista o grande número de reses que eram abatidas ali em um curto espaço de tempo, o que possibilitou a proliferação de moscas e demais insetos, além das moléstias e epidemias que acometiam os moradores e da quantidade de sangue e vísceras dos animais, que se acumulavam por toda parte. Outra razão seria por se tratar de uma região alagadiça durante as cheias. A preferência de Pereira Caldas era por um local alto, limpo e mais próximo da foz do braço Igarauçu. Três anos depois, o português Domingos Dias da Silva instalou suas primeiras charqueadas ali, tornando-se o maior produtor de charque de toda a província.

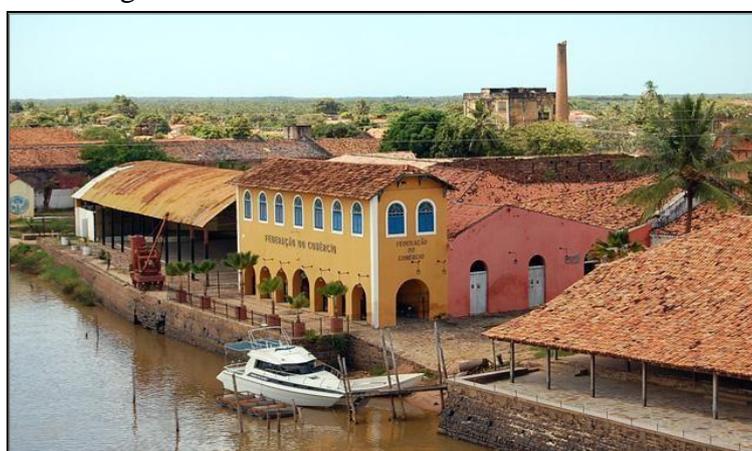
De propriedade do Governo do Estado do Piauí, com uma área de 10.000m², atualmente o Porto das Barcas abriga um Centro Cultural, sob o Decreto N° 6.924, de 9/12/1986, publicado no Diário Oficial sob o n° 239 na data de 15/12/1986. É protegido pelo IPHAN (estadual), pois

teve o seu nome inserido no Livro do Tombo²⁵, na data 10/12/1987, sob o Código 13. É constituído de antigos prédios da alfândega, cais, pátios, velho dique, becos e vielas. “A fachada principal é de composição neoclássica. “Suas esquadrias externas têm vergas retas, folhas duplas de madeira fixada e bandeiras fixas. Algumas dessas esquadrias foram entaipadas. As paredes são em pedra, sem reboco, e a estrutura do telhado, em carnaúba”(IPHAN, 2008, p. 41).

O Porto das Barcas representa um local de grande identidade cultural e referência da cidade de Parnaíba. Suas edificações compreendem um conjunto de antigos armazéns, construídos de pedra bruta e argamassa, de cal, ostras e óleo de baleia. Legítimo representante da fase áurea da economia parnaibana, foi restaurado e abriga lojas de artesanato, restaurantes, auditório, teatro ao ar livre, pousadas e agências de ecoturismo. É aberto à visitação pública diariamente.

Atualmente, o Porto das Barcas é um dos mais belos cartões-postais da cidade de Parnaíba - está entre os principais roteiros de visitação de turistas que vão até o litoral do estado. Seus casarios e demais estruturas, que constituem o Complexo Porto das Barcas, enchem os olhos dos amantes da arquitetura colonial. Andar por suas vielas é rememorar os seus áureos tempos de palco principal da “*Belle Époque*” da indústria e do comércio de importação e exportação (via navegação fluvial), que tornou Parnaíba o principal centro econômico do estado. A seguir, imagens do Complexo Porto das Barcas.

Imagem 2: Porto das Barcas – Parnaíba Piauí



Fonte: <https://www.pinterest.ru/pin/243968504792772082>

²⁵Nesse livro, são inscritos os bens culturais em função do valor histórico. É formado pelo conjunto dos bens móveis e imóveis existentes no Brasil e cuja conservação seja de interesse público por sua vinculação a fatos memoráveis da história do Brasil. Para melhor condução das ações do IPHAN, reúne, especificamente, os bens culturais em função do seu valor histórico, que se dividem em bens imóveis (edificações, fazendas, marcos, chafarizes, pontes, centros históricos, por exemplo) e móveis (imagens, mobiliário, quadros e xilogravuras, entre outras peças).

Sobre a arquitetura dos casarios e galpões portuários que formam o Complexo Porto das Barcas, dados do IPHAN trazem as seguintes informações acerca de suas características:

As edificações térreas, com pé-direito baixo e sem presença de platibandas, com cimalkas simplificadas fazendo o acabamento dos beirais. Nestas edificações, destacam-se o ritmo das aberturas, a espessura das paredes em alvenaria de pedra, a implantação no alinhamento do lote e os telhados em duas águas, recobertos por telhas tipo capa e canal, com as cumeeiras paralelas à rua, sendo utilizados troncos de carnaúba como caibros (IPHAN, 2008, p. 16).

Segundo Nora (1993), “a razão fundamental de ser de um lugar de memória é parar o tempo, é bloquear o trabalho do esquecimento” (NORA, 1993, p.22). Tomando por base a citação de Nora e a atual conjuntura atribuída ao Complexo Porto das Barcas tombado pelo IPHAN (estadual) em 2008, bem como a importância histórica, cultural e social que representa para a sociedade parnaibana e piauiense, é possível atribuímos ao Porto das Barcas e os galpões portuários como legítimos “lugares de memória”, que juntos cristalizaram a história da atual cidade de Parnaíba desde os tempos mais remotos.

Os rios Igarauçu e Parnaíba; as embarcações; os galpões; os armazéns; a Avenida Presidente Getúlio Vargas (antiga Rua Grande); os casarões no seu entorno, entre outros, constituem um emaranhado de lembranças imersas na vida de todos aqueles que, de uma forma ou de outra, fizeram parte daquela “*Belle Époque*” da emergente Parnaíba do final do século XIX e primeiras décadas do século XX. Diante do reconhecimento de ruptura com o passado e o esfacelamento da memória, Pierre Nora salienta acerca do despertar do ressentimento de continuidade dos locais:

A curiosidade pelos lugares onde a memória se cristaliza e se refugia está ligada a este momento particular da nossa história. Momento de articulação onde a consciência da ruptura com o passado se confunde com o sentimento de uma memória esfacelada, mas onde o esfacelamento desperta ainda memória suficiente para que se possa colocar o problema de sua encarnação. O sentimento de continuidade torna-se residual aos locais. Há locais de memória porque não há mais meios de memória (NORA, 1993, p.7).

O Porto das Barcas continua sendo referência na historiografia piauiense sempre como um dos principais cenários presente nas festividades culturais que faziam parte do cotidiano dos parnaibanos, a exemplo desta passagem mencionada na obra intitulada “**Parnaíba: o espaço e o tempo**”, de autoria de Maria Elita Santos de Araújo, que ressalta o surgimento do primeiro ponto em que os fiéis se reuniam para fazer suas orações. “Com o decorrer dos anos, desapareceu a lagoa e surgiu o largo da matriz. Aos poucos, o progresso chega à nossa terra. O primeiro ponto de reunião de fiéis para rezar e acender velas foi o Nicho, construído nas

proximidades do Porto das Barcas em 1711” (ARAÚJO, 2002, p. 28). Lembranças comuns, mas que fazem permanecer vivas as memórias de outras épocas, enfatizando a ideia de lugar de memória atribuída ao espaço Porto das Barcas.

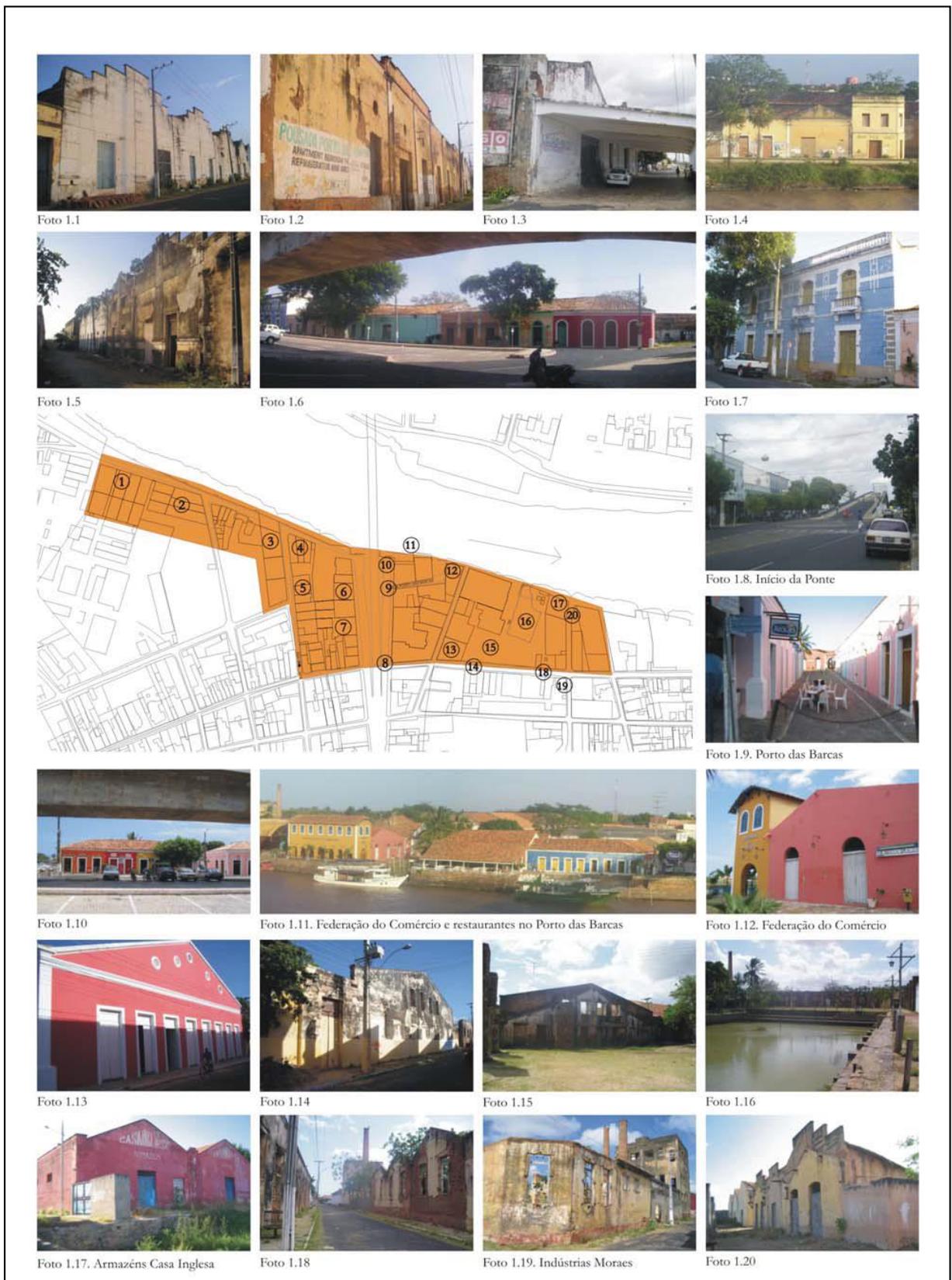
Humberto de Campos, escritor maranhense que viveu sua infância e adolescência em Parnaíba, também fez referência ao Porto das Barcas em sua obra “**Memórias Inacabadas**”, quando do seu regresso à terra natal, em setembro de 1901. O autor relata, com riqueza de detalhes, o seu reencontro com o cais do porto: “E, finalmente, Parnaíba, com o edifício amarelo da Alfândega, e o cais do Porto Salgado, dando acesso à Rua Grande, e campo, antigamente, das minhas traquinagens mais perigosas” (CAMPOS, 1962, p. 113).

O autor se refere ao Porto das Barcas, como ficou conhecido desde os tempos de intensos movimentos das charqueadas no referido cais. Segundo Castelo Branco (1981), o nome teria surgido a partir do grande volume de sal que se concentrava no lugar para salgar as carnes durante o processo de produção do charque. No que tange aos edifícios e galpões que compreendem o Complexo Porto das Barcas, o IPHAN destaca a época em que teriam sido construídos, com características distintas:

Esta região, localizada ao longo do curso do rio Igarauçu, diz respeito ao local tradicionalmente denominado “Porto das Barcas”, o ponto mais antigo da cidade, e seu prolongamento ao longo das margens do rio. Ali se destacam atualmente dois tipos de edifícios, de características diferenciadas: os remanescentes da arquitetura colonial e os galpões portuários, estes últimos pertencentes às antigas indústrias de beneficiamento da carnaúba e babaçu e também ao comércio de importação e exportação destes bens e de equipamentos agrícolas, já do final do século XIX e início do XX (IPHAN, 2008, p. 38).

Nas imagens a seguir (imagem 3), o IPHAN procurou retratar toda a região do Complexo Porto das Barcas e os galpões portuários, que, juntos, compreendiam a principal malha viária do cais do rio Igarauçu. Atualmente, a maioria desses edifícios encontra-se desativado, abandonado ou em ruínas, como podemos perceber na fotografia. Parte desta arquitetura remanescente do período colonial e as demais do final do século XIX e início do XX, como destacado na citação, hoje representam tão somente um lugar de memória na vida dos parnaibanos e de todos aqueles que de alguma forma vivenciaram aquela época extraordinária do comércio parnaibano, de intensas trocas comerciais, que lhe assegurou o título de maior centro comercial do estado do Piauí. “Nesse sentido, o lugar de memória é um lugar duplo: um lugar de excesso, fechado sobre si mesmo, fechado sobre sua identidade, e recolhido sobre seu nome, mas constantemente aberto sobre a extensão de suas significações” (NORA, 1993, p. 27).

Imagem 3: Porto das Barcas e galpões portuários



“Os lugares de memória são, antes de tudo, restos” (NORA, 1993, p. 12). As imagens acima fazem jus a um dos conceitos atribuídos por Nora. Dos armazéns e galpões portuários que formam o Complexo Porto das Barcas, ficaram apenas restos (material ou imaterial), escombros, ruínas, sejam estes restos estruturais, históricos ou culturais referentes a tempos idos, passíveis de interligação com o presente por meio das memórias individuais ou coletivas. Em realidade, nunca estamos sós, como assevera Maurice Halbwachs (1990):

Mas nossas lembranças permanecem coletivas, e elas nos são lembradas pelos outros, mesmo que se trate de acontecimentos nos quais só nós estivemos envolvidos, e com objetos que só nós vimos. É porque, em realidade, nunca estamos sós. Não é necessário que outros homens estejam lá, que se distingam materialmente de nós: porque temos sempre conosco e em nós uma quantidade de pessoas que não se confundem (HALBWACHS, 1990, p. 26).

Segundo a citação, as nossas lembranças permanecem coletivas, haja vista que nós estamos sempre compartilhando algo com nossos parentes e amigos, seja um objeto ou uma lembrança. Por outro lado, quando o autor afirma que nunca estamos sós, ao tempo em que menciona a materialidade do ser humano, crê-se que ele esteja se referindo a um plano espiritual (se é que ele existe). Entende-se que fica evidenciado quando diz que temos sempre conosco uma quantidade de pessoas com identidades diferenciadas. Em outras palavras, do ponto de vista do senso comum, algo surreal, que transcende à nossa imaginação.

Halbwachs (1990) afirma que é possível uma ou várias pessoas lembrarem com exatidão fatos ou episódios dos quais fizemos parte, sem que lembrássemos mais com riqueza de detalhes. Segundo Halbwachs, “a memória individual só existe dentro de uma memória coletiva, haja vista que as lembranças sempre são constituídas no interior de um grupo. Portanto, os parâmetros, valores e símbolos de um indivíduo são inspirados pelo grupo” (HALBWACHS, 1990, p. 4). Ainda de acordo com o autor:

A memória individual não está inteiramente isolada e fechada. Um homem, para evocar seu próprio passado, tem frequentemente necessidade de fazer apelo às lembranças dos outros. Ele se reporta a pontos de referência que existem fora dele, e que são fixados pela sociedade (HALBWACHS, 1990, p. 5).

A memória deixa de ser individual a partir do momento em que nos apegamos às lembranças dos outros para construir nossa própria história, buscando algo em nossos semelhantes que nos ajude a entender nosso passado e a nós mesmos. Por isso, é tão importante preservarmos os “lugares de memória”, haja vista que é também por meio deles que as memórias, individuais ou coletivas, são perpetuadas e transmitidas para as gerações futuras, contribuindo com a construção e/ou afirmação das identidades.

2.2.4 – O “*Almanaque da Parnaíba*”

Em dois de agosto de 1923, o sr. Benedito Santos Lima lançava o “*Almanack*²⁶ *da Parnahyba*”, um livro com 44 páginas e uma edição de 1.000 exemplares, como era comum nas publicações do gênero. O almanaque trazia os mais importantes informes para aquele ano. “Enquanto publicações de conteúdos diversificados, interessantes, atraentes, os ‘almanacks’ conseguiam facilmente propagandear mercadorias e empresas” (ALMANACK DA PARNAHYBA, 1985, p. 7). Era comum àquela época as cidades que se destacavam economicamente utilizarem publicações como os almanaques para divulgar suas riquezas e realizações, tanto para os filhos da terra como para as comunidades circunvizinhas.

Nesse período, Benedito dos Santos Lima já era comerciante, proprietário da Merceria Bembém. Em sua primeira edição, em nota intitulada “**Ao público**”, de autoria do próprio Benedito Lima, o editor destaca: “O Almanack constitui um repositório precioso de informações úteis, passatempo, curiosidades e distrações, sendo, portanto, um livro de necessidade em toda casa” (ALMANACK DA PARNAHYBA, 1924, p. 1).

Visando integrar-se ao ambiente intelectual parnaibano, o senhor Bembém, como era mais conhecido Benedito Santos Lima, optou pelo almanaque, ao invés de um jornal (no período, muitos tinham “vida curta”). Uma publicação simples, com leitura leve, recheado dos mais variados assuntos, informações de utilidade pública com um viés de passatempo, “pensamentos filosóficos”, calendários discriminando as festas/feriados/dias santos locais e nacionais, ilustrações diversas, propagandas, conteúdo de cunho cultural, entre outros.

A edição do “*Almanack da Parnahyba*” em 1924 (demonstrada a seguir) foi distribuída aos amigos e fregueses da MERCEARIA BEMBÉM²⁷, como presente de Ano-Novo. Como o almanaque se tratava de um manual que normalmente as pessoas buscavam por suas informações durante o ano inteiro, pois o mesmo sempre em cada nova edição disponibilizava um calendário. Geralmente, estes almanaques eram entregues em forma de presente. Durante o período em que esteve sob a direção do sr. Benedito dos Santos Lima (1924-1941), o lançamento de cada edição era motivo de festa na cidade, uma ocasião social,

²⁶Ao que parece, a primeira publicação a levar o nome de “almanaque” no Piauí foi o “*Almanaque Piauiense*”. Surgiu em 1879, sob a responsabilidade de Miguel de Sousa Borges Leal Castelo Branco. Desapareceu três anos depois.

²⁷Estabelecimento comercial de propriedade do sr. Benedito dos Santos Lima bem frequentado pelos homens cultos da cidade, que lá se reuniam, formando debates sobre assuntos diversos, estabelecendo verdadeiras “tertúlias intelectuais”. Esse tipo de encontro ocorria regularmente e persistiu durante muitos anos.

acompanhado de banda de música e distribuição de champanhe com presenças garantidas de autoridades de personalidades parnaibanas, sobretudo dos comerciantes.

Imagem 4: Capa da primeira edição do “*Almanack da Parnahyba*” - 1924



Fonte: Almanack da Parnahyba - 1924

AO PUBLICO. O almanack constitue um repositório precioso de informações uteis, passatempos curiosidades e distrações, sendo, portanto, um livro de necessidade em toda casa. Para o sertanejo, é às vezes, o livro único que guarda, cuidadosamente, para orientação da sua despreocupada vida, durante todo um anno. Notava-se a ausência, nesta cidade, de umas dessas publicações annuaes de tanto interesse e de incontestável utilidade. Sanando semelhante lacuna, a “MERCEARIA BEMBEM” si propoz dirigir e iniciar a publicação do presente ALMANACK DA PARNAHYBA²⁸, mas o fez de modo a apresentar uma publicação attrahente, caprichando na multiplicidade das leituras, ao mesmo tempo que contendo o mais completo serviço de informações de toda especie, sobretudo commerciaes. Este almanack é, portanto, uma promissora esperança. Nas edições seguintes, procurarão os seus dirigentes dar-lhes maior desenvolvimento, mais completo serviço de informações. Agradecendo ao honrado corpo comercial desta praça a solicitude com que foi attendido o nosso appello, para a aquisição dos annuncios, entregamo-lo ao público, certos de que prestamos, assim, com elle, um excellent serviço. MERCEARIA BEMBEM (ALMANACK DA PARNAHYBA, 1924, p.1).

²⁸Doravante, as citações referentes ao “*Almanack da Parnahyba*” serão assim referidas: AP.

O AP manteve suas publicações por várias décadas, cumprindo o propósito almejado durante o lançamento. Analisando sua trajetória, é possível perceber como o referido anuário contribuiu, com suas publicações, com os mais variados segmentos da sociedade, sobretudo a parnaibana, proporcionando aos seus leitores, a cada nova edição, um “universo” de informações nos mais variados setores: indústria, comércio, transporte fluvial, marítimo e ferroviário.

A divulgação de produtos e serviços; informes acerca do faturamento tributário do município; lista dos produtos exportados e de estabelecimentos comerciais de Parnaíba e cidades vizinhas; notas de utilidade pública (falecimento, missa, festas cívicas, etc); reivindicações dirigidas ao poder público; textos filosóficos, medicinais, de autoestima, de enaltecimento de figuras ilustres, calendários com todas as datas festivas (locais e nacionais), datas de eclipses solares e lunares; eventos de moda; matérias sobre outras cidades do Piauí e do Brasil e tantas outras informações, que, em tese, faziam parte do cotidiano dos seus fiéis leitores o ano inteiro. Destaca-se abaixo uma tabela quantitativo das publicações do AP no período de 1924 a 2013.

Tabela 3 – Quantitativo de publicações do “*Almanaque da Parnaíba*” (1924 a 2013).

Período (ano)	Número da edição	Total de edições	Responsável
1924 -1941	1 - 18	18	Benedicto dos Santos Lima ²⁹
1942 a 1981	18 a 58	40	Ranulpho Torres Raposo ³⁰
1982 a 1985	59 e 60	2	Manoel Domingos Neto
1994 a 1999	61 a 66	6	Academia Parnaibana de Letras
2004	67	1	Academia Parnaibana de Letras
2006	68	1	Academia Parnaibana de Letras

²⁹Benedicto dos Santos Lima (também conhecido como Bembém, apelido de infância) nasceu no povoado de São Raimundo (MA) em 27 de maio de 1893. Foi comerciante e fundador do “*Almanackda Parnahyba*”. Influenciado por uma série de almanaques patrocinados por empresas comerciais, como o “*Almanaque Bristol*”, o “*Almanaque do Pensamento*” e o “*Almanaque Bertrand*”, etc., resolve, ele mesmo, patrocinar, a partir de sua mercearia, seu próprio Almanaque. O ano de 1923 serviu para coleta de dados e organização do que viria a ser, no ano seguinte, o primeiro número do “*Almanack da Parnahyba*”, oferecido como uma lembrança da “Mercearia Bembém”. O *Almanack*, com certeza, foi além das expectativas de seu criador, já que, ao longo de sua existência, provou ser mais que uma lembrança: se constituiu num importante documento sobre a sociedade piauiense e parnaibana no século XX. Bembém ficou à frente do Almanaque até 1941, quando repassou seus direitos a outro comerciante da cidade, Ranulpho Torres Raposo. Benedicto dos Santos Lima também se dedicou ao jornalismo, escrevendo em jornais locais. Faleceu em 21 de agosto de 1958, na cidade do Rio de Janeiro, deixando esta contribuição à história e às letras piauienses.

³⁰ Ranulfo Torres Raposo (Miguel Alves-PI, 1900 – Parnaíba, 1980). Comerciante e jornalista. Figura de destaque no comércio parnaibano, com projeções em todo o Estado do Piauí e do Maranhão. Jornalista. Proprietário do “*Almanaque da Parnaíba*”, publicação que legou uma preciosa fonte de nossa história. Dirigiu o Sesc por mais de 20 anos, com muita proficiência e dinamismo. Conselheiro fiscal do Banco do Nordeste do Brasil. Patrono da Cadeira n.º 29 da Academia Parnaibana de Letras.

2013	69	1	Academia Parnaibana de Letras
------	----	---	-------------------------------

Fonte: CARVALHO, 2016, p. 61

O AP manteve seu estilo/gênero e periodicidade de publicações durante as suas três primeiras gestões (meados da década de 1980). O anuário foi repassado para a Academia Parnaibana de Letras, que o tornou, a partir de então, uma espécie de veículo oficial da instituição, perdendo com isso a sua identidade e periodicidade, tendo as suas edições lançadas esporadicamente (como demonstrado na tabela acima).

Visando oferecer aos seus leitores uma boa qualidade nas impressões, o “*Almanaque da Parnaíba*” foi confeccionado durante muitos anos em outros estados da federação, a exemplo do Ceará, nas Typographias Renascença (1924-1925) e Cadelha (1931-1933), do Pará, na gráfica J.B. dos Santos & Co, (1926 -1929), e a partir de 1934 foi impresso em gráficas genuinamente parnaibanas (Americana e Renascença). Três características bastante peculiares ao referido almanaque contribuíram para que alcançasse sua notória expansão. O conteúdo, a diagramação e o baixo custo de sua produção fizeram aumentar seu público, não só em Parnaíba e cidades circunvizinhas, mas por todo o estado do Piauí.

Aragão (2006), ao escrever sobre a história dos almanaques, ressalta a importância da variedade de conteúdos abordados, bem como a diagramação empreendida em cada nova edição, mesclando imagens e textos:

Esse veículo de comunicação vai ser responsável pela popularização do saber, em épocas em que o conhecimento era restrito a pequenos grupos de privilegiados, tornando-se um livro acessível às classes populares e levando informações sobre os mais variados temas, como uma espécie de enciclopédia popular. Mesmo havendo um grande índice de analfabetismo, devido a sua riqueza de imagens o almanaque dirige-se também àqueles que, se não podem ler, podem ouvir histórias, ou seja, o de comunicação oral. No Nordeste brasileiro, é conhecido como livro dos iletrados (ARAGÃO, 2006, p.13).

Como um veículo de divulgação das novidades e a serviço da sociedade parnaibana, sobretudo aos que pertenciam à classe comercial, o AP destacou em sua edição de 1932 uma nota na qual resume em que consistia a sua proposta editorial: “O Almanaque de 1932 traz matérias de grande utilidade para todas as classes sociais, pois, além das partes dedicadas especialmente aos comerciantes, agricultores e homens de negócios, traz assuntos recreativos, científicos e psicológicos” (ALMANACK DA PARNAHYBA, 1932, p. 35).

Desde a sua origem, o AP notabilizou-se como uma produção de caráter popular, de modo que a confecção de suas edições consistisse na utilização de materiais mais baratos, deixando os exemplares com preços acessíveis, haja vista que a sua circulação/divulgação se dava na cidade e no interior.

Suas páginas, sobretudo nos dias atuais, têm um valor inestimável, principalmente na utilização como fonte de pesquisa para historiadores e demais pesquisadores, pois o anuário, ao longo de suas sessenta e nove edições, testemunhou e noticiou as transformações econômicas, sociais e políticas, não só entre os parnaibanos, mas em nível nacional.

Na edição de 1945, o AP circulou com quinhentas páginas e trezentos e sessenta e três anunciantes. Superava em mais de dez vezes o volume de páginas e, conseqüentemente, de informações, tomando por base a sua primeira edição, em 1924, com quarenta e quatro páginas.

Anunciar no AP passou a ser sinônimo de empreendedorismo e sucesso garantido. Sobre o alcance de circulação e as tiragens, bem como o sucesso promissor de seus anúncios, a edição de 1957 trazia uma nota ressaltando a importância de anunciar no almanaque:

Anuário de grande tiragem, com vasta circulação em todo o país, principalmente nos estados do Piauí, Ceará e Maranhão, tornando-se, por tais motivos, o mais eficiente veículo de propaganda. Anunciar no “ALMANAQUE DA PARNAÍBA” é ter a segurança de excelentes resultados, pois se trata de uma publicação valiosa, que se conserva nas estantes, para consultas e leitura frequentes (ALMANACK DA PARNAHYBA, 1957, p. 150).

O almanaque, além de principal meio de divulgação de notícias e propagandas, era praticamente o único com alcance abrangente em todo o estado do Piauí e nos vizinhos estados do Maranhão e Ceará, notadamente na região de fronteira. Veiculando as principais casas comerciais de Parnaíba, prezava por uma ideologia conservadora, ausente de sectarismo, mas em suas publicações sempre legitimava os poderes constituídos dos governantes e os enaltecia. Como um ferrenho defensor da construção do Porto de Amarração (atual Luís Correia), como obra essencial para a expansão e desenvolvimento do comércio importador/exportador, sobretudo de produtos do extrativismo vegetal, dedicou algumas de suas páginas e capas com o tema relacionado a este profundo anseio dos parnaibanos, sobretudo dos comerciantes.

O Porto de Amarração seria uma garantia para a continuidade do movimento comercial. “Nenhuma outra bandeira seria tão ardorosamente defendida pelos comerciantes locais” (ALMANAQUE DA PARNAÍBA, 1985, p. 9). Em artigo publicado na edição de 1985, intitulado “**A Trajetória do Almanaque da Parnaíba**”, Manuel Domingos Neto reafirma o significado do anuário como um detentor da história do comércio e da indústria piauienses, sobretudo da história econômica de Parnaíba:

Na leitura da coleção do AP, pode-se conhecer muita coisa da história do comércio e da indústria piauienses. Em particular, da história da economia parnaibana. Seus momentos de glória, de crise, de decadência. Seus números estatísticos, sua pauta de mercadorias, suas condições de negócio. Pode-se reconstruir muito de empresas e personagens. E conhecer as lendas que povoaram a

efervescente cidade durante décadas seguidas (ALMANAQUE DA PARNAÍBA, 1985, p. 10).

Portanto, como uma fonte inesgotável de pesquisa nos mais diversos campos do conhecimento, o AP acumulou em suas edições ao longo de décadas uma infinidade de informações que se perpetuaram por meio de inúmeros trabalhos acadêmicos (artigos, dissertações, teses, livros, entre outros), publicados em diversas instituições de ensino superior espalhadas pelo país, sempre tendo como objeto de estudo a cidade de Parnaíba como o berço desse tão precioso e incomensurável instrumento de divulgação da história da indústria e do comércio locais, sobretudo da economia do estado do Piauí. Órgão divulgador e estatístico do movimento comercial da cidade e, posteriormente, do estado do Piauí, o “*Almanaque da Parnaíba*”, hoje, representa fonte imprescindível para diversos estudos acerca do comércio piauiense, desde o ano de 1924 até 1980.

Correia (1945), no Livro do Centenário da Parnaíba traz uma nota referindo-se às características peculiares ao “*Almanaque da Parnaíba*” que o tornaram uma publicação conhecida por piauienses radicados em outros estados da federação:

Corre o tempo. O almanaque tornou-se uma publicação queridíssima em todo o Piauí, pois, ampliando o programa inicial, começou a inserir nas suas páginas aspectos e cousas do nosso estado. Piauienses residentes noutros lugares do país, de logo, fizeram o “Almanaque” conhecido, apreciado e estimado, fora dos nossos limites. E eis que, dentro em pouco, o anuário se tornou um livro popular, e tão bem feito quanto os que melhor o fossem do país (CORREIA, 1945, p. 247).

O AP foi, ao longo de várias edições, incorporando cada vez mais informações aos seus leitores, tornando-se um anuário que passou a fazer parte da vida de muitos parnaibanos, dentro ou fora de sua terra natal. O compromisso de seus redatores com o conteúdo impresso em suas páginas fez dele uma fonte de consultas confiáveis, do ponto de vista de seu público leitor, que adquiria cada nova edição na certeza de levar para casa uma gama de notícias que ficaria à sua disposição o ano inteiro, conectando-o com o que havia de novidade no mundo da política, cultura, economia e sociedade.

2.2.5 - Rádio Educadora de Parnaíba (PRJ -4 vulgo PRKK)

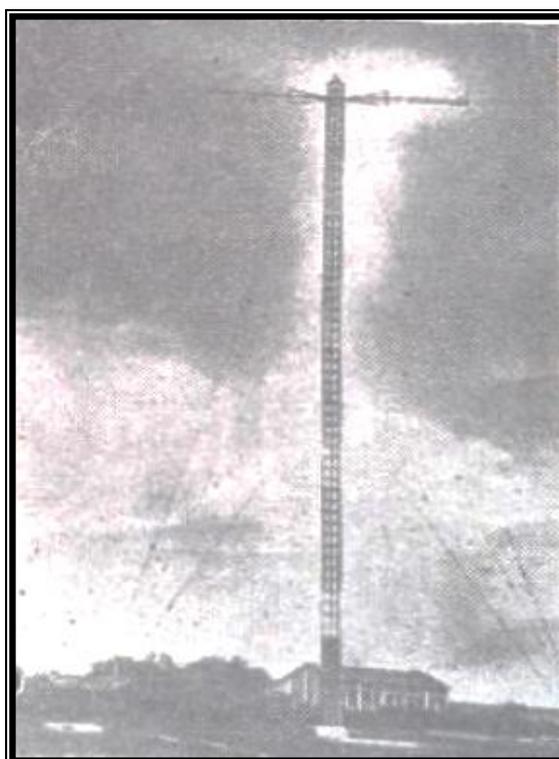
A “*Rádio Educadora de Parnaíba*” (PRJ-4), primeira emissora de rádio instalada no município, também trouxe sua parcela de contribuição para o desenvolvimento do comércio parnaibano. Inaugurada em 1940, o referido meio de comunicação foi um fato inédito entre os parnaibanos e uma grande realização para o engrandecimento da cidade.

Segundo as fontes consultadas, o projeto que deu origem à primeira estação de rádio da cidade surgiu a partir de um momento de divertimento de dois rapazes. Euvaldo Carvalho (rádio técnico), transferido de Fortaleza - CE, tinha sua oficina instalada no escritório de Alcenor Madeira (revendedor de rádios receptores). Eles costumavam gritar, de seus locais de trabalho, para que as garçonetes que trabalhavam do outro lado da rua lhes levassem bandejas com cafés e alguns copos de guaraná para que pudessem molhar a garganta. A população da cidade passou a chamar aqueles gestos rotineiros dos rapazes de “PRKK”.

A partir da prática diária da brincadeira, surgiu a ideia da criação da emissora de radiodifusão, que se tornou um projeto sério e de grande interesse por parte dos parnaibanos, em especial de Antônio Otávio de Melo, que teve fundamental importância. Ele apoiou a iniciativa de Euvaldo e Alcenor na concretização do referido projeto. No dia 2 de setembro de 1939, nascia a Sociedade Anônima Rádio Educadora de Parnaíba.

O nome foi sugerido pela senhorita Jacira Desouzart em substituição ao PRKK até então disseminado entre os parnaibanos. Foram então providenciados os aparelhos necessários e a adaptação do prédio, localizado na Praça Santo Antônio (centro), para o funcionamento da tão esperada estação de rádio. O curioso é que a torre que sustentava uma das antenas da emissora fora construída de madeira (pau-d’arco), como mostra a imagem a seguir:

Imagem 5: Uma das torres da antena – 30 m (pau-d’arco) – Rádio Educadora de Parnaíba



Fonte: Almanaque da Parnaíba – 1942

A inauguração da Rádio Educadora de Parnaíba foi em 3 de maio de 1940 (18 anos após ter surgido a primeira estação de rádio no Brasil), um evento social/festivo que contou com a participação de autoridades locais e estaduais. Sua primeira diretoria contava com os seguintes nomes: José de Moraes Correia (presidente), Francisco Fontenele de Araújo (vice-presidente), Antônio Otávio de Melo (diretor comercial), dr. Antônio Castelo Branco Clark (tesoureiro), Alarico J. da Cunha (secretário) e Alcenor Neves Madeira (superintendente).

Vale ressaltar que todos os membros que compuseram essa diretoria enveredaram pelo caminho da prosperidade. Prova disso é que ainda no ano de sua inauguração a estação já contava com contratos com os principais fabricantes de discos (vinil) do país, que remetiam (via aérea) semanalmente as últimas gravações (ALMANAQUE DA PARNAÍBA, 1942).

Em sua grade de programação, constavam os programas de auditório, “coqueluche” da época áurea do rádio no Brasil, peças teatrais e informativos noticiosos. Seus organizadores também traziam a Parnaíba renomados cantores do rádio da época para se apresentarem no Cine Éden ou no Cine Ritz. A emissora divulgava sua programação para o estado do Piauí (Região Norte), Maranhão e Ceará. Em pouco tempo, a primeira emissora de rádio de Parnaíba aumentaria sua potência, saindo das ondas longas para as curtas, como uma demonstração grandiosa de seu progresso. De acordo com Nascimento (2006), entre os seus anunciantes estava a firma Poncion Rodrigues, radicada em Parnaíba, mas com filial em Teresina. Representante da marca Philco, divulgava seus produtos em anúncios no rádio:

Uma casa comercial co matriz na cidade de Parnaíba e filial em Teresina, a Poncion Rodrigues & Cia Ltda divulga semanalmente que representa no Piauí a marca Philco, “de fama mundial ela qualidade. Recebemos novos e sensacionais modelos para 1948. Não compre um rádio comum, compre Philco: 5 válvulas – ondas largas e curtas (três faixas) e seis válvulas ondas largas (4 faixas)”. O rádio é oferecido como um instrumento de lazer e que tem a capacidade de melhorar o nível de vida do ouvinte, já que ele terá como ouvir uma boa música e estará bem informado com as últimas notícias de todo o mundo. Viverá melhor, com “conforto e alegria” (NASCIMENTO, 2006, pp. 12-13)

Imagem 6 - Auditório da Rádio Educadora de Parnaíba



Fonte: Almanaque da Parnaíba – 1942

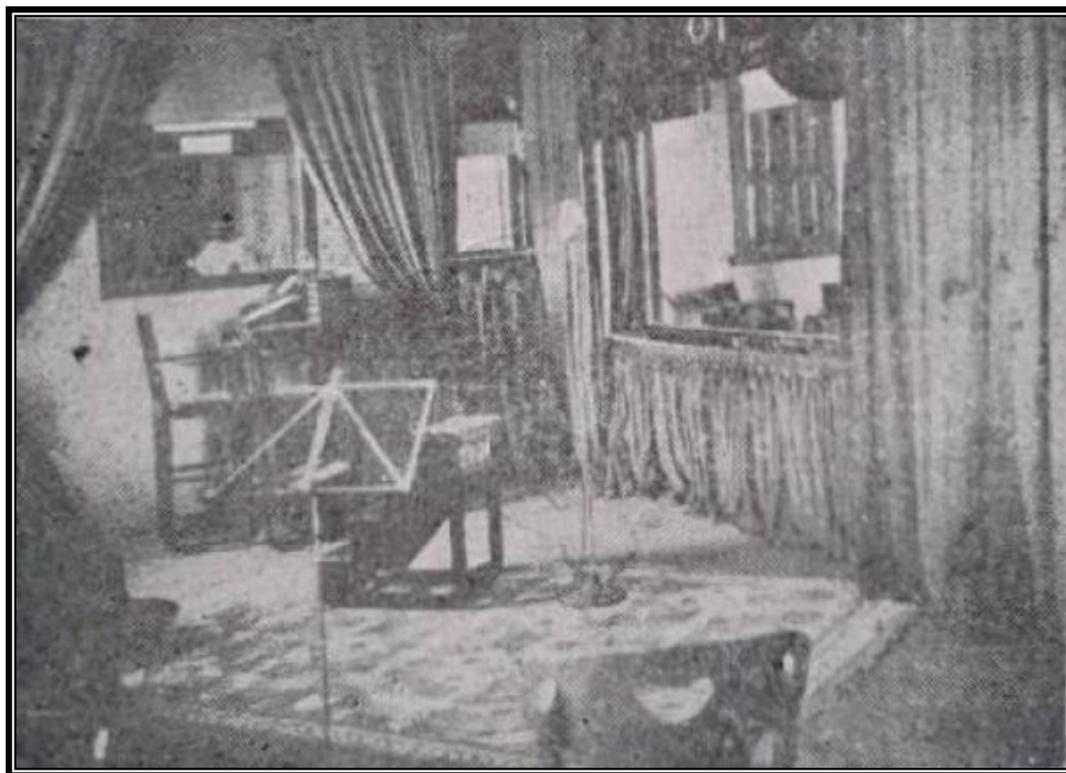
O empreendimento mostrava-se vitorioso dia após dia. Durante os três primeiros anos de sua existência, a emissora operou com ondas longas (204,6 metros), sob uma frequência de 1.470 kilociclos³¹. A pequena potência, composta por ondas longas de que dispunha a rádio (como demonstrado), não era o que os seus idealizadores almejavam para o futuro promissor da emissora.

Trabalhavam incansavelmente para ampliar esse potencial, para que a Rádio Educadora de Parnaíba pudesse levar a voz dos parnaibanos aos mais recônditos rincões do Brasil. Seus anseios embalararam o sonho de uma emissora de ondas curtas. A perseverança de seus dirigentes transformou o sonho em realidade. Uniram esforços até conseguir o capital necessário para a aquisição do transformador de ondas curtas. Naquela época, a Sociedade Técnica Paulista fornecia os transmissores sob rigorosos princípios técnicos.

Adquirido o transmissor, em 6 de setembro de 1943 a PRJ – 4 passava a operar na onda de 62.18 metros, irradiando suas transmissões na frequência de 4.825 kilociclos. Sob a nova potência, a emissora operava com aproveitamento máximo, atendendo a todas as expectativas dos seus anunciantes e idealizadores no que tange à cobertura geográfica.

³¹Unidade de frequência com mil (1.000) oscilações por segundo.

Imagem 7: Estúdio da Rádio Educadora de Parnaíba



Fonte: Almanaque da Parnaíba - 1942

Após a instalação do novo transmissor, fontes fidedignas à época garantiam aos dirigentes da emissora que ela alcançara uma boa frequência entre os estados do Pará e São Paulo e vez por outra chegava até o Rio Grande do Sul. Concomitantemente à instalação do transmissor de ondas curtas, foi construído um edifício próprio, localizado no terreno onde já havia antenas instaladas. A proposta do novo prédio era construir dois estúdios (A e B), que recebessem os transmissores de ondas longa e curta, um escritório comercial e uma cabine de transmissão com os discos de vinil (Long Play). No antigo endereço (alugado), restaria apenas o estúdio C, reservado às transmissões de programas artísticos.

Diariamente, era feita a transmissão, com o patrocínio da União Fluvial Ltda., de um boletim informando a posição exata dos vapores que subiam e desciam o rio Parnaíba, contribuindo diretamente com o comércio do interior. Havia um empenho dos diretores da emissora no sentido de atender à finalidade segundo a qual fora criada a Rádio Educadora. Seus dirigentes sempre receberam apoio/colaboração de autoridades estaduais e municipais, bem como do povo de todo o estado, sobretudo o parnaibano.

O povo parnaibano e demais convidados demonstraram toda a sua estima à Sociedade Rádio Educadora durante a festa de inauguração das novas instalações, ocorrida em 6 de setembro de 1943, comparecendo em peso à solenidade e tornando as dependências dos dois prédios pequenas diante do número de pessoas. Foi um memorável acontecimento social na cidade.

Uma demonstração de grande simpatia e apreço que a emissora despertou e manteve durante toda a sua existência nas famílias parnaibanas. Euvaldo de Carvalho, Alcenor Madeira e Antônio Otávio (idealizadores da rádio) tiveram seus nomes exaltados na edição do “*Almanaque da Parnaíba*” de 1944, tendo sido citados pelo referido anuário como empreendedores e progressistas:

Embora já seja quase de todos conhecida a história da “Educadora”, é sempre justo ressaltar o espírito empreendedor e progressista daqueles que idealizaram e que com o seu trabalho dedicado fizeram dos seus primeiros dias de vida – uma vida que se anunciava obscura – a aurora de uma grande vitória (ALMANAQUE DA PARNAÍBA, 1944, p. 276).

A “*Rádio Educadora de Parnaíba*” foi essencial para incentivar as alterações no dia a dia da população. O comércio, a indústria e as empresas de produção de bens, de todos os tipos, encontraram na transmissão via radiodifusão seu potencial de propagação e convencimento e o poder de criar necessidades de uso de novos produtos, sobretudo por meio das propagandas dentro da grade de programação. Os anúncios feitos no rádio influenciavam significativamente no aumento das vendas de seus respectivos anunciantes, como ressalta Sousa (2009) acerca dos resultados de um dos programas da emissora dedicado à Casa Inglesa. Segundo ele:

O programa “Casa Inglesa”, que era apresentado entre as 19 horas e 30 minutos e 19 horas e 45 minutos, informava a cotação de gêneros para exportação do Piauí, era gerido e financiado pela empresa homônima, que durante as três primeiras décadas do século XX havia ampliado significativamente o seu raio de ação, na venda dos mais variados produtos manufaturados importados principalmente da Europa para o Piauí. Fundada ainda no século XIX, contava com “a maior frota de caminhões do estado no ano de 1942”. Conseguia, por intermédio dos microfones da Rádio Educadora, influenciar uma enorme parcela dos ouvintes na compra de seus produtos, que eram noticiados nos intervalos do informativo sobre o preço dos gêneros exportados do Piauí (SOUSA, 2009, p. 79).

A “*Rádio Educadora da Parnaíba*” (PRJ 4 - ZYE 7 AM) marcou história na cultura dos piauienses entre as décadas de 1940 e 1950. Irradiando programas na mesma linha de grandes rádios, como a Rádio Nacional do Rio de Janeiro, a Educadora buscava também o mesmo nível das emissoras do sul do país. Seu estúdio era isolado por enorme cortina de vidro transparente, com auditório confortável e transmissão de alta potência. Em meio a tantas invenções da era

moderna, o rádio sem dúvida merece um destaque especial. Afinal, encurtou distâncias, aproximou culturas e trouxe para dentro das residências, independente da classe social, a informação e o entretenimento por meio das ondas sonoras.

O rádio foi essencial para incentivar as modificações dos hábitos das pessoas, indústrias, empresas de produção de bens, tais como: alimento, vestuário, cosméticos, entre outras. Portanto, tanto a população quanto as indústrias e empresas encontraram no rádio seu potencial de propagação e convencimento e o poder de criar necessidades de uso de novos produtos, sobretudo por meio das propagandas. De acordo com as informações encontradas no AP (1942), a “*Rádio Educadora de Parnaíba*” após 69 anos (1940 – 2009), de pleno funcionamento, encerrou suas atividades e o motivo de seu fechamento é desconhecido. O certo é que a rádio foi fechada definitivamente. Até mesmo seus transmissores desapareceram, restando apenas as lembranças dos tempos de ouro no rádio na memória dos parnaibanos.

CAPÍTULO 3 – CAIXEIRO VIAJANTE: figura peculiar condutora do comércio ambulante no município de Parnaíba - PI no final do século XIX e início do XX

3.1. –Número oficial de caixeiros viajantes e atividades afins no Piauí, segundo o Censo do IBGE – 1940

Na segunda metade do século XIX, os caixeiros viajantes aparecem como agenciadores e/ou representantes de grandes empresas na região do litoral do estado. Apesar de as mesmas terem suas filiais instaladas nas principais praças, esse profissional integrava as referidas empresas às cidades que o curso do rio Parnaíba e seus afluentes não atingiam, haja vista que, naquela época, o transporte fluvial era o meio de transporte mais fácil e barato para o escoamento dos produtos comercializados.

Inicialmente, estabeleceram-se no Piauí as seguintes casas comerciais: inglesa, seguida da francesa e por último as alemãs. Desenvolviam negócios de importação e exportação e criaram uma logística de dinamismo comercial nos locais em que se instalavam, exportando matérias-primas ao tempo em que importavam uma gama de produtos industrializados. Knox (1987), em sua obra “**O Piauí na Primeira Metade do Século XIX**”, ressalta a importância dessa mediação empreendida pelos caixeiros viajantes entre as empresas e o consumidor final:

Não havia negociantes, representados pelos mascates e caixeiros viajantes, que, em verdade, prestavam relevantes serviços às populações dispersas. Só nos fins do século XVIII, em São João da Parnaíba, com o desenvolvimento da indústria do charque e o comércio que se desenvolveu, surgiu a classe dos comerciantes e vendeiros, cuja falta, no século XIX, terceira década, Gardner nota, assim como alfaiates, sapateiros e outros que residam permanentemente na vila citada (KNOX, 1987, p. 37).

O caixeiro viajante seguia sua rota, levando suas amostras por todas as comunidades que não dispusessem de comércio local. Por onde passava, registrava os seus pedidos, para posteriormente serem entregues aos seus respectivos destinos. Como vimos anteriormente, essa entrega se dava, na maioria das vezes, por meio de tropeiros, montados em animais. Normalmente, os caixeiros viajantes não costumavam voltar para entregar suas mercadorias encomendadas.

No tocante às viagens, no geral eram muito dispendiosas e reduziam os lucros nas vendas, o que inviabilizava o retorno desses caixeiros a essas rotas para entregarem seus pedidos, delegando a tarefa para os tropeiros, que já tinham grande prática com os caminhos e veredas.

Segundo o IBGE (1952), o Censo de 1940, acerca do estado do Piauí, traz alguns conceitos, como: empresa, estabelecimento, comércio a varejo, comércio por atacado, comércio misto, dentre outros. Totalizou o número de habitantes em 1.045.696, dos quais 517.185

correspondiam ao número de homens e 528.511 ao de mulheres. Em meio a esse contingente populacional, 407.342 não sabiam ler e escrever e apenas 155.145 sabiam, o que nos leva a crer que a maioria da população não tinha nenhum tipo de instrução.

Não é nossa pretensão aqui analisar detalhadamente a publicação do Censo acima mencionado, muito menos questionar e/ou duvidar dos conteúdos contidos, uma vez que são informações suscitadas pelo órgão de maior competência dentro do país, quando se trata de estatísticas. O motivo das informações apresentadas anteriormente é tão somente oferecer subsídios que demonstrem os números oficiais dos caixeiros viajantes registrados, nas empresas do estado do Piauí, como empregados de fato e de direito, recebendo à época por seus serviços, segundo consta no Censo de 1940, a importância de Cr\$ 1.000 (mil cruzeiros), excetuando as comissões e gratificações (que variavam de uma empresa para outra).

A publicação traz uma denominação e/ou conceito daquilo que seria, do ponto de vista oficial, o “empregado”. Os caixeiros viajantes e agenciadores aparecem como os empregados especialmente incumbidos de atender os fregueses, ressaltando-os como agentes compradores itinerantes que percorrem as praças, por conta das empresas, efetuando compras de mercadorias, de acordo com a publicação:

Como “empregados”, registram-se todas as pessoas que cooperam, mediante remuneração, nas atividades comerciais exercidas pelas empresas e respectivos estabelecimentos. Esta categoria compreende, além das discriminações consideradas no Censo Industrial, caixeiros viajantes e agentes compradores, que percorreram, por conta da empresa, as praças comerciais, efetuando vendas e compras de mercadorias, e também caixeiros e vendedores que exercem nos estabelecimentos, atividades diretamente relacionadas com a venda de mercadorias (IBGE, 1952, p. 38).

No Censo de 1940, como citado anteriormente, aparece à definição do que seriam empresa e estabelecimento. A empresa seria uma unidade econômica, determinada por sua constituição jurídica e objetivos. O estabelecimento aparece como uma unidade técnica de operação, caracterizada por instalações adequadas e pessoal afeito ao exercício das atividades correspondentes a esses objetivos. Ou seja, uma empresa pode ter dois ou mais estabelecimentos.

Também classifica o comércio em três tipos: a) comércio a varejo: aquele que realiza operações diretas com o seu consumidor; b) comércio por atacado: designa aquele que faz as suas operações com entidades comerciais dentro do país e no exterior; c) comércio misto: como não poderia deixar de ser, constitui e/ou engloba ambas as transações mencionadas anteriormente.

Diante do exposto, apresentam-se, segundo fontes do IBGE (1952), os números de empresas e estabelecimentos contabilizados pelo Censo de 1940 em todo o estado do Piauí e as suas respectivas classes e/ou tipos de atividade comercial desenvolvida. Seguem as tabelas:

Tabela 4: Tipos de empresas e estabelecimentos

Tipos de empresas		
Comércio a varejo	Comércio por atacado	Comércio misto
2.011	73	505

Tipos de estabelecimentos		
Comércio a varejo	Comércio por atacado	Comércio misto
2.059	84	531

Fonte: IBGE, 1952

Como a pesquisa visa identificar os caixeiros viajantes dentro do respectivo contexto histórico, espacial e temporal, nos limitamos a demonstrar, em meio a uma gama de ramos de comércio, apenas aqueles cujos profissionais foram encontrados, a exemplo dos elencados a seguir: nos ramos dos produtos agropecuários, matérias-primas produzidas pelas indústrias extrativistas vegetal, animal e mineral, 2 empresas trabalhavam com o comércio por atacado e tinham no seu quadro de funcionários 21 caixeiros viajantes.

Nos ramos dos produtos agropecuários, matérias-primas produzidas pelas indústrias extrativas e artigos de outros ramos, identificamos 10 empresas, que dispunham de 38 caixeiros viajantes. No comércio misto, foi identificada apenas uma empresa que trabalhava com o ramo de gêneros alimentícios, bebidas e estimulantes e tinha 1 caixeiro viajante como empregado.

Por fim, foram catalogadas 5 empresas também do tipo comércio misto, mas que trabalhavam com os ramos de fios têxteis, tecidos e artefatos de tecidos, artigos de vestuário e de uso pessoal – nelas, constam os registros de 16 caixeiros viajantes em seu quadro de funcionários.

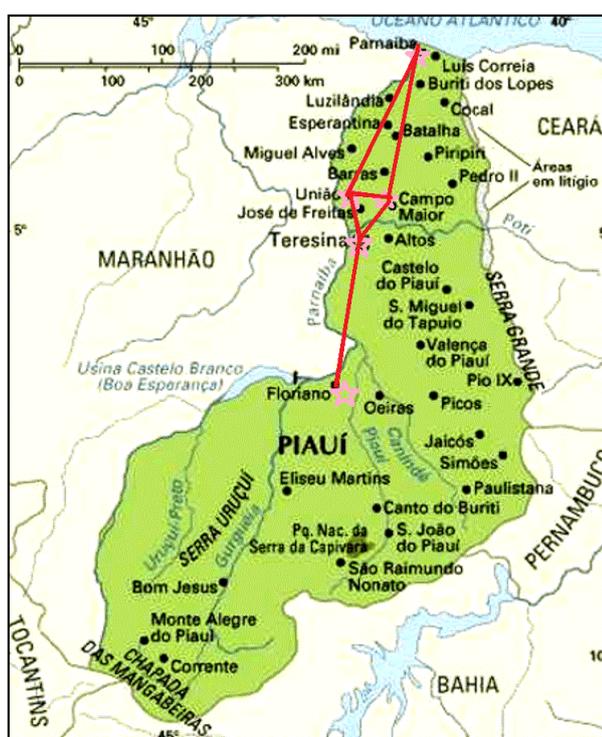
Na realidade, esses números foram contabilizados ainda no ano de 1939, correspondendo ao segmento “empresa”. Os números apontados ao outro segmento, “estabelecimento”, aparecem referentes ao ano de 1940, contabilizando 20 no total, espalhados por todo o estado, tendo sido identificado um contingente de 90 caixeiros viajantes, distribuídos da seguinte

forma: 35 atuavam no comércio por atacado, nos principais ramos como discriminados anteriormente, e 55 trabalhavam no comércio misto.

Não há registros, segundo o IBGE (1952), de nenhum caixeiro viajante trabalhando como empregado nos estabelecimentos de comércio a varejo. Os registros não apontam a localização das empresas e estabelecimentos dentro do estado do Piauí nas quais aparecem os caixeiros viajantes como empregados registrados. Viajantes, agentes compradores, caixeiros e vendedores aparecem no quadro de pessoal ocupado, totalizando 409 estabelecimentos de comércio a varejo e 442 de comércio por atacado e misto, representando todo o estado.

Constam no referido quadro todos os municípios do Piauí. Entre eles, destacamos apenas os cinco com o maior número dos profissionais acima destacados. São eles: Campo Maior, Floriano, Parnaíba, Teresina e União, destacados no mapa abaixo:

Mapa 6: Os cinco municípios do estado com o maior número de caixeiros viajantes (Censo 1940)



Fonte: https://www.google.com/search?q=mapa+pol%C3%ADtico+do+piaui%C3%AD&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwiBIJK216riAhVTCrkGHbBDA3EQ_AUIDigB&biw=1366&bih=657#imgrc=-MdaX0TtyCYvUM:

Nos dados apresentados pelo IBGE (1952), diferentemente da profissão de caixeiro ou vendedores balconistas, a atividade de caixeiro viajante aparece como exclusiva do sexo masculino. Não há nos quadros disponibilizados no Censo do IBGE de 1940 um só caso de

mulheres trabalhando nessa profissão. Também é possível perceber, pelos dados referentes à instrução da população piauiense em 1950 (o número de pessoas que não sabiam ler ou escrever), que a profissão de caixeiro viajante não exigia muitas qualificações, assim como foi demonstrado com relação ao caixeiro.

Para ingressar nas casas comerciais, bastava-lhe ser alfabetizado e dominar as quatro operações aritméticas. Mas, diante de sua responsabilidade como profissional do comércio e representante da empresa para a qual prestava serviço, o caixeiro viajante deveria ser detentor de muitas habilidades que a profissão lhe exigia, alguém astuto e com o poder de persuadir diante das mais inusitadas situações, como assevera Duarte Filho acerca da desenvoltura desse profissional:

Neste contexto, surgia a importância do caixeiro viajante, que tinha a função de sair oferecendo mercadorias industrializadas pelas diversas cidades ao longo do curso do rio Parnaíba, no Piauí e Maranhão, adentrando um pouco nelas em algumas regiões, para leste, fechando negócios na compra de produtos de extrativismo vegetal e animal. Onde havia agência de telégrafo, o caixeiro, após o fechamento da venda do produto com o cliente, transmitia o pedido com todos os dados do produto negociado e, ao receber, a empresa já se encarregava de disponibilizar a carga no navio. O caixeiro viajante levava sua maleta e dormia em pensões, sempre procurando agilizar a atividade comercial (DUARTE FILHO, 2010, p. 29).

A utilização do telégrafo³², segundo Duarte Filho (2010), nas negociações, “tornava-se imprescindível, pois, por meio dele, o caixeiro fechava os negócios e fazia os contatos para que as empresas responsáveis pelos produtos providenciassem as cargas necessárias ao abastecimento dos clientes ao longo do rio Parnaíba” (DUARTE FILHO, 2010, p.29). Matérias-primas, como carnaúba, vísceras de peixe, pena de ema, óleo de pequi, dentre outras encontradas ao longo do rio, serviam de moeda de troca, haja vista que as mesmas eram usadas como suprimentos na fabricação de outros produtos na cidade de Parnaíba.

A citação a seguir consegue vislumbrar as principais atribuições desse personagem, que foi, desde os tempos idos, de suma importância para o desenvolvimento do comércio, nos mais distantes rincões deste imenso Brasil.

Cavalcadas de caixeiros viajantes se faziam ver e ouvir no luxo de seus arreios e no som de seus guizos e “cincerros”. O “cometa” era o grande personagem. Falava em nome dos grandes empórios e tudo sabia sobre a qualidade dos créditos que podiam ser concedidos. Mais do que um preposto comercial, era, na verdade, o agente de ligação entre dois mundos que somente tinham, nas

³² O telégrafo é um dispositivo que usa sinais elétricos para a transmissão de mensagens de texto codificadas, por meio de linhas com fio ou radial. O telégrafo elétrico, ou mais comumente apenas “telégrafo”, substituiu os sistemas de transmissão de sinais dos semáforos, como os projetados por Claude Chappe para o exército francês e Friedrich Clemens Gerke para o exército prussiano, tornando-se assim a primeira forma de comunicação elétrica.

estradas e, neles, seus veículos. Da decisão de apoio político à compra de medicamento específico, do aconselhamento sobre o melhor colégio da capital, onde internar o filho, a escolha do que mais na moda estava para ser usado em oportunidade festiva, dava opinião sobre qualquer assunto que tratasse o velho jornal que chegasse ao detalhe a respeito de qualquer boato ou informação truncada e mal sabida (PAES, 2001, p. 55).

A palavra caixeiro designa a categoria de profissionais ligados às atividades comerciais, no nível de empregado. Mas, embora não conste em registros oficiais a existência de caixeiros viajantes autônomos, a exemplo do Censo do IBGE de 1940, sabe-se que eles desenvolveram suas atividades nas mais variadas regiões do país. Há poucas fontes acerca da passagem dos caixeiros viajantes na história, haja vista que a atividade realizada em muito se confunde com outras atividades muito similares, como as de mascate, tropeiro e a do próprio caixeiro, que desenvolve o seu trabalho no interior dos estabelecimentos comerciais.

O tropeirismo, por exemplo, surge como uma atividade de apoio à mineração, contribuindo com o desenvolvimento das regiões Sul, Sudeste e Centro-Oeste, no sentido econômico, ainda dentro do contexto do Brasil Colônia. “Sabe-se que o tropeirismo começou no Brasil no século XVII e pouco a pouco foi ganhando importância social e influência política. Destacou-se como atividade comercial e serviu de sustentação a todos os períodos econômicos que sucederam o período do ouro” (PAES, 2001, p. 67).

O mascate, via de regra, era estrangeiro, recém-chegado ao Brasil, já trazendo na bagagem a sua mercadoria, que geralmente era originária da Europa. A mascateação começa com a mercadoria sendo conduzida nas costas e com o uso da velha e boa matraca anunciando sua chegada às roças (praças) isoladas. À medida que os negócios prosperavam, investia-se na compra de uma besta (mula), que fazia o trabalho de conduzir todas as suas bugigangas.

Outra característica que difere o mascate do tropeiro era o primeiro utilizar suas mulas para transportar os seus produtos, e não a de terceiros, além dele próprio (o mascate) ser o comerciante e não um simples condutor das mercadorias. Os tropeiros eram, inclusive, prestadores de serviços para os caixeiros viajantes, que utilizavam suas tropas de muares e dos conhecimentos que tinham acerca das regiões por onde andavam. É o que destaca Paes (2001), ao se referir ao trabalho desses profissionais em algumas regiões do país:

As primeiras trocas nos municípios eram feitas por meio de representantes de casas comerciais dos grandes centros, conhecidos também como cometas ou ainda caixeiros viajantes. Para os pagamentos, havia necessidade do correspondente, pois não havia casas bancárias. Os representantes ou cometas de casas comerciais dos grandes centros (Rio, São Paulo, Salvador e outros) faziam aquelas viagens com relativo conforto. Para a caminhada, dispunham de ótimas cavalcadas, compostas de onze, quinze e mais burros, adestrados para longas arrancadas ou alocavam tropas de tropeiros para fazer o transporte

e tocar a viagem. Em suas bagagens, levavam tudo: cama completa, roupa de uso, utensílios de cozinha, mantimentos, bons vinhos, chuveiro, e alguns levavam até barraca e cadeira de lona. Dirigia a comitiva o arrieiro, homem prático de viagens, que tinha a seu cargo também o cuidado dos animais: como auxiliar, levava um companheiro selecionado com a atividade de cozinheiro (PAES, 2001, p. 68-69).

No tocante ao caixeiro ou balconista, também de certa forma se confunde com o caixeiro viajante. Via de regra, trabalhava no interior dos grandes armazéns, empórios, tabernas, trapiches e demais estabelecimentos comerciais, geralmente com vendas a varejo. Mas isso não o impedia de trabalhar em empresas de atacado. O vocábulo “caixeiro”, até meados de 1930, era de uso corrente, tanto no que tange ao linguajar do cotidiano quanto à escrita oficial, a exemplo dos registros de casamento civil, em que o termo às vezes era substituído por “empregado” ou “auxiliares” do comércio.

Numa época mais remota, início do século XVIII, de acordo com Paes (2001) em sua dissertação de mestrado intitulada “**Tropas e tropeiros na primeira metade do século XIX no Alto Sertão Baiano**”, é possível encontrar o termo “caixeiro” com duplo significado. O primeiro estaria atribuído à função de embalador do açúcar depois de purgado, produzido nos grandes engenhos, mantendo-os em caixas. Devia reparti-los entre o senhor e os seus respectivos lavradores, já deduzidos os impostos cobrados à época (dízimo/quinto), tudo devidamente anotado/registrado. O outro significado era o de um empregado do comércio dos grandes centros, que tinha a função de receber o açúcar em caixas, oriundo dos engenhos, e posteriormente distribuí-lo aos chamados trapiches (armazém/depósito). Santos (2009) afirma que,

ao ingressar em um estabelecimento comercial, o empregado encontrava uma organização hierárquica: os caixeiros, o primeiro caixeiro e o patrão. Para ingressar numa casa comercial, o aspirante a caixeiro (11 a 14 anos) não precisava saber muito. Bastava que fosse alfabetizado e ter conhecimento das quatro operações aritméticas (SANTOS, 2009, p. 36).

Basicamente, diante das necessidades financeiras das famílias dos pequenos caixeiros, aos referidos jovens não lhes era dado o direito sequer de sonhar com outras profissões, restando-lhe tão somente as casas comerciais, vistas pelas famílias como meio mais rápido de ingresso no mercado de trabalho.

Diante do exposto, é possível perceber que, apesar de algumas semelhanças entre as atividades elencadas, no geral elas diferem em muitos aspectos. Cada uma traz consigo as suas especificidades, como as citadas anteriormente. Neste trabalho, o objeto central de pesquisa é o caixeiro viajante. Busca-se focar a escrita na trajetória desse profissional do comércio, que tanto contribuiu com o desenvolvimento econômico, político, cultural e social do Piauí.

Enfatiza-se principalmente a cidade de Parnaíba, na região norte do estado. O recorte temporal compreende o final do século XIX e primeiras décadas do século XX, o que não impede a busca de fontes em outras épocas. Não se pretende tornar o caixeiro viajante um herói, mas tão somente trazer para o conhecimento da sociedade a importância e as contribuições desse profissional para o desenvolvimento das empresas comerciais do estado.

3.2 - O caixeiro viajante e a arte de persuadir

É quase comum, conhecermos alguém persuasivo que, de alguma maneira, consegue influenciar as pessoas com facilidade, em benefício próprio. Um exemplo clássico disso pode ser atribuído à figura do caixeiro viajante, sujeito habilidoso ao enfrentar os mais inusitados obstáculos, no exercício da sua profissão diuturnamente. Onde quer que fosse, levava sempre consigo aquele que seria um dos seus principais atributos para o bom desempenho de seu trabalho: a arte de persuadir.

Como profissional que tinha na atividade comercial o seu meio de sobrevivência, o caixeiro viajante sempre utilizou no “fechamento de seus negócios” (vendas) todo o seu poder de persuasão diante de sua clientela, ajudando-o a convencê-la a adquirir os seus produtos. Abreu (2002), em sua obra: “**A Arte de Argumentar**”, demonstra aquela que seria a origem do termo persuadir, segundo ele: “Persuadir é saber gerenciar relação, é falar à emoção do outro. A origem dessa palavra está ligada à preposição PER, “por meio de” e a SUADA, deusa romana da persuasão” (ABREU, 2002, p. 25).

Provavelmente, os caixeiros viajantes nunca tomaram conhecimentos acerca da definição do termo persuadir atribuído por Abreu (2002), bem como a existência do próprio. Embora o termo persuadir possa lhes causar estranhamento, suas ações diárias junto aos seus clientes configuravam-se como a arte de persuadir, algo que certamente esses profissionais não aprenderam nos livros ou manuais, mas no exercício de sua profissão, pois o ato de persuadir quer dizer construir no terreno das emoções. É sensibilizar o outro para agir. Quando persuadimos alguém, esse alguém realiza algo que desejamos que ele faça, como comprar um produto, por exemplo.

Nas suas jornadas diárias, o caixeiro era desafiado a vender os seus produtos, sejam eles pronta entrega ou de encomenda. A palavra de ordem era não perder vendas, não deixar de fazer negócios. Cada cliente visitado era um momento de interação, com troca de informações por ambos os lados, mas também oportuno para a efetivação de uma nova venda. Durante essas visitas, era comum o caixeiro viajante receber da clientela as duplicatas vencidas de vendas passadas, cabendo a ele, em situações dessa natureza, a função de cobrador. O não recebimento

das referidas duplicatas às vezes impedia que ele fizesse novos pedidos, ou seja, os clientes inadimplentes não estariam aptos a fazerem novas compras.

As viagens empreendidas pelos caixeiros viajantes eram sempre repletas de percalços. Isso inclui toda a logística de transporte, acondicionamento das mercadorias, hospedagem, localidades de difícil acesso, condições precárias e/ou inexistência de estradas, inadimplência de clientes, pouco recurso disponível para o custeio das viagens, longas jornadas longe da família, entre outros. Apesar das dificuldades, o caixeiro viajante lutou diuturnamente de maneira incansável para o cumprimento de sua função de condutor do progresso e desenvolvimento econômico, político, social e cultural, sobretudo no município de Parnaíba, no recorte temporal aqui abordado.

Em suas longas jornadas empreendidas pelo interior, longe dos grandes centros comerciais, era comum os caixeiros encontrarem pelo caminho outros caixeiros. Os encontros geralmente aconteciam nas hospedarias, lugar onde os mesmos se reuniam para descansar, contar as novidades das praças por onde passavam, falar das vendas, bem-sucedidas ou não, do cliente que deixou de pagar a duplicata vencida, das bebedeiras nas casas noturnas, bem como as experiências amorosas. Eram momentos de interação, troca de experiências e conselhos para os caixeiros principiantes. Durante esses encontros dos viajantes, era praxe os mais velhos e experientes contarem muitas anedotas.

Aliando perspicácia à persuasão, o caixeiro viajante conduziu de maneira eficiente a realização de bons negócios na área comercial no fim do século XIX e nas primeiras décadas do século XX, seja trabalhando por conta própria ou como funcionário “fichado” em grandes empresas, como já demonstrado. Por meio de seus discursos persuasivos, o caixeiro adquiria a confiança da freguesia ao tempo em que a cativava, garantindo-lhe uma relação de amizade e fidelidade nas praças por onde atuava. O que lhe proporcionava encomendas (pedidos) de novos produtos e a garantia de um breve retorno.

A maioria das viagens demoravam em média uma semana. As viagens feitas para localidades mais distantes e de difícil acesso, às vezes demorava um mês. A duração das viagens geralmente dependia de fatores como: regiões de difícil acesso, número de clientes a serem visitados, invernos rigorosos, a demora no fechamento das vendas, a difícil tarefa de receber as duplicatas passadas, entre outros. Outro agravante para o caixeiro que viajava com o auxílio de tropeiros eram as paradas obrigatórias para o descanso dos animais. Momento de dar-lhes de beber, alimentá-los e deixá-los descansar. “Um burro cansara e eles foram obrigados a repousar

à margem do caminho, sentados à sombra acolhedora de uma velha oiticica³³” (INOJOSA, s/d. p. 71). As jornadas eram intensas, debaixo de um sol forte, sob altas temperaturas e terrenos íngremes.

Apesar dos esforços despendidos pelos caixeiros viajantes para o bom desempenho de sua função, usando das mais variadas estratégias persuasivas no convencimento da clientela para a concretização da tão almejada venda, havia uma insatisfação por parte de alguns desses profissionais que trabalhavam para grandes firmas, no sentido de não se sentirem valorizados pelos seus respectivos patrões. De acordo com a obra “**História de um caixeiro viajante**”, de Aluísio Inojosa, Clélio, um dos caixeiros citados, desabafa aos seus colegas de profissão durante viagem que fizeram a Nova Cruz, cidade localizada a 115 km de Natal (RN):

O diabo é que o caixeiro viajante é sempre um incompreendido. Ninguém é capaz de avaliar o seu esforço em benefício do desenvolvimento do nosso país. Se esta pobre civilização brasileira saiu do litoral e veio até aqui, foi carregada nas nossas costas. Onde há um grupo de casas, perdido lá nos confins do mundo, aí nós chegamos para oferecer o produto das fábricas que surgem nos grandes centros. Do nosso esforço, do nosso trabalho é que dependerá o desenvolvimento dessa indústria que anda ainda engatinhando. Nós é que estamos forçando o seu desenvolvimento, colocando aqui e ali os seus produtos, num esforço nosso e muito nosso. Se ela for avante, se amanhã o Brasil possuir um grande parque industrial, que possa alinhar-se ao lado das grandes indústrias estrangeiras, a quem deve esse progresso? Aos caixeiros viajantes. E eles nada compreendem, continuam a tratar-nos como animais de sela. Mas um dia ainda haverá leis que nos amparem (INOJOSA, s/d. p. 109-110).

Na opinião de Clélio, João Silva, Ramos, entre outros, enquanto caixeiros viajantes, não contavam com a compreensão e solidariedade de seus patrões na hora de suas necessidades, pois todos tinham conhecimento de casos de companheiros que buscaram ajuda nas empresas e tiveram seus pedidos de socorro negados, a exemplo do que aconteceu com Ramos, que teve o seu filho envolvido num atropelamento em frente de sua residência e, ao solicitar um empréstimo ao seu patrão para custear o tratamento, levou um não como resposta, episódio que o deixou bastante deprimido, levando-o a óbito. Mas, apesar das dificuldades e incertezas que permeavam a profissão de caixeiro viajante, ela estava entre as mais almejadas pelos jovens no início do século XX. A exemplo de Lucas, que, aos 18 anos, empregara-se como auxiliar de serviços gerais em um armazém de miudezas do Recife (PE), pertencente à firma Moreira & Cia. Ele desejava um dia chegar ao cargo de viajante:

³³Árvore de até 15 m (*Licania rigida*), da família das crisobalanáceas, nativa do Brasil (PI até BA), de folhas alternas, flores amarelas em espigas ramosas e frutos drupáceos; oiti-bêbedo, oiti-cagão, oiticica-verdadeira, oiti-da-beira-do-rio. As sementes são ricas em óleo, próprias para tintas e vernizes.

Lucas alimentava um sonho dourado: ingressar no corpo de viajantes da firma. Seria o começo de uma nova vida, cheia de emoções, de responsabilidades, mas que lhe traria vantagens, como a de conhecer terras, entrar em contato com a clientela e...trabalhar longe das vistas do patrão. Demais, já era noivo. Precisava melhorar de vida. E para isso o melhor era o ingresso no quadro de viajantes (INOJOSA, s/d. p. 9).

Segundo o depoimento mencionado anteriormente, dentre os atrativos atribuídos à profissão para os jovens da época (início do século XX), estavam a emoção de conhecer cidades novas e o contato direto com a clientela. Algo que os já veteranos caixeiros desempenhavam com segurança e eficiência. Como vimos, o poder de persuasão e, por que não dizer, a análise do discurso, constituem as técnicas mais utilizadas pelos caixeiros viajantes, tanto no fechamento de novos negócios quanto no recebimento de dívidas atrasadas (duplicatas) nas praças por onde andavam.

No que tange à análise do discurso, ressalta-se que é por meio do uso da linguagem que o homem modifica a realidade em que está inserido e a ele mesmo. E este mesmo homem edifica a existência humana, atribuindo-lhe sentido. Na análise do discurso, o que importa é o homem e a língua em suas concretudes, não enquanto regras abstratas, ou seja, avalia os métodos e as condições por meio dos quais se produz a linguagem.

Ao abordar um cliente, o caixeiro viajante usava dos mais inusitados argumentos, como aqueles utilizados pelos viajantes dos grandes laboratórios de medicamentos em suas viagens pelo interior do Nordeste retratados por Leopoldo Alves em sua obra **“Histórias e estórias do caixeiro viajante”**. De acordo com os relatos, os argumentos eram:

“Doutor, é com muita satisfação que, nesta oportunidade, eu lhe apresento o Vitaminol, o último lançamento do Laboratório Nutrovitan, um reconstituente de alto valor terapêutico elaborado à base de Óleo de Fígado de Bacalhau e enriquecido com a adição de Vitaminas B1, B2 e B6” (ALVES, 1979, p. 16).

Outro exemplo bastante peculiar à figura do caixeiro durante uma abordagem persuasiva ao seu cliente:

Meu caríssimo Bráulio, hoje lhe trago excelentes e magnificas condições. O meu laboratório está disposto a colaborar para amenizar esta terrível crise, e autorizou-me conceder ao prezado amigo um prazo de noventa dias, e ainda a vantagem de você pode liquidar o título mediante parcelamento que se celebrará em dois pagamentos (ALVES, 1979, p. 89).

Sempre usufruindo de bons argumentos, o caixeiro viajante aos poucos aumentava o seu rol de clientes satisfeitos e a certeza de visitas asseguradas no futuro, haja vista que as rotas eram refeitas em outras oportunidades. Os caixeiros procuravam manter um bom relacionamento com a freguesia, nutrindo laços de amizade e confiabilidade que lhes proporcionasse bons negócios em visitas futuras, o que incluía o recebimento junto a essa

(clientela) das notas promissórias inerentes às vendas efetuadas. Mas, apesar dos esforços de ambas as partes, sobretudo do caixeiro viajante, nem sempre essa relação terminava de forma amigável. E isso ocorria geralmente quando o freguês não honrava o compromisso assumido de pagar as dívidas contraídas. Como o que acontecera com Lucas, que, na véspera de sair de Currais Novos (RN), por pouco não foi morto por um de seus clientes. Ao retornar até o comerciante a quem visitara no dia anterior, ao chegar ao armazém, o homem saltou diante dele, furioso, dizendo o seguinte:

- Já lhe disse que não quero comprar nada. Deixe de ser insistente e mal-educado. Lucas sentiu o sangue ferver-lhe. – Não vim lhe vender coisa nenhuma – replicou, veemente. – Vim despedir-me e ver se o senhor paga aquela conta atrasada. O homem saltou o balcão, fuzilante, de revólver em punho. As pessoas presentes encolheram-se a um canto, amedrontadas. E a felicidade de Lucas foi chegarem, na ocasião, alguns colegas, que o salvaram de morte certa (INOJOSA, s/d. p. 110-111).

“O mundo quase mágico do caixeiro viajante”, nas palavras de Jorge Amado (1979), era na realidade um mundo cheio de aventuras e surpresas, a exemplo do episódio mencionado anteriormente, que quase vitimou Lucas. As viagens empreendidas pelos caixeiros eram sempre desafiadoras, colocando à prova a resistência e capacidade de vencerem os obstáculos surgidos pelo caminho. Mas a convivência diária com pessoas em diferentes lugares dava-lhes subsídios para um amplo conhecimento de mundo, proporcionando-lhes maior desenvoltura na busca de soluções diante de problemas como a falta de pagamento, entre outros.

Embora sujeitos aos mais inusitados desafios, o caixeiro viajante não se deixava abater. Nas suas constantes visitas, levava consigo o seu mostruário de produtos, sempre à espera da realização de um novo negócio, um novo pedido. Sua personalidade e imponência o diferenciavam dos demais profissionais que circulavam pelas ruas das pequenas cidades por onde andavam. No exercício de sua profissão, suas vestimentas eram cuidadosamente escolhidas, pois necessitavam estar sempre bem apresentáveis.

Uniformizavam-se conforme a região em que iriam trabalhar, se era quente ou fria, iam acrescentando ou retirando os acessórios que considerasse necessários ou não. Como o uso de chapéus, lenços, casacos, botas, capas, etc. Por onde passavam, eram reconhecidos por todos como “viajantes”, sobretudo pelos hoteleiros, comerciantes, donos de bares e restaurantes e as “damas da noite”.

Em reconhecimento aos serviços prestados por esse profissional, Jorge Amado (1979) também dedicou aos caixeiros viajantes uma página inteira de uma revista da Indústria

Portuguesa, publicada em março de 1938. O jovem escritor baiano, à época, referiu-se a eles como “uma raça estranha, essa dos caixeiros viajantes”. Segundo a publicação:

Uma raça estranha, essa dos caixeiros viajantes. Humanidade que todos os momentos encontro nas ruas destas cidades pequenas, nas mesas de hotéis, nas mesas de botequins desertos e onde esvaziam garrafas de cerveja. Pitoresca e curiosa humanidade, cheia de tipos estranhos, merecia essa classe de caixeiros viajantes um estudo sem dúvida mais sério que essa reportagem que estou escrevendo. Não sei de romance que os tenha fixado, de poema que tenha cantado seus feitos, de ensaio que tenha procurado fixar o seu lugar na economia e na vida social do país. E, entretanto, que humanidade curiosa, que gente cheia de pitoresco! São os caixeiros viajantes, sem dúvida, os últimos aventureiros (INDÚSTRIA PORTUGUESA, 1938, pp. 53-54, *apud*, PEREIRA, 2001, p.95).

Assim como as demais pessoas aqui mencionadas, Jorge Amado (1979) também identificou os caixeiros viajantes por onde andou: nos hotéis ou botequins nos quais encontravam-se no final do expediente com seus companheiros, num momento de descontração e bebedeira, pois era chegada a hora de colocar as conversas em dia, sobretudo acerca dos perigos advindos da estrada, bem como do movimento das praças por que passavam. Eram nesses encontros noite adentro que os caixeiros organizavam seus planos e estratégias de vendas para o dia seguinte, além, é claro, de contarem muitas piadas e histórias de suas viagens regadas a cerveja e muitas gargalhadas.

Ainda com relação ao depoimento de Jorge Amado (1979), o nobre escritor baiano demonstrou sua preocupação quanto ao silêncio de literatos e historiadores no que diz respeito às contribuições desse personagem da nossa história, que, nas suas palavras, tanto contribuiu com os seus feitos para a economia e a vida social do país. Pouquíssimas obras trazem para o conhecimento da grande massa as informações acerca da atuação desses profissionais. Seguem algumas imagens pitorescas do caixeiro viajante.

Imagem 8: Caixeiro Viajante 1

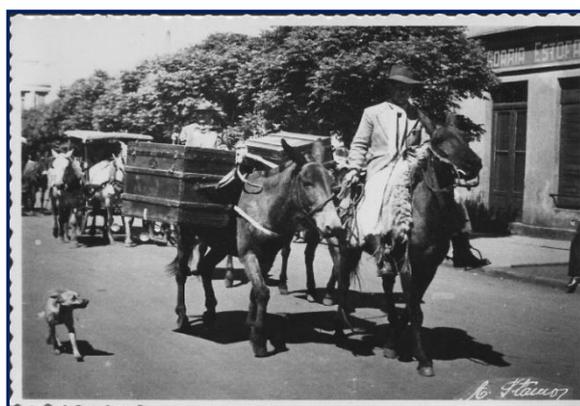
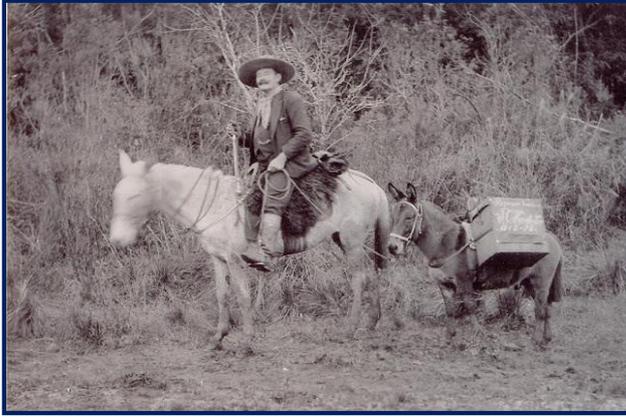
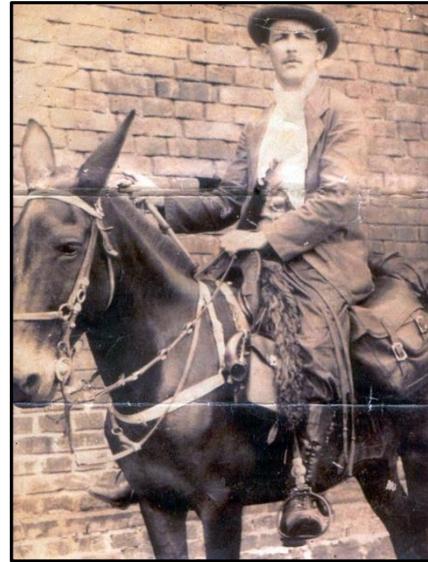


Imagem 9: Caixeiro Viajante 2



Fonte: <https://www.flickr.com/photos/fotosantigasrs/11020459366>

Imagem 10: Caixeiro Viajante 3



Fonte: <https://www.flickr.com/photos/fotosantigasrs/15662893745>

Imagem 11: Caixeiro Viajante 4



Fonte:<http://historiasvalecai.blogspot.com/2013/05/2044.html>

Imagem 12: Caixeiro Viajante 5



Fonte:<http://memij.com.br/index.php/2017-01-20-18-17-00/iconografia/713-ico-188-o-mascate-gasko-no-jardim-da-luz>

Imagem 13: Caixeiro Viajante 6



Fonte:<http://bismarckborio.blogspot.com/2013/01/desabafo-humilde-do-caixeiro-viajante.html>

Imagem 14: Caixeiro Viajante 7



Fonte:http://revistagloborural.globo.com/EditoraGlobo/componentes/article/edg_article_print/0,3916,1411754-1641-3,00.html

Imagem 15: Caixeiro Viajante 8



Fonte:<http://diariodemascates.blogspot.com/2011/02/caixeiro-viajante.html>

As imagens ilustradas anteriormente denotam todas as peculiaridades inerentes a esse profissional de vendas, facilmente identificado por meio dos adereços que conduziam diuturnamente, onde quer que fossem. Seus acessórios eram sua “carta de apresentação” diante dos olhos atentos e ansiosos de sua clientela, que os esperava levando uma infinidade de bugigangas e as últimas novidades dos grandes centros, alegrando-os, pois o caixeiro viajante era visto por essas pessoas como o “condutor” de sonhos e fantasias, haja vista que em tempos mais remotos (final do século XIX e início do século XX), quando não existiam estradas, especialmente o caixeiro era um dos poucos profissionais capaz de conduzir os mais variados produtos às regiões quase inacessíveis no interior do país. No que tange a essas peculiaridades tão comuns à figura pitoresca dos caixeiros:

O caixeiro viajante vestia bota de cano alto, conhecida como *Musterreiter Stufel*, provida de grandes esporas, bombacha, mais apropriada para semanas de cavalgadas, camisa xadrez, lenço ao pescoço e chapéu de aba larga para proteção contra a canícula, além do poncho ou capa de chuva – que A. J. Renner logrou impermeabilizar na década de 1880, especialmente para o caixeiro viajante, que também ele foi. Completava a indumentária o relho de cabo curto na mão direita e guaiaca na cintura, onde guardava o dinheiro e também a pistola (FLORES, 2000, p. 180).

A citação anterior, descreve com precisão a forma como esses profissionais se vestiam diariamente, como uma forma não apenas de demonstrar sua imponente aos seus clientes, mas, sobretudo, como uma maneira de proteger-se contra as intempéries e as agruras que porventura cruzassem o seu caminho. Precaver-se contra os males que os assolavam rotineiramente tornou-se habitual para eles, haja vista encontrarem-se longe de seus lares e não contarem com a ajuda de alguém com os mesmos cuidados que teriam os seus familiares diante de uma recaída proporcionada por uma enfermidade, por exemplo.

Além do imponente figurino que o diferenciava à época, o caixeiro viajante contava ainda, como mencionado anteriormente, com seu poder de persuasão. Uma característica necessária àqueles profissionais que desejavam obter sucesso na sua carreira como viajante. Os discursos persuasivos proferidos pelos caixeiros proporcionavam-lhes a efetivação de bons negócios, pois, diante das queixas dos clientes de movimento fraco nas vendas; contas vencidas; despesas com funcionários; impostos a pagar; entre outros, só restava ao simpático e insistente viajante usar de argumentos para convencer aquele cliente de que a melhor saída diante da crise era renovar o seu estoque com novos produtos. “Argumentar é a arte de convencer e persuadir. Convencer é saber gerenciar informação, é falar à razão do outro, demonstrando, provando. Etimologicamente, significa vencer junto com o outro (com + vencer) e não contra o outro” (ABREU, 2002, p. 25).

Levando em consideração aquilo que assevera Abreu, quando argumenta com os seus clientes, o caixeiro viajante busca, por meio do seu discurso, provar para o seu comprador que a solução para os seus problemas financeiros está em novos investimentos. Desperta-o a agir com a razão ao tempo em que demonstra solidariedade, para que ambos possam superar juntos aqueles percalços. Ainda de acordo com Abreu (2002), convencer é diferente de persuadir. Segundo ele, convencer é construir algo no campo das ideias, haja vista que, quando convencemos alguém, esse alguém passa a pensar como nós. Persuadir, por outro lado, significa construir no campo das emoções, é sensibilizar o outro a agir.

Muitas vezes, conseguimos convencer as pessoas, mas não conseguimos persuadi-las. Podemos convencer um filho de que o estudo é importante e, apesar disso, ele continua negligenciando suas tarefas escolares. Podemos convencer um fumante que o cigarro faz mal à saúde, e, apesar disso, ele continua fumando. Algumas vezes, uma pessoa já está persuadida a fazer alguma coisa e precisa apenas ser convencida (ABREU, 2002, p. 25-26).

Segundo o que fora colocado anteriormente (citação), a persuasão estaria ligada à emoção e ao convencer à razão. O sujeito, portanto, precisa de um “empurrãozinho” de sua própria consciência ou de outra pessoa, para fazer o que deseja. Coube, sobretudo ao caixeiro viajante, dar esse “empurrãozinho” para que o seu cliente saísse do campo das ideias e entrasse para o das emoções e finalmente fizesse um bom negócio. Afinal de contas, geralmente os caixeiros viajantes que trabalhavam para grandes empresas eram comissionados. Portanto, todo e qualquer argumento ou discurso persuasivo era válido para lhes garantir uma remuneração satisfatória que assegurasse o seu sustento e de sua família.

3.3. – O caixeiro viajante como protagonista no cinema, teatro e literatura

O pressuposto para a compreensão das práticas e representações³⁴ do caixeiro viajante é pautado no estudo de algumas pesquisas ligadas sobre cinema, literatura, contos, novelas, romances e também nas práticas diárias desses atores sociais no exercício de sua profissão. Neste tópico, elencam-se alguns momentos no Brasil e no exterior, em que o caixeiro já foi o personagem principal.

34 Nas definições antigas (por exemplo, a do “**Dicionário universal**”, de Antoine Furetière, em sua edição de 1727) (23), as acepções correspondentes à palavra “representação” “atestam duas famílias de sentido”, aparentemente contraditórias: por um lado, a representação faz ver uma ausência, o que supõe uma distinção clara entre o que representa e o que é representado; de outro, é a apresentação de uma presença, a apresentação pública de uma coisa ou de uma pessoa. Na primeira acepção, a representação é o instrumento de um conhecimento mediato que faz ver um objeto ausente substituindo-lhe uma “imagem” capaz de repô-lo em memória e de “pintá-lo” tal como é.

Por exemplo, podemos destacar na produção nacional “**Rabo de Saia**”. De autoria de Walter George Durst, José Antônio de Sousa e Tairone Feitosa, a minissérie fora exibida no período de 08/10/1984 a 02/11/1984, totalizando 20 capítulos. A mesma contou com a direção de Walter Avancini, exibida sempre às 22 horas.

Ambientada no final da década de 1920, a minissérie, baseada na obra “**Pensão Riso da Noite**”, de José Condé, tinha como pano de fundo cerveja, sanfona e amor. Conta as aventuras do caixeiro viajante Ezequias Vanderlei Lins, conhecido como Quequé, interpretado pelo ator Ney Latorraca. Nessa época, caixeiro viajante era uma profissão de grande prestígio, não só pelos cobiçados produtos que o profissional trazia em sua maleta, mas pelo fato dessa figura representar uma espécie de “jornal vivo da época”, um informante sobre os últimos acontecimentos. Quequé era assim: uma figura carismática, um homem autêntico e amoroso, que mantém três famílias bem constituídas em diferentes cidades fictícias do Nordeste.

Outro exemplo podemos encontrar, na obra, “**O mulato**”, de Aluísio Azevedo, publicada no ano de 1881, na qual é bastante presente a figura do caixeiro, o autor deixa marcado, pela ambiência e cenário da referida obra, o preconceito racial maranhense, além de demonstrar os abusos eclesiásticos que se escondiam, como, por salvo-conduto, na batina e na suposta santidade de um homem por ter-se tornado um padre. O fato de retratar as contradições e intolerâncias maranhenses explica por que a obra foi recebida de maneira entusiástica pela crítica literária na corte e nas províncias e renegada no Maranhão.

“**O Cortiço**” (1890), também de Azevedo, relata diversas histórias paralelas com relação a um cortiço, de propriedade do português João Romão, entre elas a da moradora Rita Baiana, uma mulher expansiva e liberada, que se envolve com Jerônimo, jovem lusitano recém-chegado ao Brasil; a do dono do cortiço com a negra Bertoleza, e sua rivalidade com o rico vizinho Miranda; a de Pombinha, sua mãe D. Isabel e a prostituta Léonie e outras mais que demonstram a natureza humana da visão Naturalista. Os dois atores principais no espaço do comércio eram o caixeiro e o negociante, o português da esquina, que se dedicava ao comércio a varejo e que merecerá especial atenção em Aluísio Azevedo.

O romance “**O Moço Loiro**” (1845), de Joaquim Manuel de Macedo, narra a vida de uma família de comerciantes na alta sociedade de Niterói em meados do século XIX. O desenrolar da trama traz no seu enredo a traição do caixeiro Félix ao seu patrão e patriarca da família Hugo de Mendonça e do amor de sua filha, a bela e pura Honorina, por um misterioso moço, que chamava de “Moço Loiro”. O romance gira principalmente em torno dos caixeiros e a forma

como levavam a vida entre Niterói e a corte. Félix, o caixeiro, é acolhido pela família de Hugo, que veio de Portugal para o Brasil.

O caixeiro também foi destacado na imprensa pelo semanário intitulado “*A Voz do Caixeiro*”, publicado entre os anos 1890 e 1895 em Belém (PA). A referida publicação objetivava ser porta-voz dos caixeiros na capital paraense. A classe era formada pelos funcionários dos comércios, das casas de aviamentos e dos trabalhadores das tabernas. “*A Voz*” foi considerado um veículo de divulgação das suas ideias socialistas, de seus pensamentos e das suas reclamações. Segundo suas autoras, o jornal também tinha a função de conciliar e não de incentivar o embate entre patrões e empregados. A Biblioteca Nacional dispõe em seu acervo os exemplares do nº 1 ao 46, todos do ano de 1890.

O caixeiro também foi personagem principal em peças teatrais durante o século XIX. Luís Carlos Martins Pena, autor de “**Caixeiro da taberna**”, nasceu no Rio de Janeiro, em 1815. Foi um notável teatrólogo, considerado fundador da “comédia de costumes” no Brasil. Escreveu comédias e farsas na metade do século XIX, que envolviam, sobretudo, as comunidades radicadas no campo e do povo comum das cidades. O texto narra as peripécias do ambicioso e trapaceiro Manoel Pacheco, cujo maior sonho era ser sócio de sua ama Angélica Pereira, dona de taverna, que morre de amores por ele. A ambição desenfreada desse caixeiro o coloca em situações hilariantes, que certamente proporcionaram bons motivos para dar boas risadas.

Nos Estados Unidos, um documentário que leva “**Caixeiro Viajante**” (“*Salesman*”) como título acompanha o cotidiano de quatro americanos, cuja profissão é vender luxuosas edições da Bíblia de porta em porta, em pequenas cidades da Flórida e de Massachusetts. Os prováveis compradores eram cidadãos de classe média. Para convencê-los de que o produto era imprescindível, Paul Brennan, Charles McDevitt, James Baker e Raymond Martos necessitavam darem o melhor de si. Puxando conversa, contando piadas ou lançando frases persuasivas, eles abordavam casais de meia-idade, viúvas solitárias e donas de casa entediadas, que, na verdade, resistiam muito em arcar com tamanha despesa.

No entanto, nos Estados Unidos surgiu a peça teatral de Arthur Miller³⁵ “**A morte do caixeiro viajante**”, que estreou em Nova York e Londres em 1949 e consagrou o caixeiro viajante. A renomada peça, que mais tarde chegaria aos cinemas, consistia no retrato da família de Willy Loman, um caixeiro viajante.

35Arthur Asher Miller (Nova Iorque, 17 de outubro de 1915 — Roxbury, Connecticut, 10 de Fevereiro de 2005) foi um dramaturgo norte-americano. Conhecido por ser o autor das peças “**Morte de um caixeiro viajante**” (*Death of a Salesman*) e de *The Crucible* (**As Feiticeiras de Salem**), e por ter casado com Marilyn Monroe em 1956. Morreu de insuficiência cardíaca crônica, com 89 anos.

Willy é um personagem deprimente, mas na verdade resume o espírito dos derrotistas americanos, aqueles que não viveram o esplendor do capitalismo americano e não fizeram dinheiro. Sua família tenta lutar contra a situação lastimável na qual ele se encontrava. Willy passa a viver de suas memórias, fatos passados e esperanças infundadas.

Embora tendo sido citado anteriormente no cinema, teatro, literatura, imprensa, entre outros espaços do mundo real ou fictício, o caixeiro neles protagonizado, na sua maioria, não se refere ao viajante ou “cometa”, como também é conhecido, exceto aquele retrato no documentário, na minissérie e na peça teatral de Arthur Miller.

Os demais referem-se ao caixeiro de balcão, o profissional do comércio que trabalhava interno nos estabelecimentos comerciais, prestando os mais variados serviços ao patrão, do tipo: atendimento ao cliente, guarda-livros (atual contador), limpeza do estabelecimento, entrega de mercadorias em domicílio, organização dos estoques, escriturário, caixa, empacotador, entre outras atividades. No geral, esses caixeiros moravam no próprio estabelecimento e não tinham dia nem hora para trabalhar, sendo privado pelos patrões de terem algum lazer ou ir às novenas aos domingos.

Gilberto Freyre, em “**Sobrados e Mocambos**”, ambientada na primeira metade do século XIX, também fez menção ao caixeiro. Ele ressalta que o caixeiro enriquecera com o auxílio dos brasileiros e que em função disso havia uma rivalidade entre estudantes e caixeiros. No entanto, Freyre acrescenta que o negociante português preferia para caixeiro o genro português, em detrimento do próprio filho, haja vista a rígida disciplina imposta pelo armazém, que não condizia com a educação dada ao filho, concluindo, portanto, que essa educação não o preparava para tal atividade. Diferentemente do “caixeirinho”, que, originário de Portugal, era um exímio escravo loiro.

Na concepção do autor, o pai português temia no filho nascido no Brasil a aversão à rotina comercial, ao árduo, monótono e, sobretudo, o sujo trabalho de balcão, de loja, de armazém. Resultado, o filho brasileiro deixou-se persuadir por paixões românticas, entregando-se à boêmia, à vida nos bares e cafés, às mulheres do amor livre e ao jogo. O rentável comércio passou então a ser prestigiado, da mesma maneira que as artes e as indústrias.

A figura do comerciante era enaltecida pela imprensa brasileira, bem como o industrial e o artista, aos quais foram atribuídas funções de destaque na vida já quase nacional do país. Diante disso, o caixeiro ascendeu, visto que a lei o amparava em determinados aspectos. O sistema comercial brasileiro tornou-se uma versão urbana, por assim dizer, do sistema agrário, ou seja, tornou-se, a seu modo, uma atividade do tipo patriarcal e restrita à própria classe,

atribuindo aos seus comércios/firmas os mesmos nomes que davam a suas antigas fazendas ou engenhos. Portanto, o caixeiro em destaque em “**Sobrados e Mocambos**” também se refere ao profissional que trabalha no interior dos comércios, mas que também contribuiu para o surgimento de novos valores e instituições e o surgimento de uma nova classe social.

Por meio desta pesquisa, pode-se constatar que o caixeiro viajante, vulgo “cometa”, embora tenha tido seus momentos de ascensão e glória no período aqui abordado, quase não teve, do ponto de vista, sobretudo literário, o seu devido reconhecimento. Pouco se escreveu sobre sua trajetória de vida, bem como suas contribuições para o desenvolvimento econômico, político e social.

A quantidade de obras (fontes) que abordam especificamente acerca do tema é pequeno, o que inviabiliza um maior aprofundamento das pesquisas ao peculiar mundo dos “cometas”. A história dita metódica ou positivista enalteceu ao longo de sua existência a figura dos heróis e seus grandes feitos, deixando no anonimato outros tantos sujeitos históricos, que, assim como os referidos heróis, também legaram grandes feitos, e exemplo dos caixeiros viajantes, que, onde quer que passaram, certamente deixaram sua marca, seu legado.

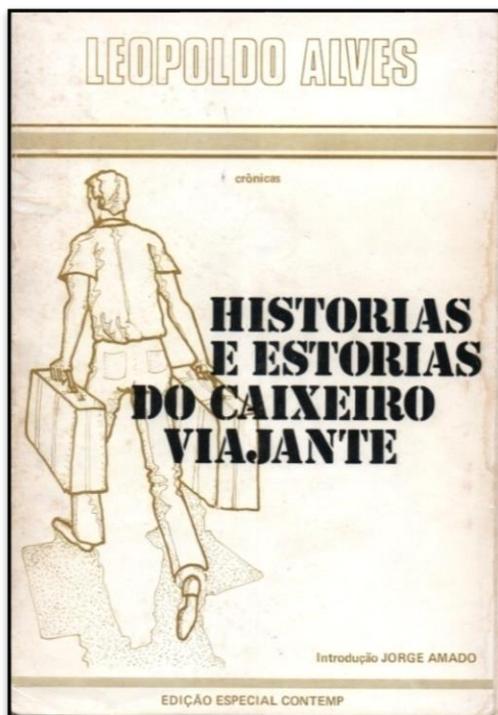
A classe dos caixeiros, fossem eles balconistas, pracistas, viajantes e tantas outras modalidades de caixeiros que integraram o ramo comercial mencionados neste trabalho, na sua maioria, protagonizou uma época em que a profissão à qual pertenceram fora bastante privilegiada. Ser caixeiro era motivo de orgulho, sobretudo para os jovens iniciantes, que “mergulhavam” com afinco na profissão, com o sonho de mudar de vida por meio do seu trabalho, quiçá chegar a ser patrão.

Os caixeiros, onde quer que fossem, diferenciavam-se dos demais trabalhadores, seja na forma de se portar e se expressar ou por meio de suas vestimentas (como vimos), que lhes eram peculiares.

Portanto, embora tenha sido celebrado no passado, nas mais variadas regiões do país e fora dele; no teatro; na literatura; no cinema; na imprensa ou na vida real, hoje o antigo caixeiro viajante (“cometa”), como atividade já em desuso, deu lugar aos representantes comerciais, que ainda permeiam o “universo” comercial nos mais variados segmentos mercadológicos de sociedades cada vez mais capitalistas.

3.4. – “COMETAS”: codinome atribuído aos caixeiros viajantes no interior do Nordeste segundo a obra “Histórias e Estórias do Caixeiro Viajante” (crônicas) de Leopoldo Alves

Imagem 16: Historias e estórias do caixeiro viajante



Fonte: ALVES, Leopoldo. História e estórias do caixeiro viajante, 1979.

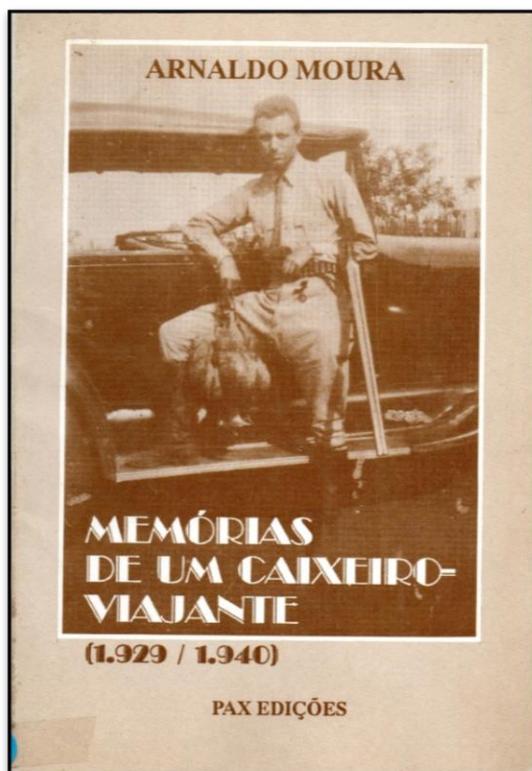
As crônicas elencadas na obra analisada trazem os mais inusitados fatos reais e/ou fictícios na vida desses profissionais da área de vendas ambientados no longínquo agreste nordestino, sobretudo Bahia e Sergipe. Histórias e experiências que mudaram o modo de vida de pequenos, médios e grandes comerciantes do interior do Nordeste, tornando-os condutores do progresso e da modernidade. Chegavam aos mais distantes rincões do sertão nordestino, sob um sol causticante, transporte precário e incerto.

A escolha dessa obra deu-se por duas razões. Primeiro pela escassez da temática que trata o cotidiano do caixeiro viajante propriamente dito e as suas contribuições para o engrandecimento do comércio ambulante em fins do século XIX. Segundo porque traz com riqueza de detalhes para o seu leitor toda a vivência desse ator social em todos os seus aspectos: cultural, social, profissional e humano, ambientados em estados nordestinos no início do século XX.

Obras como “**Memórias de um caixeiro viajante (1929 – 1940)**”, de Arnaldo Moura, publicada em 1993 pela editora Pax Edições, e “**História de um caixeiro viajante**”, de Aluísio Inojosa (sem editora ou data de publicação), também contribuíram com informações acerca

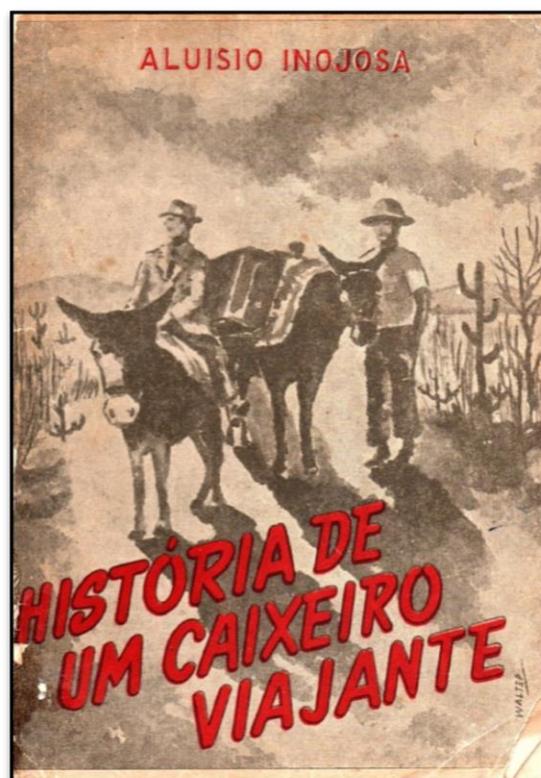
deste profissional, mas nenhuma foi tão contundente e complexa como a referida obra aqui analisada. Seguem ilustrações das capas de ambas as obras mencionadas:

Imagem 17: Memórias de um caixeiro viajante



Fonte: MOURA, Arnaldo. Memórias de um caixeiro viajante, 1929.

Imagem 18: Histórias de um caixeiro viajante



Fonte: INOJOSA, Aluisio. História de um Caixeiro viajante, s/d.

Busca-se demonstrar neste tópico a análise da atividade caixeiral do ponto de vista de Leopoldo Alves, um baiano de Serrinha que durante quase duas décadas exerceu a fascinante profissão de “cometa”, denominação atribuída aos caixeiros viajantes naquela região do Nordeste. Percorria os estados do Nordeste do Brasil, viajando de cidade em cidade, quer fossem grandes ou pequenas.

A partir de sua vasta experiência e de seus conhecimentos vividos durante o exercício de sua profissão e das relações de amizade que construiu, pelo interior do país, nasceu a obra “**Histórias e Estórias do Caixeiro Viajante**”, na qual a realidade e a ficção se misturam, complementando-se e proporcionando ao seu leitor a recriação literária de acontecimentos e figuras, bem como os ambientes, a paisagem e os casos.

Segundo o autor, “à exceção de ‘A Morte do Caixeiro Viajante’, um clássico inolvidável da literatura universal, parece-me não existir uma outra obra que tenha dado tamanha dimensão e tanto destaque à figura do caixeiro viajante” (ALVES, 1979, p. 11).

Ainda de acordo com o mesmo:

Outros livros podem ter sido escritos com essa louvável intenção, mas eu confesso que não conheço nenhuma outra laboração literária que tenha nascido de uma pesquisa trabalhada sobre o diuturno do caixeiro viajante, a esquecida personagem que povoava as estradas poeirentas e que assistia ao desabrochar de todas as madrugadas; o predestinado viandante que abriu caminhos para que o progresso pudesse chegar aos mais distantes lugarejos e que levou a benfazeja luz da civilização para onde dantes somente havia escuridão (ALVES, 1979, p. 11).

Na introdução, Jorge Amado (1979) se refere às histórias e estórias dos caixeiros como “O mundo quase mágico do caixeiro viajante” (citado anteriormente), ressaltando conhecer muito bem os “cometas”, tendo por diversas vezes, em longas permanências em viagens que fizera pelo interior da Bahia e de Sergipe, convivido com eles, levando-o a conhecer um pouco de sua intimidade, dos seus problemas, dos amores, das dificuldades e dos seus êxitos.

Jorge Amado (1979) sintetiza: “Pude ser testemunha da significação dos caixeiros viajantes na vida do interior – nas malas de amostras eles traziam também a civilização, a última moda, os últimos livros, a última anedota, a ideia mais nova e progressista” (AMADO, 1979, p 8).

Por meio das vivências de Alves, analisaremos o universo que envolveu/envolve a figura emblemática dos “cometas” ou caixeiros viajantes, que, como percebemos em suas páginas, tanto contribuiu para o progresso e o desenvolvimento por onde passavam.

O recorte espacial ao qual se referem as crônicas de Leopoldo Alves está ambientado no interior dos estados da Bahia e Sergipe. Entre as cidades, podemos destacar: Serrinha, Ilhéus, Camaçã, Bonfim, Itiúba, Juazeiro, São Miguel das Matas, Saúde, Senhor do Bonfim, Caldeirão Grande, Olhos D’Água do Seco, Amélia Rodrigues, Nazaré, Salvador, São Roque do Paraguaçu, Jequié, Santa Inês, Vitória da Conquista, entre outras.

No que tange ao recorte temporal, em nenhum momento da obra o autor menciona um período exato. Ele apenas usa como contexto histórico o período do pós-Segunda Guerra Mundial. Vez por outra o referido autor usa a cronologia entre os anos 1940 e 1950.

Os meios de transportes utilizados à época pelos caixeiros eram os mais diversos. Incluía o uso de muares, escunas³⁶, os trens (comboio), transporte coletivo, jeep, carro de

³⁶Embarcação de dois mastros, em que as velas principais são latinas e que geralmente dispõe de vergas apenas no mastro de vante. Quando tem vergas também no mastro grande de ré, diz escuna de duas gáveas.

praça alugado, navios, etc. (como já mencionado). E eram por meio dos referidos transportes que os caixeiros viajantes conduziam amostras dos mais variados produtos. Cabe aqui elencar alguns desses produtos: leite em pó, chapéus, sapatos, miudezas em geral, medicamentos, livros, artigos religiosos, gasolina, graxa, lubrificantes, etc. O atendimento ao cliente acontecia a qualquer hora, segundo a necessidade de cada um, e os meios de transportes alternavam-se, conforme relata Alves:

Nas andanças que eram feitas pelo Alto Sertão, os viajantes não tinham hora certa para trabalhar, invadiam as noites, entravam pelas madrugadas até que apagassem as luzes das cidades. Os fregueses gostavam, colaboravam com satisfação. A tranquilidade das noites presidida a comercialização, as descontraídas conversas permitiam-lhes conhecer as novidades, permitiam-lhe entrar nos segredos das últimas piadas. As viagens empreendidas naquela incomensurável zona que era um deserto consternador, eram sempre realizadas em grupos de pelo menos quatro viajantes. Eles alugavam um veículo, ou utilizavam o carro de um colega felizardo que viajava com motorização própria, coisa rara, aliás, naquela era onde pontilhavam as cavalhadas e os poeirentos trens do Leste (ALVES, 1979, p. 19).

Havia uma interação entre os viajantes; segundo o autor eles trabalhavam de forma sincronizada, seja na realização do atendimento ao cliente propriamente dito, seja nas parcerias empreendidas na hora de escolher o meio de transporte que melhor atendesse o interesse daquele grupo de “cometas” que viajavam juntos pelo “cosmo” das longínquas cidadezinhas do interior nordestino.

Alves (1979) ressalta que, ao ser indagado pelos nativos sobre o que vinha a ser um viajante, ele respondia: “Viajante, meu amigo, é aquele que viaja, que anda, que perambula” (ALVES, 1979, p.14). Viajante está nos dicionários de significados. “Adjetivo: que ou pessoa que viaja. Substantivo masculino; representante ou vendedor de casas comerciais e de fábricas que viaja para oferecer produtos no interior do país” (ALVES, 1979, p.14). O termo viajante, por sua vez, está nos glossários de sinônimos. Também pode ser identificado e individualizado por: “cometa, caminhante, passante, peregrino, viajador, viandante, caminhheiro, hóspede, passageiro, transeunte, viandeiro” (ALVES, 1979, p.14).

Mas, além de todos esses adjetivos e sinônimos, os caixeiros viajantes também tinham os seus apelidos, que geralmente provinham de um traço de sua personalidade, aparência física, da empresa na qual trabalhava, dos produtos que vendia, entre outros. Viajante sem apelidos, segundo Alves (1979), não era um viajante completo. Poucos “cometas” daquela época não foram apelidados. Durante as viagens nos velhos comboios, acomodados, os “cometas” entoavam a “Canção do Viajante”, que dizia mais ou menos assim: “Minha sabiá, minha zabelê, toda meia-noite eu sonho com você. Mas se você dúvida, eu vou sonhar pra você ver”.

A cantiga, que era considerada por eles como o hino dos viajantes, falava, sobretudo, das suas alegrias e de suas saudades. Em seu livro de crônicas Alves (1979) descreve com riqueza de detalhes as pessoas com as quais conviveu ao longo do seu tempo de caixeiro viajante, bem como os lugares e paisagens por onde passara, a exemplo dessa referência feita por ele a um dos companheiros viajantes:

Joaquim Cerdeira – ou melhor Quincas, como era conhecido – era um desses tipos raros. Estatura mediana, compleição atlética, olhos gateados e faiscantes, nariz meio arredondado, cabelo ligeiramente ondulado e assentado numa cabeça grande e onde se podia notar penetrantes lacunas, caminhos andados pela calvície precoce. Inteligente, sagaz, voz intermédia entre grave e o agudo, voz de barítono; comedido nas ações, nas atitudes; era uma espécie de conselheiro para os novos viajantes, era acima de tudo um saudosista. Filho de tradicional família, descendia ele de um clã historicamente formada por caixeiros viajantes, todos os seus irmãos viviam no cosmo como cintilantes “cometas” (ALVES, 1979, p. 47).

O autor é bastante enfático nas descrições, como demonstrado anteriormente, ao longo de toda a sua obra. Sempre buscando levar para o conhecimento de todos, como eram os antigos “cometas” em todos os seus aspectos, razão que o levou a escrever esse livro de crônicas. Entre uma crônica e outra, destacam-se algumas gravuras aparentemente rabiscadas à mão, mas que não dialogam com o texto em si. Não há menção direta acerca do que se propõe com as respectivas gravuras.

Nas primeiras décadas do século XX, como retratado na obra analisada, era comum o uso da carta e do telegrama³⁷ como meio de comunicação entre as pessoas. Valendo-se disso, os viajantes comunicavam-se com seus clientes e com os seus patrões, principalmente por meio de telegramas, haja vista que à época o referido meio de comunicação foi um dos mais modernos e eficazes, configurando o meio mais rápido e seguro de manterem-se interligados. Era por meio deles que os “cometas” enviavam os seus pedidos para as empresas e as entregas poderiam ser feitas por meio dos Correios.

Entre os viajantes, existiam os chamados “garapeiros”, adjetivo atribuído àqueles viajantes prestadores de serviços para os laboratórios de medicamentos. Segundo Alves (1979), os referidos viajantes não eram detentores do mesmo brilho que reluziam os demais viajantes, os populares caixeiros viajantes ou “cometas”, os quais trabalhavam com uma infinidade de

³⁷O telegrama era uma forma rápida de se enviar a mensagem escrita ou fonada. À mensagem fonada, damos o nome de telegrama fonado. Há um número de telefone, por meio do qual transmitimos a mensagem desejada e, do outro lado da linha, uma pessoa anota o nosso nome, endereço e a mensagem. Em seguida, fornecemos o nome da pessoa a quem se destina o telegrama juntamente com o endereço. Quem envia o telegrama é o remetente, e a pessoa que o recebe é o destinatário.

outros produtos que os diferenciava dos então garapeiros. A logística utilizada pelas empresas proprietárias dos laboratórios não se assemelhavam as demais firmas. Prova disso era que os viajantes, vendedores de remédios, os chamados “garapeiros”, ao ingressarem no “cosmos” da venda de medicamentos, necessitavam passar por rigorosos treinamentos para que tivessem pleno conhecimento acerca dos benefícios atribuídos aos inúmeros remédios que distribuía Brasil afora.

Os treinamentos e/ou preparação dos “garapeiros” para as vendas eram proporcionados, sobretudo, por meio dos chamados esquetes³⁸, os quais designavam uma espécie de encenação teatral de como vender o produto propriamente dito e abordar a clientela:

A aplicação do esquete como elemento de treinamento tinha as suas grandes vantagens. Era um sistema realmente eficiente e que permitia adestrar o grupo para os problemas do dia a dia e que, ao mesmo tempo, servia para avaliar o nível de aproveitamento dos iniciantes, vislumbrar lhes as possibilidades de crescimento nos escalões das empresas, enxergar-lhes, antecipadamente, as deficiências e os inconvenientes. Continuariam nas organizações aqueles que demonstrassem aptidões, que revelassem possuir vocação inata para a função. Seriam banidos – ou devolvidos aos desvios – aqueles que não possuíssem condições de continuarem flutuando no cosmos onde desejavam reluzir (ALVES, 1979, p. 49).

Cabia aos candidatos a viajante demonstrar durante os esquetes um bom desempenho de como abordar da melhor forma possível o rol de clientes que compunham os cadastros dos laboratórios, bem como apresentar de maneira eficiente com argumentos persuasivos os seus produtos, convencendo-os de que a aquisição dos medicamentos era algo necessário para o sucesso e a consolidação dos seus negócios.

O livro de crônicas de Leopoldo Alves, que traz como pano de fundo o contexto do pós-Segunda Guerra Mundial, ressalta que a euforia pelo fim do conflito desabrochou com ares de novos tempos e, somado a esse ambiente promissor, veio a fartura proporcionada por um inverno rigoroso, que viabilizou naquele ano uma farta produção agrícola, que aqueceu os setores comercial e de transporte.

As cidades interioranas, sobretudo do Nordeste, cresceram em termos populacionais e circulantes, bem como cresceram a quantidade de estabelecimentos comerciais, dando espaço aos que acreditaram nos “ventos” do progresso ao tempo em que sepultou as velhas organizações e seus antigos hábitos, por não se adequarem às profundas e incisivas transformações.

³⁸O significado de Esquete designa uma peça de duração curta, interpretada ou escrita para um ou mais atores. Normalmente, o gênero é cômico e pode ser encontrado no teatro, cinema, rádio ou mesmo televisão.

As indústrias de tecidos e as fábricas dos mais variados bens de consumo, que até então só efetuavam vendas para os grandes capitalistas das maiores cidades no atacado, diante daquele novo cenário, também se aventuraram nas regiões interioranas levando os seus produtos porta a porta abrindo linhas de créditos por meio de um comércio varejista, garantindo-lhes a permanência ou num mercado competitivo num momento em que os bons ventos do progresso batiam às suas portas.

Havia uma corrida incansável em busca de novos clientes. E dentro daquele cenário de caça a novos compradores, novos pontos comerciais por meio de sondagens e/ou averiguações, ninguém melhor do que os “cometas” para protagonizarem essa caçada épica. Alves (1979) traz à tona como teria ocorrido a prospectiva corrida comercial:

Naquela avalanche de transformações, uma nova palavra, uma nova expressão passou a ser ouvida com frequência e com insistência nas rodas dos viajantes. Os “cometas” passaram a ouvir citações sobre o vocábulo prospecção, sobre a expressão fazer prospecção, que não possuía outro significado senão o de fazer sondagens, realizar averiguações à procura de fregueses novos, proceder investigações à cata de novos pontos de venda que pudessem vir a ser incorporados às jurisprudências recém-delimitadas com a criação das filiais de venda (ALVES, 1979, p. 83).

As grandes firmas, portanto, as de maior destaque, perseguiram a desenfreada corrida para abrir novas filiais, a instalação de escritórios modernos e depósitos abarrotados de mercadorias nas principais capitais do país. Mas, como vimos, havia a necessidade da abertura de novas praças, estendendo os seus tentáculos do “marketing” na perspectiva de novos recordes de vendas.

Tamanha busca desenfreada das empresas, visando garantir-lhes um lugar ao sol a partir dos novos investimentos no setor, fez surgir, segundo as crônicas de Leopoldo Alves, uma grande corrida em busca da profissão de “cometa” (caixeiro viajante) por pessoas de diversas origens raciais: brancos, pretos, loiros, sararás, mulatos, albinos, bem como de profissionais egressos das mais variadas áreas de atuação.

O autor ressalta ainda que na profissão de caixeiro viajante o indivíduo pode se diplomar com a maior rapidez e ele pôde comprovar tal fato logo que carregou a velha e tradicional pasta pela primeira vez e efetuou o seu primeiro pedido. Aos poucos, as ideias foram amadurecendo. Ele se familiarizou com a vida de viajante que foi se consolidando à medida que Leopoldo Alves foi penetrando no universo desconhecido e obscuro dos “cometas”. Sobre a profissão, assevera:

Eu até cheguei a pensar que a profissão de viajante parecia ser um refúgio, parecia ser o salva-vidas onde se agarravam todos os que naufragavam na

travessia dos difíceis oceanos da vida. Mas a verdade era bem outra, e eu, com o correr dos anos, pude verificar que aquela heterogeneidade de raças e de origens era fruto dos atrativos que o mister de viajante oferecia; eu pude perceber que só luziam no imenso cosmos os “cometas” que traziam na sua bagagem a linhagem dos verdadeiros astros. Naquela mistura de epidemias e de procedências (ALVES, 1979, p. 91).

Houve os que se enganaram com a profissão de caixeiro viajante, como nos conta o autor; mas não bastava uma mera atração para que o sujeito pudesse ser bem-sucedido. Era necessário que o feliz candidato ao cargo fosse detentor de inúmeras habilidades e resistência para que o caminho a ser trilhado pudesse ser encarado com versatilidade, perspicácia, astúcia e determinação. Era primordial que o “cometa” tivesse “luz própria”.

Mas, para brilhar, era preciso que o “cometa” adquirisse, entre outras habilidades, conhecer as estratégias utilizadas às vezes pelo cliente para dispensar o viajante diante da insistência para o fechamento de um pedido. Para os fregueses, os negócios geralmente nunca estavam bem. Enquanto peregrinava pelos caminhos da vida de viajante, Alves (1979) não se recorda de ter ouvido um cliente afirmar que estava vendendo bem. Naquele período, o movimento nas vendas demonstrava resultados positivos ou que os lucros obtidos estavam sendo satisfatórios.

Logo, quando os viajantes recebiam de seus patrões os apelos pedindo-lhes esforço especial de cobranças, aquela notícia não chegava a se constituir uma nova crise. Ela apenas aumentava uma crise que já se perpetuava, haja vista que a crise financeira era uma eterna parceira inseparável dos viajantes, andavam lado a lado com os “cometas” no seu infatigável dia a dia.

Por falar em viajantes, sempre nos vem a ideia de alguém que viaja. Porém, podem ser atribuídas várias razões e/ou motivos a essas viagens. Elas podem ser a negócios, de férias, por um fim de semana prolongado ou tão somente uma viagem com duração de um dia, saindo de manhã cedo e retornando no finalzinho da tarde. Em qualquer uma das situações apresentadas, as pensões e os hotéis são componentes indispensáveis quando formulamos uma viagem, seja por necessitarmos de uma rápida refeição ou apenas um pernoite.

E foi com base nessa real e inevitável necessidade da utilização dos serviços de hospedagem em geral que o autor dessa obra, Leopoldo Alves, entre as cinquenta crônicas aqui retratadas, uma delas foi elaborada como forma de agradecimento pelos serviços dispensados a ele enquanto “cometa” por todas as pensões e hotéis espalhados por esse imenso Brasil. Sejam eles pequenos ou grandes, confortáveis ou não. Mas que de alguma forma o acolheu e com certeza entrou para a história da sua trajetória de vida como caixeiro viajante.

Alves (1979) nomeou sua crônica em homenagem a todos os proprietários de pensões e hotéis juntamente com suas equipes de colaboradores de **“Os hotéis e as pensões: os lares transitórios, as moradas de poucos dias”**. Nela, o viajante-cronista rememora as mais inusitadas situações vividas por ele e seus companheiros de profissão nas diferentes hospedagens por onde passaram durante os longos itinerários que fizeram parte dos anos dedicados pelos mesmos a vida de “cometas”, ressaltando a importância dos hotéis e pensões como os seus lares transitórios fora do convívio familiar.

Em meio aos mais variados tipos de viajantes que empreenderam suas viagens com os mais diversificados fins, e que buscaram os serviços hoteleiros, os “cometas” foram os que mais trilharam esses caminhos levando a sua contribuição para o desenvolvimento e o progresso para as regiões interioranas por onde passaram. Alves (1979) faz o seu singelo tributo a esses lares transitórios com as seguintes palavras:

Porém, ser caixeiro viajante, ser aquele que viajava por profissão, ser aquele que vendia ao patrão os trinta dias do mês, dos meses que enchiam os calendários de muitos anos, era viver de hotel em hotel, de pensão em pensão. E eu, que para escrever este livro estou rastejando por uma época que vai se perdendo no esquecimento dos anos, para tirar de lá alguma coisa que me faculte poder reviver um pouco da epopeia dos viajantes, não podia deixar de falar dos hotéis e pensões, daquelas bucólicas casas de hospedagem, daquelas casas que se constituíam nos lares transitórios dos viajantes, que se constituíam os seus lares de poucos dias, muitas vezes de uma noite só. Os hotéis e as pensões entraram na vida dos caixeiros viajantes como as casas que os recebiam com carinho; como as casas que lhes davam abrigo certo no turbilhão de uma vida sem quietude, no fervilhar de um laborar sem sossego; elas entraram no cotidiano da vida dos viajantes como as casas que lhes ofereciam o aconchego gostoso na solidão do interior longínquo, perdido nos confins do desconhecido (ALVES, 1979, p. 119).

Nas suas palavras, o autor expõe todo o seu respeito e carinho que tinha pelos hotéis e pensões que lhe abrigavam depois de um dia laborioso. Na ausência do aconchego familiar, encontrara nas referidas hospedarias seu lar transitório, que o acolhia e o tinha como membro da família, buscando sempre propiciar aos “cometas” um ambiente que lhes trouxesse paz e aconchego e que lhes lembrasse um pouco do conforto que tinham nos seus verdadeiros lares.

Como não poderia deixar de ser, o escritor-viajante também fez menção em suas crônicas aqui retratadas aos às vezes conturbados relacionamentos entre caixeiros viajantes e os seus patrões. Uma relação repleta de altos e baixos que faziam parte do cotidiano desses dois personagens emblemáticos que empreendiam a arte de vender e de persuadir diante de sua clientela.

Ambos tiveram sua parcela de contribuição para o crescimento do comércio varejista, sobretudo no período pós Segunda Guerra Mundial, como já demonstrado. Geralmente, os

motivos que abalavam essa relação patrão-empregado denotavam-se em razão dos extensos relatórios que deveriam ser enviados diariamente para as empresas por meio de telegramas ou carta. Tais relatórios deveriam conter todas as atividades corriqueiras, bem como um panorama geral da real situação da “praça”.

Às vezes, os relatórios eram utilizados para responder questionamentos e/ou indicativos de cobranças para determinados clientes, lembrando os “cometas” da vital necessidade do recebimento das contas vencidas. O fluxo de correspondências entre ambas as partes envolvidas, ou seja, patrão e viajante, assumia proporções desmedidas, exageradas.

A cobrança era tamanha que existiam viajantes que conduziam em suas malas a hoje em desuso máquina de escrever. Havia casos em que os “cometas” passavam horas a fio datilografando. Em resumo, significava dizer que alguns viajantes levavam mais tempo escrevendo os imensos relatórios do que vendendo. Pareciam mais um escriturário ambulante do que um vendedor de produtos.

A troca de correspondências em excesso era basicamente o pivô das brigas e desavenças entre patrão e empregado, e raras vezes geravam alegrias e comemorações. No entanto, o autor destaca que a grande maioria dessas missivas continham o eterno e penoso problema das cobranças, na luta pela sobrevivência do comércio varejista.

Em meio a essa epopeia que compreendia o universo dos “cometas”, não há como não mencionar os recortes espaciais que serviram de cenário para as dramatizações da vida real desses profissionais de vendas. As cidades que fizeram parte dos seus itinerários foram testemunhas silenciosas do cotidiano dos viajantes, Alves (1979), faz uma merecida homenagem às referidas cidades e cita-as como os seus aconchegos e repugnâncias.

Nas suas peregrinações pelo interior afora, os viajantes foram realizando as suas observações, foram tirando conclusões, foram realizando as suas seleções. Elegeram as cidades que lhes ofereciam satisfações e alegrias; renegaram as cidades que lhes davam constrangimentos e repugnâncias. Enumerar as comunidades que encantavam os viajantes, enumerar as cidades que desencantavam os lendários “cometas”, cometer-se-ia uma injustiça. Eu não sei dizer qual a melhor as melhores, qual a pior entre as piores. “Dar nome aos bois”, dizer aqui o nome das cidades que exalavam aprazimento, das que difundiam antipatia, seria correr o risco de praticar imperdoáveis omissões; seria correr o risco de espalhar desagradados. A não ser que eu desejasse admitir a esdrúxula concepção de Aloísio Bodinho, o viajante indecifrável, o viajante que não gostava de lugar nenhum (ALVES, 1979, p. 137).

O velho “cometa” foi extremamente cauteloso em sua homenagem às cidades, descreveu as que conhecera de maneira sutil, de modo a não gerar insatisfação e/ou desagravo a qualquer que fosse, apesar de ressaltar que algumas lhe trouxeram alegrias e outras não. Ele não quis na

realidade enumerá-las, até mesmo por uma questão de ética, tendo em vista que em todas as cidades por onde andou foi bem acolhido como um típico nativo, abrindo suas portas inúmeras vezes ao longo das quase duas décadas em que atuou como caixeiro viajante, fazendo parte de sua economia, cultura e política, ao tempo em que contribuía com o seu progresso e desenvolvimento dessas cidades nos mesmos aspectos.

Alves (1979), em sua crônica traz uma passagem pitoresca, relata que ele e Câncio empreenderam por uma cidadezinha da Bahia por nome Valença, que já reluzia no cosmos dos “cometas” como um lugar que abrigava maus pagadores do gênero farmacêutico. Tal fama deu origem a pequenos versos disseminados entre os viajantes que passaram a conceituar e classificar alguns comerciantes daquela praça. O verso dizia mais ou menos assim: “Farmácia Léla – paga no prazo legal, farmácia Natan – por favor, passe amanhã, farmácia Valença – que a duplicata não vença, farmácia Coutinho – espere mais um pouquinho. Ir a Santarém, vender a quem?” (ALVES, 1979, p. 156).

Versos claramente nada lisonjeiros, desanimadores para os viajantes, essencialmente preocupantes para Leopoldo Alves e seu amigo Zé Câncio, que chegavam àquela cidadezinha no interior da Bahia pela primeira vez. Valença (BA) era geograficamente pequena. Tinha belos casarões, velhos sobrados. A cidade fora edificada às margens de um rio de águas calmas, sobre ele uma ponte que se abria e se fechava, interligando os dois lados da cidade. Com ares tipicamente interioranos, detentora de belas paisagens, poderia até estar classificada no rol das melhores, não fosse o tipo de comerciantes que compunham o seu comércio, tendo em vista ser o fator mais importante para os incansáveis viajantes.

Mas as habilidades dos viajantes não se resumiam apenas em vender os seus produtos ou fazer versos que satirizavam os comerciantes maus pagadores. Eles tinham inúmeros talentos. Buscamos por meio desta pesquisa, fazer com que as suas contribuições como agente social condutor do progresso e do desenvolvimento econômico, social, cultural e político, dentro do recorte espacial e temporal aqui proposto, não se percam.

O caixeiro viajante, aonde quer que fosse sempre demonstrara ser um sujeito culto, apreciador de boas palestras, que incluíam os mais variados assuntos. Inclusive discussões acerca sobre política. Portava-se como alguém que buscava estar sempre antenado com tudo o que acontecia a sua volta. Diante do exposto, não poderia deixar de externar a sua opinião no que tange à política. Foi o que fez o caixeiro autor desta obra em sua fala a seguir:

Os velhos líderes encurralados – alguns desaparecidos, outros expatriados e até mesmo escorraçados – reapareceram e juntaram-se aos líderes em potencial, fundaram a UDN, um partido tipicamente de oposição e que

congregava no seu bojo todos aqueles estadistas que jamais haviam “engolido” o chamado “Estado Novo”. Em outro bloco uniram-se os chefões que dominavam todas as posições e deram-lhe o nome de Partido Social Democrático, personalizaram-no com a sigla PSD. O grupo abarcava os continuadores do regime a que ia abdicar, pelo menos no que se relacionava com a facilidade com a qual eles iriam conseguir os votos do povão, impregnado que estava pela adoração que era creditada ao governante que tinha nas mãos as rédeas do poder (ALVES, 1979, p. 174).

Como exímio conhecedor da política da época, o autor sabia das divergências entre a UDN fundada no ano de 1945, que reunia diversas correntes que nos anos anteriores haviam-se colocado em oposição à ditadura do Estado Novo, bem como que o Partido Social Democrático (PSD) fundado no mesmo ano sob o comando dos interventores estaduais nomeados por Vargas e que disputavam a hegemonia política do país.

No entanto, no dia a dia do seu laborar rotineiro, os “cometas”, embora fossem adeptos de todos os partidos, não demonstravam ter agremiações. Durante os diálogos com sua clientela, respeitavam suas opiniões, pois não exteriorizavam a sua preferência por partido A ou B, fosse ele de esquerda ou de direita.

Outro episódio que também afetou a vida dos viajantes no pós-guerra foram as muitas transformações modernas e as novas conquistas nas áreas da ciência e da tecnologia que ampliaram o cosmos dos “cometas” que passaram a reluzir em outro universo: o das grandes promoções e vendas em massa.

Os laboratórios entram na disputa por um lugar nesse novo cosmos, haja vista que os sentiram naquele momento de efervescência comercial a necessidade de fazerem o mesmo, ou seja, vislumbraram diante do novo cenário que renascera a possibilidade de novas condições de comercializar os seus medicamentos. Em seu livro de crônicas aqui analisado, Alves se refere aos respectivos viajantes com o adjetivo “garapeiros” e descreve como os mesmos agiram na tentativa de assegurar-lhes um lugar no novo cosmos:

De um momento para outro, passou-se a observar uma mudança brusca no comportamento dos garapeiros. Eles, que comumente vendiam pequenas quantidades, passaram a propor aos farmacêuticos a compra das dúzias, das dúzias que não eram propriamente de doze unidades, porque às vezes elas eram de quinze, outras vezes eram de vinte; passaram a oferecer descontos inconcebíveis; passaram a oferecer parcelamentos dos pagamentos das duplicatas que muito se assemelhavam às condições praticadas pelas lojas de eletrodomésticos (ALVES, 1979, p. 205).

Mesmo diante do esforço empreendido pelos “garapeiros” na tentativa de alcançar os “cometas” no novo cosmo que se instalara no pós-guerra, a ideia não prosperou tendo em vista que a rotatividade almejada pelos grandes laboratórios não fora alcançada, levando os garapeiros de volta a sua simplória modalidade de vendas em pequenas quantidades.

Numa coisa “garapeiros” e “cometas” concordavam: Marco Polo, provavelmente teria sido o primeiro viajante da história de que se tem notícia. Mas ninguém disse até os dias atuais quem foi o segundo, o terceiro e os demais sucessores na escala cronológica. “O que eu sabia era de que sempre existiram os viajantes: os que vendiam tecidos, os que vendiam estivas e ferragens, os que vendiam miudezas e artigos para armarinho e os que vendiam secos e molhados” (ALVES, 1979, p. 198).

Os caixeiros eram considerados os príncipes, a nata dos viajantes, a fina flor da classe dos “cometas”, emblemados na silhueta lendária das graciosas, alegres e enfeitadas cavalcadas. Protegidos nas cavalcadas que desbravavam o interior bravio sob o comando da “madrinha”, a mais bela das mulas e que ia na dianteira da tropa, puxando a caravana. Portava uma coleira cheia de guizos e chocalhos, que ecoavam sons inconfundíveis, anunciadores da chegada do então respeitável caixeiro viajante.

Em meio às crônicas que compõem o livro de “**Histórias e estórias do caixeiro viajante**”, uma delas foi dedicada aos incontáveis cabarés que acalentaram as noites de desamparo dos viajantes em seus longos itinerários pelas regiões interioranas desse imenso Brasil.

Considerados nômades, por assim dizer, quase ciganos, homens anônimos errantes, vivendo um dia aqui outro acolá, os viajantes encontravam nas barulhentas casas do “amor livre” um refúgio que amenizava as noites de solidão e faziam com que esquecessem as asperezas de um dia de trabalho. Era nos cabarés que os “cometas” encontravam o conforto, diante das incertezas do amanhã.

Alves (1979), como um frequentador de carteirinha de inúmeras casas do amor profano, fala com propriedade acerca dos momentos embalados nos braços das “mariposas” que embelezam as inebriantes noites de prazer:

Ali os viajantes encontravam as compreensões amigas que lhes eram negadas pelos severos clubes sociais de algumas cidades. Ali os viajantes encontravam o bem-querer cristalino que as sociedades lhes abjuravam, ali os viajantes encontravam o amor puto – que diziam ser profano – das repudiadas meninas, das dóceis e aconchegantes vendedoras do amor livre que os acalentavam nas noites de desamparo (ALVES, 1979, p. 223).

Nessas casas noturnas, os viajantes extravasavam todo o estresse acumulado durante suas andanças nos dias efervescentes pelas grandes ou pequenas praças nas quais trabalhavam. As chamadas “mariposas” os acalentavam e os faziam esquecer por alguns momentos todas as agruras que permeavam sua laboriosa profissão de “cometa”, vagando pelo inusitado cosmos

que compunha o seu universo de propulsor do desenvolvimento econômico, político, social e cultural que lhe fora designado ao longo de sua trajetória de condutor do progresso.

Finalmente, Leopoldo Alves traz entre suas crônicas uma que ressalta o dia primeiro de outubro como o dia consagrado aos viajantes. O autor se reporta à referida data dedicada à classe de vendedores de modo geral e a coloca como um dia de festas para os viajantes, mas que o glamour das referidas festas variava de um lugar para outro. Quando programadas, eram exuberantes, mas quando isso não acontecia bastava reunir dois ou mais viajantes para que, de forma improvisada, a data fosse comemorada. Não importava a cidade em que estavam, a data maior do vendedor não passava em branco. Era lembrada e comemorada, mesmo que fosse numa mesa de bar entre uma cerveja e outra.

Nos hotéis das cidades maiores, onde se concentravam um maior número de viajantes, os proprietários tinham a satisfação de reverenciar a laboriosa e saltitante classe. Alves (1979) relembra os áureos tempos das famosas festas do 1º de outubro:

Houve época – e essa já se perdeu nos confins dos anos – em que as celebrações do “Dia do Vendedor” eram cercadas de toda uma ostentação. Programação bem organizada e distribuída no correr de três alegres e fulgurantes dias, culminando com as solenidades e com o fausto do Primeiro de Outubro (ALVES, 1979, p. 237).

Em sua citação, o autor menciona o Dia do Vendedor, mas quer fosse viajante, quer fosse praticista, ambos eram vendedores, militavam na mesma classe, comungavam dos mesmos sentimentos. E, como todas as classes de reconhecida serventia, a desassombrada dinastia dos viajantes e praticistas também tinham o seu dia no calendário das datas comemorativas, que era o 1º de outubro. Infelizmente, hoje a data escolhida para homenageá-los aos poucos foi caindo no esquecimento, assim como os caixeiros viajantes, as comemorações passaram como “cometas” na vida das pessoas.

Conclui-se, portanto, ao analisarmos a obra **“História e estórias do caixeiro viajante”** que o ex-caixeiro viajante e escritor baiano discorre os acontecimentos de forma natural e clara, ao tempo em que demonstra ter grande conhecimento acerca de suas vivências enquanto viajante, pois denota grande domínio no que tange a arte de vender.

Trouxe para os leitores as contribuições dos viajantes ao levarem as notícias e novidade para a grande massa da civilização nos quatro cantos do país, sobretudo para os estados da Bahia e Sergipe, tendo em vista os lugares mais focalizados pelo autor localizarem-se nos referidos estados. Finalmente, assevera que o caixeiro viajante sempre foi a grande atração na pequena cidade, sobretudo em se tratando de vendas ao conduzir o progresso e o desenvolvimento a outras regiões distantes.

3.5. – Caixeiros viajantes e os meios de locomoção utilizados no exercício de sua profissão

No final do século XIX e início do século XX, antes da instalação das primeiras estradas de ferro, o caixeiro viajante utilizava, sobretudo, as mulas como meio de transporte durante suas jornadas de trabalho. Por ser o animal apropriado, dentro desse contexto o mular foi de grande serventia, devido a sua resistência no transporte de carga por longas distâncias, bem como no enfrentamento dos mais difíceis caminhos.

Montados nos referidos animais e levando bolsas de couro, além de conduzir as novidades à clientela; transportar amostras e distribuir as mercadorias em diferentes regiões; de arrecadar os pagamentos, expedir faturas e levar o dinheiro em espécie para os patrões, numa época em que não havia ainda uma rede bancária consolidada. Os caixeiros viajantes também eram condutores e receptores de notícias, jornais impressos e demais correspondências, vindas de quase todas as partes do mundo.

Viajar nos trens era certeza de atraso no seu itinerário, além das nuvens de fumaça que adentravam os vagões caindo aos pedaços; as locomotivas “vomitando” brasa, queimando os passageiros, verdadeiros exímios acrobatas. Era comum os viajantes deslocarem-se longas distâncias a pé, diante do atraso dos comboios, como retrata Alves (1979) em suas viagens pelo interior do Nordeste: “Quantas vezes eu e muitos outros viajantes fomos a pé de Itinga a Campo Formoso, porque o trem do horário simplesmente não aparecia?” (ALVES, 1979, p. 195).

Os meios de transportes utilizados pelos caixeiros viajantes na busca pela satisfação de seus clientes foram se modificando com o passar dos anos. Como profissionais do comércio, se aventuravam pelos mais distantes rincões deste imenso Brasil, levando consigo em sua mala (mostruário) as últimas novidades dos grandes centros. Geralmente, faziam parcerias com os tropeiros de acordo com suas necessidades, tendo em vista que conheciam muito bem as dificuldades de acesso às regiões mais inóspitas. Esse cenário de proezas e resistência se repetia por várias regiões do Brasil, como assevera Flores (2000) acerca dos caixeiros que atuavam na região Sul do país no início do século XX, de acordo com a autora:

À medida que o caixeiro viajante ampliava seu raio de atuação e aumentava a clientela, adquiria mais muaras, formando tropa de até 20 – 30 animais. Quando o interior foi servido de malha viária, mesmo precária, o caixeiro atrelou a (s) mula (s) a uma carreta. Nas viagens, fazia-se acompanhar por um ou mais knecht, peão, que tangia os animais, auxiliava no carregamento e descarregamento de mercadorias e mostruários e no trato das mulas. O peão podia ser contratado em Porto Alegre, onde o caixeiro começava a viagem, ou no interior (FLORES, 200, p. 179-180).

É notório o quanto a mula foi importante na mobilidade do caixeiro viajante onde quer que fosse. O número de animais se dava segundo a necessidade, ou seja, de acordo com o volume de mercadorias que deveriam ser conduzidas, seja apenas como mostuário ou referente à entrega encomendada em viagens passadas. Mesmo com o incremento das malhas viárias, o caixeiro continuou utilizando a mula como meio de transporte, alinhando-a à nova realidade. Os muares foram substituídos bem mais tarde, com a chegada das linhas férreas e do automóvel.

Apesar das alterações e/ou avanços na sua mobilidade, esses profissionais de vendas sempre utilizaram também o transporte fluvial e marítimo como forma de locomover-se, aliando-os segundo as suas necessidades. Às vezes, precisavam chegar com maior rapidez e segurança às cidades ribeirinhas de difícil acesso, complementando o deslocamento a pé ou por meio do uso de carroças ou animais utilizados para o transporte de carga.

À medida que foram surgindo as primeiras estradas vicinais (rodagens), os caixeiros foram se modernizando e passaram a utilizar como meio de transporte os ônibus de linha (onde havia), os “paus de arara³⁹”, excursões, carros de empresas.

O sr. Abdoral (ex- caixeiro viajante e um dos entrevistados) se recorda que, durante os tempos em que fora caixeiro viajante (décadas de 1950/60), quase não existiam estradas. Ele chegou a utilizar em suas viagens o transporte marítimo e fluvial (barcas/canoas), os trens da estrada de ferro e ônibus, até adquirir o seu primeiro automóvel (um caminhão Ford), no qual passou a usar como meio para chegar até a sua clientela, sobretudo nos finais de semana, na companhia de sua esposa. Mas, apesar da aquisição, as dificuldades permaneceram, uma vez que Parnaíba e adjacências não tinham ainda estradas, o que de certa forma dificultava o seu deslocamento, fosse no seu caminhão ou por meio dos ônibus intermunicipais que interligavam o município à capital Teresina, por exemplo.

Vale ressaltar ainda que são pertinentes as reclamações do sr. Abdoral quanto às precárias condições das estradas àquela época. Até pelo menos a primeira metade da década de 1940, a ideia de interligar as várias regiões do país por meio das rodovias era algo considerado impensável e uma meta distante de ser atingida, segundo informações contidas em documento emitido pelo Ministério dos Transportes.

Havia, à época, um receio generalizado por parte de largos segmentos técnicos e políticos da sociedade brasileira de que as estradas de rodagem viriam apenas para concorrer com as

³⁹**Pau de arara** é o nome dado a um meio de transporte irregular, que ainda é utilizado no Nordeste do Brasil. Consiste em caminhões adaptados para o transporte irregular de passageiros. Os caminhões paus de arara foram bastante utilizados durante o êxodo de nordestinos para o sudeste do país, principalmente para o estado de São Paulo. O termo refere-se também ao passageiro que utiliza esse tipo de veículo e, de uma forma genérica, refere-se também a todos os migrantes nordestinos.

ferrovias, razão pela qual a construção/ampliação das rodovias ter sido fortemente condenada pelas respectivas camadas sociais.

“Ademais, quando, em 1944, foi finalmente aprovado um plano rodoviário, este estabelecia como principal critério que as estradas de rodagem a serem construídas deveriam evitar a “concorrência e a superposição das rodovias com os principais troncos ferroviários existentes ou a concluir” (BRASIL, 1974, p. 151).

A citação anterior é bem clara quanto à preferência das autoridades pelas ferrovias naquela época, haja vista que, apesar de reconhecerem a importância das rodovias, elas deveriam cumprir tão somente a função supletiva, complementar e subsidiária à rede ferroviária e aos portos. O reconhecimento oficial das rodovias como malha viária prioritária só aconteceu em 1951, com a aprovação de um novo plano nacional de viação. Mas, no geral, o caixeiro viajante não recuava diante das precárias rodovias ou da falta delas, pois precisava prosseguir a rota preestabelecida pela empresa para a qual prestava serviço.

Em seu livro de crônicas “**Histórias e estórias do caixeiro viajante**”, Alves, um ex-caixeiro, que carregou a tradicional pasta de viajante durante quase duas décadas, relata suas inúmeras aventuras pelo Nordeste brasileiro, nas quais o experiente viajante utilizou-se dos mais variados meios de locomoção para chegar até o cliente nos longos itinerários que costumava fazer.

Alves (1979) pôde em suas andanças vislumbrar os mais inusitados transportes que o conduziram de uma cidade para outra. Viajando de trem ou a pé; de canoa a remo ou por meio de um teco-teco⁴⁰; nas tradicionais cavalcadas que duravam em média quarenta dias montado em burros ou por meio de um caminhão sem freios ou ainda em ônibus. Não importava que meio usaria para se transportar, se por terra, água ou ar - o viajante iria chegar.

Fizesse chuva ou sol, como no senso comum, a visita aos clientes deveria ser realizada tendo em vista que os mesmos (o cliente) o aguardava. Fosse para receber a mercadoria que outrora compraram, fosse para pagar suas duplicadas vencidas ou ainda para efetivar novas compras. Tais razões lhe davam força e coragem no enfrentamento das dificuldades diárias, as quais não eram poucas. Elas permeavam, sobretudo, os perigos constantes na sua mobilidade entre uma praça e outra, hospedagem, ausência familiar, fechamento das vendas (cumprimento de metas), entre outras.

Quanto à mobilidade do caixeiro viajante no seu cotidiano, Alves (1979) relata uma passagem peculiar de demonstração de persistência de dois viajantes na cidade de Valença,

⁴⁰Avião de pequeno porte; de um só motor, para pequeno trajeto.

interior da Bahia, que, por falta de outra opção de transporte, utilizaram bicicletas para visitarem os clientes locais. Segundo ele:

Zé Cândia concluiu que devíamos visitar a cidade utilizando bicicletas, devido mesmo ao comprimento das ruas, às longas distâncias que separavam as farmácias e dos consultórios médicos; que separavam os armazéns e as mercearias. Decisão aprovada, alugamos os equipamentos, partimos para o cumprimento das obrigações de divulgar ciência, de vender produtos. Aquela, talvez, tenha sido a primeira e única vez que uma cidade foi trabalhada pros viajantes montados em bicicletas (ALVES, 1979, p. 156).

Diante da carência de outros meios de transportes que os conduzissem até a clientela da pequena cidade de Valença (BA), a dupla de viajantes encontrou na bicicleta a solução para aquele impasse. O uso incomum da bicicleta no cosmos dos “cometas” fora superado por Alves e Cândia, dois astutos viajantes, que demonstraram ser extremamente habilidosos no enfrentamento dos obstáculos que permeavam seu cotidiano no exercício da sua profissão.

3.6. - O caixeiro viajante como propagador do comércio ambulante na “*Belle Époque*” parnaibana

Durante pesquisa realizada nos acervos da Casa Inglesa, empresa sediada em Parnaíba e detentora de várias filiais pelos estados do Piauí, Ceará e Maranhão, encontramos alguns Livros de Registro de Empregados entre os anos de 1959 a 1967, nos quais consta uma gama de empregados das mais variadas funções, origens, escolaridade, salário, idade e sexo.

Nesse “universo” de funcionários, identificamos o registro de três empregados, entre eles uma mulher, que desempenhavam as seguintes funções: viajante e vendedor praticista. Embora nos respectivos registros não conste o termo “caixeiro viajante”, fica-se subentendido que aqueles profissionais eram os representantes legítimos da Casa Inglesa junto aos seus clientes nas mais longínquas praças onde a mesma não possuía uma loja física.

Nos registros, encontramos o sr. Raimundo Nonato Morais (25 anos), solteiro, natural de Teresina, instrução primária. Desempenhou a função de viajante de 1º de dezembro de 1960 a 10 de outubro de 1966, recebendo um salário de Cr\$ 5.000,00 (cinco mil cruzeiros) fixo por mês, mais comissão sobre as vendas efetuadas de acordo com o contrato (comissão variava conforme o volume de vendas). O segundo registro encontrado foi o do senhor José Ribamar Balby (33 anos), casado, natural de Viana, no Maranhão. Com instrução primária, desempenhou a função de vendedor praticista no período de 1º de dezembro de 1961 a 31 de dezembro de 1966. Recebia por seus serviços um salário de Cr\$ 6.000,00 (seis mil cruzeiros) fixos por mês, mais

comissões previstas na ordem de serviço nº 318-revisada. No terceiro e último registro encontrado, identificamos Maria do Perpétuo Socorro de Castro Farias (19 anos).

Durante o período de 13 de maio de 1964 a 14 de abril do ano seguinte, Maria desempenhou a função de praticista da Casa Inglesa. Natural de Parnaíba, solteira. Tinha, assim como os demais, apenas a instrução primária, com um diferencial: não recebia salário fixo. Em seu registro no campo “salário”, aparece apenas o termo “comissionista”, o que nos faz concluir que, como a atividade de caixeiro viajante era até meados dos anos 1950, como consta no Censo do IBGE (1952), praticamente peculiar ao gênero masculino, cabia às mulheres um salário diferenciado dos homens.

De acordo com as informações colhidas nos Livros de Registros de Empregados, também foi possível notar que na atividade caixeiral as formas de pagamento diferiam entre homens e mulheres. Eles recebiam de forma “quinzenal”, enquanto no registro encontrado da mulher caixeira não há a informação quanto à forma do pagamento de salário. Ainda de acordo com os dados coletados, ao levar em consideração o tempo em que esses profissionais do comércio prestaram serviços à Casa Inglesa, percebe-se que os homens demoraram mais tempo no exercício da profissão. Seguem os registros dos funcionários da Casa Inglesa mencionados acima:

Imagem 19: – Registro de empregados Casa Inglesa

The image shows two pages of employee records from Casa Inglesa. The left page is for Raimundo Renato Soares, and the right page is for José Ribamar Balby. Both forms include personal details, education, and employment information.

Left Page (Raimundo Renato Soares):

- Nome: Raimundo Renato Soares
- Filiação: M^{te} Joana Maria da Conceição
- Profissional: 9.956 (F.M.)
- Estado Civil: Solteiro
- Data de nascimento: 11 de agosto de 1932
- Local de nascimento: Parnaíba - Piauí
- Residência: Rua Senador Pinheiro nº 54
- Categoria e ocupação: Vendedor
- Data de início: 13 de maio de 1964
- Data de término: 14 de abril de 1965

Right Page (José Ribamar Balby):

- Nome: José Ribamar Balby
- Filiação: M^{te} Júlia Balby
- Profissional: 16.334
- Estado Civil: Casado
- Data de nascimento: 10 de agosto de 1932
- Local de nascimento: Parnaíba - Piauí
- Residência: Rua Senador Pinheiro nº 12, 1964
- Categoria e ocupação: Vendedor
- Data de início: 13 de maio de 1964
- Data de término: 14 de abril de 1965

Fonte: Acervo particular Casa Inglesa

Considerada uma atividade de grande prestígio àquela época, praticamente em todo o Brasil, a profissão de caixeiro viajante não se restringia apenas aos empregados registrados nos armazéns e grandes empresas, como nos três exemplos elencados anteriormente. Esses profissionais do comércio também trabalharam por conta própria e alguns se destacaram na profissão, tornando-se homens de negócios bem-sucedidos, donos de grandes armazéns e supermercados, a exemplo de ex- caixeiros viajantes radicados em Parnaíba que hoje são empresários renomados nessa região, contribuindo com a economia parnaibana e piauiense na geração de emprego e renda de inúmeros pais e mães de famílias. Nomes como: Abdoral Furtado⁴¹, hoje membro da Associação Comercial de Parnaíba e proprietário do Comercial Tamanduá (produtos veterinários); Laurentino da Silva⁴², vulgo Caboclo, e Raimundo Florindo de Castro⁴³.

A metodologia utilizada neste trabalho para compreendermos o universo da atividade caixeiral, no que diz respeito ao trabalho desenvolvido de forma autônoma, foi por meio da história oral, empreendida por meio de entrevistas. Thompson assevera que fazer história por meio da oralidade a torna mais democrática. Segundo ele:

A história oral possibilita novas versões da história ao dar voz a múltiplos e diferentes narradores. Esse tipo de projeto propicia sobretudo fazer da história uma atividade democrática, a cargo das próprias comunidades, já que permite construir a história a partir das próprias palavras daqueles que a vivenciaram

⁴¹Foi presidente da ACP (Associação Comercial da Parnaíba) entre os anos 2009-2010.

⁴² Hoje proprietário do Caboclo Construções, Moto Peças Caboclo e Pousada Caboclo

⁴³ Atende pelo apelido de Toureiro, proprietário do Toureiro Supermercado, hoje com sete lojas pelo estado, empregando cerca de 300 funcionários diretos e inúmeros indiretos como representantes comerciais nos estados do Piauí, Ceará e Maranhão.

e participaram de um determinado período, mediante suas referências e também seu imaginário (THOMPSON, 1992, p. 18-19).

Dentre os nomes dos ex-caixeiros viajantes mencionados anteriormente, tivemos a oportunidade de entrevistar dois deles: o sr. Abdoral Furtado, e a sra. Adelaide, esposa do sr. Raimundo Florindo (*Toureiro*), que nos relatou, em meio a um atendimento e outro, a trajetória de sucesso de seu esposo, que começou a trabalhar fazendo malas para revender.

Durante a entrevista, dona Adelaide atendia como operadora de caixa em uma das lojas Toureiro, localizada no centro comercial de Parnaíba. São relatos orais que constituem a história, memória e identidade de homens, que, apesar de pouca instrução, exerceram a profissão de caixeiro viajante e conseguiram constituir família, educar os filhos e contribuir com a economia do estado, empregando em suas empresas homens e mulheres, gerando renda para as famílias dos mesmos e tributos para o Fisco.

O sr. Abdoral começou como comerciante ainda muito cedo, entre os 7 ou 9 anos de idade, no pequeno comércio do pai. Sua função era tão somente sair pelas imediações do centro comercial da cidade, oferecendo os produtos que compunham o estoque de mercadoria do comércio de seu pai e convidando os fregueses a conhecer as modestas instalações do mesmo. A história de vida do sr. Abdoral é semelhante à de tantos outros futuros caixeiros viajantes que teriam sido influenciados por alguém da família que já trabalhava no ramo de comércio de produtos.

Quando jovem, assumiu, com o irmão mais velho, o pequeno negócio do pai, quando ele resolveu ir embora para a capital federal. Hoje com 75 anos, o sr. Abdoral lembra que, com a saída do irmão, assumiu os negócios sozinho e montou em 1967 o atual Comercial Tamanduá. Dono do seu próprio negócio, o jovem caixeiro viajava nos finais de semana. Ao final do expediente, separava cerca de cinquenta itens, que considerava de primeira necessidade e saía na companhia de sua esposa para uma jornada de 2 ou 3 dias, percorrendo inúmeras comunidades, vilarejos entre Parnaíba e as cidades de São Bernardo, chegando até Tutoia, ambas no vizinho estado do Maranhão.

Pelo caminho, o sr. Abdoral oferecia seus produtos e tirava o pedido daqueles que não dispunha no momento. As rotas se alternavam a cada nova viagem, indo a lugares como Estreito, Buriti dos Lopes, Caxingó e Cocal, todos no Piauí. No estado do Ceará, atendia às cidades de Camocim, Chaval, Lagoa Dantas e outras. O astuto caixeiro levava produtos industrializados e trocava por matérias-primas, com as quais fazia bons negócios na cidade. As

matérias-primas variavam desde o *tucum*, o *algodão*, a *cera de carnaúba*⁴⁴, a castanha, o gergelim, até peles de animais, do tipo: couro de boi, carneiro, gato maracajá, onça e peles de jacaré, cobra, tejo, camaleão e muitos mais. Segundo o sr. Abdoral, toda essa matéria-prima de origem animal e vegetal era muito valiosa e de grande procura pelos seus clientes. Questionado sobre os custos das entregas das mercadorias encomendadas, o sr. Abdoral disse o seguinte:

“Apesar das despesas, era um momento de diversão/descontração. Não tinha muita coisa pra fazer na cidade nos finais de semana. Era o momento de tomar uma cachacinha, rever os amigos, jogar conversa fora comer uma galinha caipira... Naquela época, se preparava uma galinha em uma hora, com uma hora tava pronta, e não era cozinhada em panela de pressão, não” (Abdoral Furtado, entrevista concedida ao pesquisador em 26/4/19).

Mas essa questão das entregas das mercadorias dos pedidos encomendados vai se diferir de acordo com as regiões do país e as épocas. No sertão da Bahia, por exemplo, existiam as tropas de mercancia, que eram fretadas pelos caixeiros viajantes para efetuar suas entregas. A escolha das referidas tropas para desempenhar essa atividade se dava em função do grande conhecimento que esses tropeiros tinham da região, das dificuldades de acesso e da resistência dos animais que empreendiam aquelas jornadas. Segundo Paes (2001), as parcerias entre caixeiros viajantes e tropeiros se davam da seguinte maneira:

Além das tropas arreadas e chucras, existiam também as tropas de mercancia. Estas tinham ligação direta com as encomendas feitas pelos caixeiros viajantes, que antes das tropas viajavam sozinhos com as amostras de mercadorias, vendiam tecidos, novidades que vinham dos centros coloniais, e trabalhavam sob encomendas (PAES, 2001, p. 79).

No que tange às ocorrências de assaltos às caravanas dos caixeiros viajantes no município de Parnaíba e regiões circunvizinhas, incluindo os municípios outrora mencionados compreendidos entre os estados do Piauí, Ceará e Maranhão, quase não há registros no período em estudo. De acordo com os entrevistados, as poucas ocorrências de que se tinha notícia não eram em grandes proporções, nem muito menos comuns naquela época. O sr. Abdoral se recorda de um velho conhecido seu, por nome Constantino, que desempenhava a atividade de comboieiro, que conduzia uma tropa de jumentos vendendo e comprando carvão e peles de animais. Entre uma venda e outra, Constantino tomava um aperitivo (serrana), de modo que, ao final do dia, o velho comboieiro encontrava-se em estado de embriaguez e com os bolsos

⁴⁴É uma cera das folhas da palmeira *Copernicia prunifera*, uma planta nativa do Brasil, que cresce somente nos estados do Ceará, Piauí e Rio Grande do Norte. Geralmente, a cera é extraída na forma de flocos duros amarronzados. É obtida das folhas da carnaúba em um processo que envolve batê-las para liberar a cera, seguido do seu refinamento.

abarroçados de dinheiro. Dormia escanchado na *cangalha*⁴⁵ presa ao jumento que o conduzia até sua casa em paz e segurança. De acordo com sr. Abdoral, que presenciou algumas vezes as aventuras de Constantino, nunca soube que o amigo tivesse sofrido qualquer tipo de roubo enquanto dormia sobre seu jumento, a caminho de casa. Ainda sobre as ocorrências de criminalidades entre os parnaibanos àquela época, o “**Livro do Centenário da Parnaíba**”, publicado em 1945, traz uma nota acerca do tema:

É diminuto o coeficiente dos criminosos habituais ou por índole em nosso meio. Em sua quase generalidade, o que temos são criminosos ocasionais, levados ao delito pelo ímpeto, com suas determinantes bem conhecidas nos juízos criminais: o álcool, que gera os valentões e os desordeiros, dando-nos o maior número de causas-crimes; a ignorância e, além destas e outras genetrizes de menor importância das infrações penais, podemos enumerar, ainda, o temperamento amoroso de nossa gente, demasiado tropical, que também nos fornece apreciável contingente de delitos (CORREIA, 1945, p. 237).

No geral, por ser a atividade caixeiral uma profissão de grande estima à época, os caixeiros viajantes eram sempre muito bem recebidos por onde passavam, sendo esperados com ansiedade por seus fregueses, pois sempre levavam consigo as últimas novidades dos centros urbanos, mantendo conectados capital e interior. As durações das viagens variavam muito. Paes destaca em sua dissertação de mestrado intitulada “**Tropas e tropeiros na segunda metade do século XIX no alto sertão baiano**”, a expectativa criada na freguesia acerca da chegada desses profissionais do comércio:

A Bahia, especificamente Salvador, cidade portuária, vai desenvolver importante papel no abastecimento mercantil da colônia. Os tropeiros, junto com os caixeiros viajantes, vão ser os responsáveis pelo transporte e comercialização das mercadorias necessárias à subsistência. Além do que, em diversas localidades da colônia, eles eram esperados com ansiedade pelas moças que aguardavam a chegada das iguarias da Bahia (PAES, 2001, p. 106-7).

Quando eram utilizados veículos durante as vendas e/ou entregas dos produtos, às vezes se fazia necessário o uso de embarcações maiores (balsas) durante a travessia. A exemplo de Clodoaldo Cunha, que trabalhou como caixeiro viajante para as Casas Pernambucanas em meados de 1958/60. Seu companheiro das longas jornadas era irmão do sr. Abdoral (entrevistado 1), que desempenhava a função de motorista. Ambos costumavam viajar num Jeep da empresa, conduzindo na bagagem uma variedade de mercadorias. Parte delas tinha

⁴⁵ É um artefato feito de madeira ou ferro, normalmente acolchoado, que se coloca no lombo de mulas, cavalos, jumentos e outras bestas para pendurar carga. Numa cangalha pronta, encontra-se essencialmente: madeira, couro, tecido e paina. À cangalha, fixam-se os cambitos - forquilhas ou ganchos em forma de V, de madeira, que sustentam a carga, que pode estar em fardos ou em grandes cestos de taquara, bambu, vime ou cipó, sem tampa e com alças de cordas.

destino certo, pois tratava-se de produtos encomendados por meio de pedidos efetuados em viagens anteriores. Outra parte deveria ser negociada pelo caminho.

O embarque se dava em Parnaíba, tendo como destino inicial a cidade de Araiões, Maranhão. O sr. Abdoral nos relata que Clodoaldo Cunha não viajava sem antes ir até a Igreja de São Sebastião com sua esposa, acompanhar a celebração da missa, fazer suas orações, pedir a proteção divina para que o conduzisse em paz e segurança durante a viagem, e somente após a realização desse ritual de fé o caixeiro viajante deixava sua companheira em casa e finalmente seguia viagem. Mas nem sempre as viagens empreendidas pelos caixeiros viajantes podiam ser feitas com o uso do automóvel.

3.7. – Escola Técnica União Caixeiral: “berço” de figuras ilustres e grandes empreendedores a exemplo de Raimundo Florindo de Castro

Fundada em 28 de abril de 1918, a Escola Técnica União Caixeiral tinha como principal objetivo formar mão de obra qualificada para atuar na área do comércio. A equipe responsável por sua fundação era composta por 122 representantes do comércio de Parnaíba. Na mesma data, foi escolhida sua mesa diretora provisória, que elaboraria, por meio de uma Assembleia Geral, o primeiro Estatuto Social da instituição. Todos os 122 representantes que se fizeram presentes àquela sessão foram considerados sócios definitivos da Sociedade Civil União Caixeiral. Na sequência, ocorreu a nomeação dos membros que constituiriam a diretoria efetiva da referida instituição, a saber:

- ✓ Presidente – Antônio do Monte Furtado
- ✓ Vice-Presidente – Raimundo Teodoro de Araújo
- ✓ 1º Secretário – Alarico José da Cunha
- ✓ 2º Secretário – José Francisco Dutra
- ✓ 3º Secretário – Celso da Cunha Marques.

Localizada num imponente prédio à Rua Getúlio Vargas (antiga Rua Grande), a Escola Técnica União Caixeiral começou suas atividades educacionais de fato no ano de 1938, tendo formado inúmeros jovens parnaibanos para ingressarem na área comercial, que vivenciava, à época, momentos de ascensão econômica. Mas, segundo Duarte Filho (2010), existiam algumas normas e/ou regras para ingressar como aluno nos cursos técnicos da referida instituição:

Na categoria de Sócio Efetivo, a “Sociedade Civil União Caixeiral” exigia alguns requisitos para admissão, dentre eles o de serem empregados do

comércio, viajantes, praticistas, guarda-livros, contadores, gerentes de casas comerciais, intérpretes do comércio, despachantes do Estado e da Alfândega, funcionários autárquicos, bancários e todos os que trabalhassem como empregados em estabelecimentos comerciais e industriais, inclusive os professores dos estabelecimentos mantidos pela Sociedade (DUARTE FILHO, 2010, p. 38).

As turmas eram constituídas de parnaibanos das mais variadas classes sociais, de alguma forma, ligadas ao comércio, como podemos perceber na citação do professor Gilberto Escórcio Duarte Filho, que dedicou muitos anos de sua vida àquela instituição, iniciando sua carreira como contínuo e chegando a cargo de presidente da União Caixeiral. A escola formava principalmente os chamados guarda-livros (hoje contador). Entre os seus alunos, predominava os do sexo masculino. De acordo com o livro de matrícula, 1938 - 1950, pertencente ao arquivo da União Caixeiral, o seu corpo discente era formado, quanto ao sexo, por:

Tabela 5: Corpo discente Escola Técnica União Caixeiral entre os anos 1938 e 1950

Ano	Homens	Mulheres
1938	46	3
1939	76	4
1940	94	7
1941	117	16
1942	113	22
1943	120	29
1946	143	38
1947	112	30
1948	125	40
1949	94	30
1950	98	40

Fonte: Acervo Escola Técnica União Caixeiral

Pelos números apresentados, é possível perceber que as mulheres ainda encontravam muita resistência e preconceito no que diz respeito ao seu espaço de formação. O professor Gilberto Escórcio ressaltou em artigo publicado pela Revista F@pciência (em 2010 que “estudar na União Caixeiral passou a representar a ostentação de uma condição de

reconhecimento, tanto intelectual como financeiro, o que despertou nos cidadãos o desejo de fazer parte da plêiade dos ascendentes caixeiros”(DUARTE FILHO, 2010, p.15) .

Durante os seus 88 anos de existência, a Escola Técnica União Caixeiral formou inúmeros filhos parnaibanos e de outros estados, que empreenderam importantes carreiras fora da área comercial, a exemplo do cearense *Elias Ximenes do Prado*⁴⁶, que se formou na Caixeiral, mas seguiu carreira política, tendo sido prefeito de Parnaíba. O próprio professor Gilberto Escórcio, que foi presidente da instituição, também estudou nela. Mas, em meio a todos os nomes ilustres que tiveram sua formação profissional atrelada à União Caixeiral, destaca-se, em especial, o sr. Raimundo Florindo de Castro, que se matriculou no curso técnico da instituição. Mas, em função das constantes viagens que fazia como caixeiro viajante e das noites em que auxiliava sua esposa no cuidado com os filhos, não pôde receber o diploma da formação, pois deixou de realizar o último exame da disciplina de inglês, inviabilizando-o de participar da formatura de colação de grau junto aos demais colegas. Duarte Filho (2010) ressalta a importância da solenidade de formatura para o alunado da Caixeiral, considerada um momento ímpar na sua vida, diante da sociedade parnaibana:

Toda a festividade de formatura tinha grande importância para o aluno e sua apresentação oficial para a sociedade. A Escola Técnica de Comércio realizava caprichosamente suas colações de grau, em sua sede, com presença de autoridades da escola, da sociedade e familiares dos formandos. O convite também era peça fundamental na condução da formatura, contendo o nome dos concludentes e seus respectivos padrinhos e madrinhas, além das homenagens e os destaques escolhidos pela turma (DUARTE FILHO, 2010, p. 97).

Como uma instituição voltada para o desenvolvimento comercial do município, a Escola Técnica União Caixeiral defendia outras causas sociais em nome desse desenvolvimento. Mendes (2007) ressalta:

Integrada às causas maiores da Parnaíba e do Piauí, a União Caixeiral encampa, nas primeiras décadas do século XX, as lutas para a construção do Porto de Amarração (Luís Correia) e divulga as ideias de seus alunos e sócios, em defesa do porto, através do Grêmio Literário “28 de Abril” e do Jornal “O Caixeiro”, fundados em maio de 1944 (MENDES, 2007, p. 98).

Mas a não conclusão da formação de seu curso técnico na então renomada Escola (em virtude dos motivos já elencados) não impediu Raimundo Florindo de planejar sua vida no ramo comercial. Hoje com 77 anos, o “Toureiro”, como é mais conhecido, tornou-se um dos maiores

⁴⁶Em 1972, foi eleito prefeito de Parnaíba pelo MDB, vencendo o candidato da Arena, que tinha o apoio do governador Alberto Silva. Foi vereador da mesma cidade por quatro mandatos e eleito deputado estadual em 1978, 1982 e 2002. Nesse intervalo de tempo, militou no PMDB e no PDT. Posteriormente, ajudou a fundar no Piauí o PT do B, do qual foi o primeiro presidente regional.

empresários da cidade de Parnaíba na atualidade, no ramo de supermercado e distribuição de inúmeros gêneros alimentícios por meio de seus representantes comerciais espalhados nos estados do Piauí, Ceará e Maranhão. Gerando emprego e renda para inúmeras famílias nos três estados, contribuindo economicamente com a geração de impostos para suas receitas.

Como autêntico caixeiro viajante, Raimundo Florindo começou sua vida na área comercial ainda muito jovem. Natural de Esperantina-PI, mudou-se para Parnaíba em busca de novas oportunidades de trabalho na residência de um conterrâneo seu, fazendo mandados, vendendo picolé pelas ruas da cidade até arranjar trabalho no comércio do sr. José Maria Nunes, desempenhando inúmeras atividades nesse comércio e na residência do proprietário.

Trabalhando com o sr. José Maria e morando em uma república com alguns colegas, Raimundo Florindo conseguiu juntar algum dinheiro. Foi quando conheceu dona Adelaide, com quem se casou. Depois de casado, com o dinheiro da venda de uma casa de sua mãe, que havia recebido em herança, mais algumas economias, passou a viajar para Fortaleza - CE por meio de caronas em paus de arara⁴⁷ ou caminhões-tanque para fazer compras. Como não tinha inscrição (CNPJ), o jovem caixeiro viajante comprava suas mercadorias utilizando a do sogro, haja vista que já era comerciante renomado na praça parnaibana (Padaria São Gerardo). Na edição do **“Livro do Centenário da ACP”** (Associação Comercial de Parnaíba), em comemoração aos cem anos da referida entidade, Benjamim Santos ressalta a atração que Parnaíba exercia sobre os jovens interioranos dos três estados e o que a futura cidade lhes reservava:

Parnaíba continuava a atrair rapazes, outros forasteiros, sendo agora, essencialmente, dos interiores do Maranhão, do Ceará e do próprio Piauí, em busca de estabilidade profissional e financeira. O nome da Parnaíba havia se espalhado pelos interiores como o destino mais apropriado e promissor. Ao chegar, o passo de entrada era exclusivamente o comércio, como caixeiro ou, se podiam, abrindo já seus próprios estabelecimentos (SANTOS, 1990, p. 21).

Os negócios vão aos poucos se consolidando. Então, Raimundo, mais uma vez com a ajuda do sogro, o sr. Gerardo, compra um quiosque para que pudesse expor sua mercadoria. Antes de ir às compras em Fortaleza, Raimundo Florindo visitava todos os barraqueiros, quitandeiros e pequenos comerciantes do mercado público de Parnaíba e adjacências, tomando nota das encomendas de mercadorias que desejavam acrescentar aos seus estoques. Com o

⁴⁷O termo **“Pau de Arara”** designa uma vara utilizada no interior do país para o transporte de araras, papagaios e outros pássaros. Segundo o folclorista Câmara Cascudo, o termo migrou para designar o meio de transporte improvisado em razão da algazarra feita pelas aves, similar à dos passageiros que usam tal veículo, em precário arranjo, promiscuidade e desasseio.

passar do tempo, o então caixeiro viajante vai tomando fama de barateiro. Todos passam a chamá-lo de Toureiro. Era comum as pessoas, ao procurarem um produto para comprar, usar a seguinte frase: “Vai lá no Toureiro, que é mais barato”. A pedido de clientes e amigos, Raimundo Florindo dá nome ao seu empreendimento de “Casa O Toureiro”. Questionada sobre a origem do nome, dona Adelaide explica que surge ainda na época em que Raimundo era jovem solteiro. Era uma forma de tratamento entre os amigos. Todos chamavam uns aos outros de “toureiro”. O certo é que o apelido pegou e o acompanha até os dias atuais. Virou sua marca. Conforme demonstrado abaixo:

Imagem 20: Logomarca O Toureiro



Fonte: <https://pt-br.facebook.com/casaotoureiro/>

A história da trajetória de vida do caixeiro viajante Raimundo Florindo de Castro, aqui elencada, está pautada na memória coletiva tão arraigada por Maurice Halbwachs. Pois, segundo a concepção de memória difundida pelo referido autor, embora o entrevistado considere suas memórias como individuais, por achar que se tratam de informações um tanto quanto pessoais/sigilosas, mesmo em situações dessa natureza, o mesmo afirma que elas, (as memórias), pertencem a uma memória coletiva:

Nossas lembranças permanecem coletivas, e elas nos são lembradas pelos outros, mesmo que se trate de acontecimentos nos quais só nós estivemos envolvidos, e com objetos que só nós vimos. É porque, em realidade, nunca estamos sós. Não é necessário que outros homens estejam lá, que se distingam materialmente de nós: porque temos sempre conosco e em nós uma quantidade de pessoas que não se confundem (HALBWACHS, 1990, p. 26).

Outro teórico que também dará subsídio para as narrativas extraídas a partir dos depoimentos colhidos durante as entrevistas, é Ecléa Bosi (2004), ao ressaltar que o sujeito retira o que narra de suas experiências vividas para que os outros possam tomar conhecimento de determinado fato. Segundo a autora, “a arte da narração não está confinada nos livros. Seu veio épico é oral. O narrador tira o que narra da própria experiência e o transforma em

experiência dos que o escutam” (BOSI, 2004, p. 43). Segundo ela, a narração é uma forma artesanal de comunicação. Ela não visa a transmitir o “em si” do acontecido, ela o tece até atingir uma forma boa. Investindo sobre o objeto ao tempo em que o transforma.

E foi por meio da oralidade de Dona Adelaide acerca das experiências vividas por seu esposo que tomamos conhecimento que, no início dos anos 1960, as viagens empreendidas por Raimundo Florindo com destino ao Maranhão eram feitas por meio de canoas, embarcação muito utilizada à época no transporte de pessoas e mercadorias. Já as realizadas dentro do próprio estado (Piauí) se davam em caronas arranjadas em paus de arara, caminhões ou por meio de ônibus que transportavam os camelôs aos inúmeros festejos. Seu primeiro meio de transporte foi uma lambreta⁴⁸, nada apropriada para o transporte de mercadorias. Homem de negócios e com o espírito empreendedor, Raimundo passou a confeccionar malas feitas a partir de madeira com o revestimento em papelão, muito procurada por seus fregueses. Para não encarecer sua produção de malas, o astuto caixeiro comprava a matéria-prima (papel, papelão, madeira e cola) para confeccioná-las na cidade de Fortaleza (Dona Adelaide Castro, entrevista concedida ao pesquisador em 26/04/2019).

Além de caixeiro viajante, Raimundo Florindo também desempenhava muito bem a função de maleiro ou a arte de confeccionar malas. As malas eram produzidas em seu quiosque nas imediações do mercado público de Parnaíba. O então caixeiro passava horas a fio pregando malas dos mais variados modelos e tamanhos, conforme o gosto do freguês. Percebendo que o negócio era promissor, Raimundo resolveu montar seu mostruário, utilizando as próprias malas que fabricava. Entre os diversos itens/produtos que compunham seu mostruário, estavam: *anáguas volta ao mundo*⁴⁹, peteca⁵⁰, sutiã, anzol, baladeira (estilingue) que ele mesmo confeccionava, isqueiro, entre outros.

Com o mostruário pronto, era hora de visitar a freguesia, que incluía os barraqueiros, quitandeiros e os pequenos comerciantes estabelecidos no mercado público da cidade, bem como os demais fregueses para tirar os pedidos. Feitos os pedidos, o destino do prestativo caixeiro era a cidade de Fortaleza, local onde encontrava tudo o que precisava para cumprir as encomendas de sua freguesia. Embora os negócios sinalizassem para um futuro promissor, o já

⁴⁸Motoneta, motinha, lambreta, scooter ou vespa é um veículo motorizado de duas rodas no qual o condutor condiciona suas pernas para a frente de seu tronco, sobre uma plataforma, em vez de para os lados, como ocorre nas motocicletas.

⁴⁹Peça da indumentária feminina utilizada por baixo da roupa (vestidos ou saias), com o objetivo de inibir a transparência ou gerar volume

⁵⁰Berlinde ou bola de gude é uma pequena bola de vidro maciço, pedra ou metal, que pode ser translúcida, manchada ou intensamente colorida, de tamanho variável, usada em jogos infantis.

conhecido “Toureiro” enfrentou um momento de crise, devido a uma enfermidade que tivera, a momentos de muita dificuldade financeira, tendo sido nesse período, segundo dona Adelaide, muito humilhado e perseguido e sofrido muito diante da situação em que se encontrava (Dona Adelaide Castro, entrevista concedida ao pesquisador em 26/04/2019).

Mas numa demonstração de fé, humildade e determinação, Raimundo Florindo conseguiu sair vitorioso da crise que o afetara. O caixeiro recomeçou vendendo galinhas, levando-o aos poucos a sair daquele marasmo por que passara. Pai de sete filhos, tendo um falecido (4 mulheres e 2 homens), todos formados com muita dificuldade na cidade de Fortaleza. Dona Adelaide hoje se orgulha por ter suas lojas vistas pela comunidade parnaibana como “populares”. Em sua oralidade, ela relata:

“Eu sinto muito orgulho. As mulheres chegam aqui, dão de mamar para os filhos, todos ficam muito tranquilos, todo mundo muito à vontade. Popular...dizem, eu não vejo, mas falam muitas mulheres da elite daqui, não anda aqui porque é loja dos pobres, mas manda as empregadas, porque aqui a gente vende com o preço unificado... A gente vende o preço de atacado no varejo... A gente aprende a não dar ouvidos a essas coisas e fazemos como Jesus disse na cruz: “Deus, perdoa eles, que não sabem o que dizem” e assim nós vivemos essa vida sempre, e agora nós já estamos no processo de envelhecimento, né?... E então é o tempo da gente ficar ainda mais humilde” (Dona Adelaide Castro, entrevista concedida ao pesquisador em 26/4/2019).

No passado, as viagens empreendidas pelo então caixeiro viajante duravam em média de seis dias. Ele se dividia entre o atendimento aos clientes no seu pequeno quiosque e às viagens, embora sempre contasse com a ajuda de dona Adelaide, sua esposa, que na ausência do marido, atendia os fregueses. Na hospedagem, durante as viagens, existia sempre o cuidado de procurar as pensões e/ou hotéis com o menor preço. Nos lugares onde não havia hospedarias, lhe restavam duas alternativas: dormir ao relento ou buscar abrigo na casa de um freguês ou outro.

Experiente na área de vendas, por onde andava o caixeiro sempre observava junto à freguesia quais mercadorias tinham maior procura naquela comunidade. Fazia uma espécie de pesquisa. A partir das informações colhidas, buscava levar as respectivas mercadorias que atendessem aquela demanda na próxima viagem de retorno.

De ex-caixeiro viajante a empresário bem-sucedido, dona Adelaide se recorda de que aos 50 anos de idade seu esposo já havia construído o patrimônio que tem hoje. Ela o classifica como um homem simples, humilde, trabalhador, um “franciscano” e que sempre lutou para honrar seus compromissos, tanto no que diz respeito a efetuar o pagamento de seus funcionários em dia, bem como cumprir todas as suas obrigações tributárias. Segundo ela, “Toureiro” considera sua empresa como “familiar”. Ao final de sua entrevista, dona Adelaide deixa a seguinte mensagem:

“A maior força do ser humano é a humildade, a simplicidade e o trabalho... Você tendo essas três coisas, você não perde nada, não perde nada... porque as pessoas, às vezes, quando começa a ganhar uma coisinha, já tem vergonha de fazer outra, já se engrandece, já humilha os outros... A gente não pode ser assim, tudo na vida, até a amizade, é simples” (Dona Adelaide Castro, entrevista concedida ao pesquisador em 26/4/2019).

Em seu depoimento, dona Adelaide demonstra a sua preocupação de manter “viva” a simplicidade, humildade e o trabalho. Segundo ela, são esses três pilares que sustentam o ser humano, tornando-o capaz de viver em sociedade e acima de tudo, preservando o amor ao próximo, apesar das diferenças sociais. De origem humilde, Dona Adelaide é contra o orgulho que as pessoas nutrem dentro de si por se acharem numa condição econômica melhor que a de seus semelhantes, menosprezando-os.

3.8. - Memórias de um velho caixeiro viajante: as experiências de Zé Coelho nos áureos tempos de caixeiro na região Norte do Piauí na segunda metade do século XX.

Nascido em 31/01/1938 na localidade Projetos, município de Luzilândia – Piauí, o sr. Zé Coelho iniciou na profissão de caixeiro muito cedo. Seu pai que também era caixeiro viajante, lhe ensinou o ofício. Ainda adolescente, Zé Coelho acompanhava seu pai nas longas jornadas que empreendia pela região interiorana do norte do estado, mas especificamente a região localizada entre as cidades de Luzilândia e Parnaíba, ambas no Piauí. Atualmente chegando aos 80 anos de idade, o velho caixeiro não se recorda com precisão o período em que fez sua primeira viagem sem a presença de seu saudoso pai. Só se recorda que foi lá por meados dos anos 1950, pois, segundo ele, ainda não havia completado os seus 15 anos de vida.

As viagens empreitadas pelo jovem viajante se davam montadas em animais, pois herdara a tradição de seu genitor, que sempre viajava na companhia de seu cavalo (montaria) e de um ou dois burros, que variava conforme a quantidade de produtos que conduzia nos emblemáticos jacás⁵¹ ou balaios. Os jacás eram acomodados nas cangalhas⁵², nos quais eram agasalhados os mais variados produtos, desde os de primeira necessidade, como o arroz, farinha, feijão, açúcar, azeite extraído a partir do coco babaçu, gordura de porco extraída a partir do derretimento do toucinho ou a considerada campeã nas vendas que era a pomada (ou banha, como é mais conhecida no senso comum) para curar os ferimentos dos animais. Normalmente, as mercadorias eram encomendadas, diz o sr. Zé Coelho durante a entrevista:

⁵¹Recipiente produzido de tala de taquara (bambu), que serve para transportar produtos em animal de carga (mula-cavalo-jegue).

⁵²Artefato de madeira ou ferro, geralmente acolchoado, que se apõe ao lombo das cavalgaduras para pendurar carga de ambos os lados.

Quando eu ia viajar, eu levava sempre na bagagem uma caderneta que era pra eu anotar as coisas que os clientes queria comprar que eu não tinha no momento, e isso eu aprendi com meu pai, que quando nós viajava junto, ele pedia pra anotar, aí eu anotava, né? Apesar de pouco conhecimento das letras, com muita dificuldade conseguia fazer uns garranchos no papel, mas dava pra eu entender, rrsr. (Sr. Zé Coelho em entrevista concedida ao pesquisador em 29/07/2016).

Antes de viajar, o sr. Zé Coelho conta que sempre dava uma conferida nas anotações feitas na sua cadernetinha, que era para não deixar de levar nenhuma encomenda. Arrumava um por um dos artefatos no interior dos jacás e, depois de pronta a carga, seguia sua jornada por aquelas trilhas de encontro a sua clientela que geralmente o esperava com ansiedade, haja vista que naqueles tempos idos (décadas de 1950 a 1960) o povo que vivia nas comunidades situadas naquela região quase não se deslocava para os dois maiores centros comerciais da época que eram Luzilândia e Parnaíba. Não dispunham de outro meio para deslocamento a não ser por meio do transporte em animais. A visita do caixeiro era fundamental para a sobrevivência e/ou comodidade para aquelas pessoas. De acordo com o sr. Zé Coelho, no período da safra quando eles produziam alguns alimentos, ele lhe fornecia os demais produtos que os mesmos não tinham e que muitas vezes eles trocavam um produto pelo outro.

O referido viajante comprava seus produtos nos armazéns em Parnaíba e os guardava em casa. Tinha sempre o cuidado de não ficar sem estoque. Seu estoque era variado e contava com os seguintes itens: sacas de arroz, farinha, feijão, açúcar, sabão em barra, fumo em pacote, azeite de coco (lata 18 litros), querosene jacaré (lata 18 litros), facão, foice, machado, enxada entre outros.

Na hora de arrumar as mercadorias nos balaios, preparava embalagens de quilo e de meio quilo contendo arroz, feijão, farinha e o açúcar. Assim, ocupariam menos espaço nos jacás e a sua carga na ficaria com sobrepeso que pudesse adoecer os animais que conduzia pelos mais inóspitos caminhos, debaixo de chuva ou do sol. Vez por outra, Zé Coelho precisava montar acampamento para que os animais pudessem descansar. Geralmente, esses pousos aconteciam nas propriedades/moradas dos clientes. “Todos queriam me dar abrigo”, diz ele.

As viagens duravam em média de cinco dias. Mesmo gostando do que fazia, o viajante relata que não apreciava muito a ideia de longas viagens, sobretudo quando os seus filhos eram pequenos. Sempre que podia, encurtava as jornadas de trabalho para dar mais atenção a dona Maria (sua esposa) e os pequenos, mas nem sempre era possível dar a assistência que desejava a sua senhora e filhos, tendo em vista que as longas jornadas interior adentro não lhes permitia.

As comunidades por onde, o então viajante, passava recebiam os mais pitorescos nomes: Cantinho, Beco da Onça, Cipó, Malhada d'Areia, Escondido, Buritizinho, Arraial Grande,

Morro de Dentro, entre outras. As referidas comunidades ficavam nas adjacências de Luzilândia - Piauí, regiões de difícil acesso onde poucas pessoas se aventurariam alcançar; pessoas com astúcia e determinação, como o velho e bom caixeiro viajante, que não recuava diante dos obstáculos que permeavam os seus caminhos diários.

Em suas memórias, apesar de escassas, o viajante relembra os seus tempos de juventude em que não lhe faltava disposição para empreender suas aventuras por entre as matas da região interiorana do eixo Luzilândia – Parnaíba, dos tempos em que quase não havia estradas de rodagem, época em que os viajantes trafegavam por estreitas “veredas”⁵³, rotas que eles mesmos iam criando a partir das repetidas viagens que se sucediam.

Viajando durante dias o sr. Zé Coelho levava aos seus clientes por onde passava: alegria, satisfação e as últimas informações dos grandes centros para o interior e vice-versa. Hoje com a idade bastante avançada e a saúde fragilizada, o sr. Zé Coelho vive da aposentadoria que tem e das memórias dos tempos de caixeiro. De acordo com HALBWACHS (1990), em seu prefácio:

A memória individual existe, mas ela está enraizada dentro dos quadros diversos que a simultaneidade ou a contingência reaproxima momentaneamente. A rememoração pessoal situa-se na encruzilhada das malhas de solidariedades múltiplas dentro das quais estamos engajados. Nada escapa à trama sincrônica da existência social atual, e é da combinação destes diversos elementos que pode emergir esta forma que chamamos de lembrança, porque a traduzimos em uma linguagem (HALBWACHS, 1990, p. 6).

Levando em consideração o pensamento de Halbwachs, as lembranças do velho caixeiro traduzem uma espécie de linguagem que contribuirá para entendermos as práticas e as representações que fizeram da atividade caixeiral uma das mais importantes para a economia do estado, sobretudo do município de Luzilândia e Parnaíba. Ainda segundo o autor, “nossas lembranças permanecem coletivas, e elas nos são lembradas pelos outros, mesmo que se trate de acontecimentos nos quais só nós estivemos envolvidos, e com objetos que só nós vimos” (HALBWACHS, 1990, p.8).

Portanto, as lembranças que o sr. Zé Coelho considera como sendo apenas sua também fazem parte de uma coletividade, haja vista que as pessoas com as quais o referido caixeiro viveu, por sua vez, têm, por assim dizer, as mesmas lembranças.

De certa forma, como mensageiro entre a zona urbana e rural, Zé Coelho e os demais viajantes influenciavam direta ou indiretamente no processo de formação de novas identidades,

⁵³Caminho estreito, senda, sendeiro. Também pode significar caminho secundário pelo qual se chega mais rapidamente a um lugar; atalho.

haja vista que segundo HALL (2006), “À medida em que as culturas nacionais tornam-se mais expostas a influências externas, é difícil conservar as identidades culturais intactas ou impedir que elas se tornem enfraquecidas por meio do bombardeamento e da infiltração cultural” (HALL,2006, p. 74).

As palavras de Hall (2006) reforçam ainda mais a ideia a tempos imbricada no senso comum de que nós seres humanos somos sujeitos a sofrer, quer queira quer não, influência do meio em que vivemos, e isso ocorre a partir da convivência que mantemos com os nossos semelhantes, quando absorvemos algo que é inerente ao outro, da mesma forma que o outro absorve alguma característica que nos é peculiar.

Partindo dessa premissa, é possível atentarmos para a probabilidade dessa influência na formação de uma nova identidade em ambas as partes, levando em consideração que as mesmas têm características distintas e que, ao entrarem em contato, essa mistura possa ocorrer. Desse modo, ainda segundo Hall (2006), a identidade está sempre em processo de formação:

Assim, a identidade é realmente algo formado, ao longo do tempo, através de processos inconscientes, e não algo inato, existente na consciência no momento do nascimento. Existe sempre algo “imaginário” ou fantasiado sobre sua unidade. Ela permanece sempre incompleta, está sempre “em processo”, “sempre sendo formada” (HALL, 2006, p. 38).

No que tange ao uso da memória do sr. Zé Coelho como fonte histórica nessa pesquisa, está permeada na valorização que a história tem atribuído à oralidade nos últimos anos, como assevera Amado (2006) em sua obra “**Usos e abusos da história oral**”, “a história interessou-se pela oralidade na medida em que ela permite obter e desenvolver conhecimentos novos e fundamentar análises históricas com base na criação de fontes inéditas ou novas” (AMADO, 2006, p. 16). Portanto, por meio das memórias dos viajantes externadas aqui, criam-se novos conhecimentos que darão “vida” a uma nova história.

Na sequência de sua fala, mais uma vez o popular Zé Coelho faz um “mergulho” em suas lembranças e com ele traz à tona a época em que trabalhara com seu pai e destaca que em sua família apenas ele seguiu o ofício do seu genitor e mestre. Ele lembra que os seus três irmãos empreenderam retirada rumo à futura capital, Brasília, em busca de novas oportunidades. Depois, ficou sabendo que seus irmãos tinham trabalhado na construção da cidade como pedreiros.

Apesar das constantes fugas de memória, o ex- viajante demonstrara segurança e lucidez em sua oralidade e percebe a importância que a mesma tem diante da necessidade de levar ao conhecimento das futuras gerações, não apenas a sua trajetória enquanto condutor do progresso

e o desenvolvimento para aquelas regiões, mas a dos demais viajantes que encontrou em seu caminho ao longo dos quase quarenta anos de profissão.

Mais tarde, casou-se com dona Maria, que lhe deu quatro filhos, sendo dois homens e duas mulheres. Mas, assim como seus irmãos, nenhum de seus filhos quis seguir a sua profissão. Casaram-se e foram morar em outras cidades. O sr. Zé Coelho trabalhou como caixeiro viajante cerca de quatro décadas. Começou ainda montado em mulas (meados da década de 1950 a 1980) e nos últimos anos, antes de abandonar a profissão, passou a fazer suas viagens numa bicicleta, após ter caído de um cavalo durante uma viagem quando o animal se assustou com a presença de uma cobra em meio às veredas. Na ocasião do acidente, Zé Coelho foi socorrido por um de seus clientes que morava nas imediações do ocorrido.

Hoje com quase oitenta anos, Zé Coelho está aposentado e morando sozinho com sua esposa, dona Maria, e vez por outra recebe a visita do filho mais novo que mora em Luzilândia. Com a saúde fragilizada, já não possui a mesma vitalidade de outrora, dos tempos de viajante. O peso da idade lhe levou também parte de sua visão.

Hoje, longe das cansativas viagens e livre das constantes montarias, o velho caixeiro viajante vive do pouco dinheiro de seu aposento e de sua esposa, e das boas lembranças dos tempos idos em que fora um entre tantos no universo dos “cometas” que reluziram pelas inóspitas veredas entre Luzilândia e Parnaíba e regiões circunvizinhas no limiar da segunda metade do século XX.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A economia do Piauí, desde a primeira fase, emanava do curral, inclusive o comércio e as finanças. Uma segunda fase foi de estagnação econômica, que somente se encerrara durante as primeiras décadas do século XX. O período compreendido entre as duas grandes guerras (1914-1918/1939-1945) ensejou uma considerável expansão das atividades econômicas, com uma integração maior entre a economia rural e as cidades, tendo em conta o surgimento de pequenas indústrias de processamento das matérias-primas, a dinamização do comércio e a vitalidade do núcleo industrial-exportador localizado em Parnaíba.

A pesquisa apresentada nesta dissertação de mestrado trouxe como pano de fundo justamente essa perspectiva anunciada anteriormente, apresentando os fatores que teriam contribuído com o referido cenário que outrora se instalou em território piauiense. A mudança da capital para Teresina, ocorrida em 1852, e o início da navegação a vapor, sobretudo no rio Parnaíba, em 1859, foram os principais fatores para o começo de um processo de desenvolvimento, com participação ativa no comércio internacional (sediado em Parnaíba), que demandava os produtos derivados do extrativismo vegetal no Piauí.

Buscou-se também dentro deste contexto econômico ressaltar o fator humano que, associado aos demais já mencionados, contribuiu para o referido processo de desenvolvimento. Estamos nos referindo a mão de obra disponibilizada pelos caixeiros viajantes e atividades afins, muito utilizadas na disseminação das riquezas produzidas pelas indústrias e demais empresas do ramo de importação e exportação dos mais variados produtos derivados da agropecuária e do extrativismo, elencando os números oficiais desses profissionais de venda, segundo o Censo do IBGE publicado em 1952.

Coube a Parnaíba o papel de protagonista principal dentro deste enredo, conquistando, por meio de sua atuação diante dos novos empreendimentos nela sediados, a privilegiada posição de centro econômico do estado do Piauí, propiciando aos parnaibanos uma sensação de uma propensa *Belle Époque*. Para tanto, a princesa do Igarçu contou com a ajuda de alguns elementos que fizeram a diferença naquela sua nova realidade “astronômica”.

Entre eles, destacamos: os investimentos voltados para o comércio varejista e atacadista que propiciou um aquecimento na economia; O rio Igarçu, que no período fora usado como escoadouro da produção local, bem como de outros estados e até do estrangeiro; o Porto das Barcas, que abrigava as mais variadas embarcações, bem como os produtos dos embarques e desembarques das mais variadas origens e destinos; o “*Almanaque da Parnaíba*”, que levou

aos piauienses, sobretudo os parnaibanos, um “universo” de informações acerca não apenas do comércio de produtos e serviços, mais dos mais inusitados assuntos ligados ao mundo político, religioso, filosófico, econômico e social. Ficou constatado durante as pesquisas que um quinto elemento também deixou seu legado para o progresso econômico de Parnaíba. Esse último elemento foi a “*Rádio Educadora de Parnaíba*”, que, por meio de ondas sonoras levou àquelas regiões informações acerca do empório comercial que se tornara Parnaíba.

Foi, portanto, a partir de 1860, que Parnaíba consolidou-se como principal entreposto comercial do Piauí e como importante centro do comércio internacional, graças ao espírito empreendedor de suas lideranças empresariais e seus liderados (representantes pracistas), sobretudo estimulados por terem a oportunidade do contato com o resto do mundo.

Não obstante, objetivando responder às indagações anunciadas como norteadoras da pesquisa aqui realizada, formularam-se algumas respostas para as inquietações iniciais. Dentre elas, a de que o processo que constituiu o comércio realizado pelos caixeiros viajantes em meados do século XX teria se dado por meio de visitas diárias porta a porta ao pequeno, médio e grande (cliente) comerciante, nas mais distantes praças, sobretudo aquelas de difícil acesso, sempre oferecendo os seus produtos e tirando pedidos.

No que tange às estratégias, táticas e práticas por eles utilizadas na efetivação do comércio varejista, constatou-se que a arte de argumentar e persuadir, a análise do discurso, a perspicácia e astúcia, bem como o espírito aventureiro do referido profissional sempre prospectando novos clientes a adquirirem seus produtos e/ou serviços ofertados pelas empresas, às quais prestavam serviços, foram fundamentais na consolidação do comércio ambulante (varejista) por eles impetrados.

Quanto aos papéis sociais desses sujeitos no Piauí ou em qualquer outra região que os mesmos tenham atuado, pôde-se perceber, por meio da pouca historiografia encontrada acerca desse personagem da nossa história, e sobretudo nas entrevistas realizadas no decorrer das pesquisas de campo, que o caixeiro viajante desempenhou inúmeros papéis como os mencionados na citação:

Mais do que um preposto comercial, era, na verdade, o agente de ligação entre dois mundos que somente tinham, nas estradas e, neles, seus veículos. Da decisão de apoio político à compra de medicamento específico, do aconselhamento sobre o melhor colégio da capital, onde internar o filho, a escolha do que mais na moda estava para ser usado em oportunidade festiva, dava opinião sobre qualquer assunto que tratasse o velho jornal que chegasse ao detalhe a respeito de qualquer boato ou informação truncada e mal sabida (PAES, 2001, p. 55).

Os entrevistados sr. Abdoral, Zé Coelho e Dona Adelaide, que corroboraram com esta pesquisa também elencaram, não com as mesmas palavras usadas por Paes (2001), os vários papéis desempenhados por estes profissionais, mas certamente compreendem o quão esses papéis constituem-se como elementos agregadores das diferentes identidades que viabilizaram uma melhor interação caixeiro – cliente, cliente – caixeiro cotidianamente.

A referida pesquisa, embora tenha encontrado algumas respostas suscitadas por meio de hipóteses previamente formuladas, não se dá por encerrada, e não é nossa intenção fazê-lo. Crê-se que ainda há muitas outras questões a serem respondidas acerca desses profissionais ambulantes e as suas contribuições para a permanência desta modalidade de comércio na atual conjuntura, haja vista que nos dias atuais os tempos são outros e as necessidades do mercado comercial modificam-se constantemente.

A tendência diante da globalização é que as lojas físicas desapareçam inviabilizando a permanência deste tipo de mão de obra outrora desempenhada pelo caixeiro viajante, fazendo com que estes profissionais percam seu lugar no mercado de trabalho. No mundo moderno em que vivemos, basta um *click* no computador, *notebook* ou mesmo no *smartphone*, para que se tenha uma infinidade de produtos e serviços à disposição, descartando a velha e boa pasta cheia de mostruário e bugigangas conduzida por um caixeiro viajante sempre à espera de um olhar atento e ansioso de um cliente simples que ainda não teve acesso a esse “universo” globalizado ao seu alcance.

Referências bibliográficas

Fonte

- ALMANACK DA PARNAHYBA, Fortaleza – CE, Typographia Renascença, 1924.
- ALMANACH DA PARNAHYBA, Fortaleza – CE, Typographia Gadelha, 1931.
- ALMANACH DA PARNAHYBA, Fortaleza – CE, Typographia Gadelha, 1932
- ALMANAQUE DA PARNAÍBA, Parnaíba – PI, Tipografia Minerva, 1937.
- ALMANAQUE DA PARNAÍBA, Parnaíba – PI, Gráfica Renascença, 1940.
- INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Recenseamento geral do Brasil** – 1º de setembro de 1940 – série regional – parte V – Piauí; Censo demográfico – população e habitação; Censos econômicos: agrícola, industrial, comercial e dos serviços – Rio de Janeiro, serviços gráficos do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, 1952.
- BRASIL. **Ministério dos Transportes Planos de Viação** – evolução histórica, 1808 – 1973. – Rio de Janeiro: 1974.
- CORREIA, B. J.; LIMA, B. dos S. (Org.). **O Livro do Centenário de Parnaíba: 1844 – dezembro – 1944** – documentário da cidade – estudo histórico, corográfico, estatístico e social do município de Parnaíba. Parnaíba: Gráfica Americana, 1945.
- IPHAN. **Cidades do Piauí testemunhas da ocupação do interior do Brasil durante o século XVIII: Conjunto Histórico e Paisagístico de Parnaíba**. 2008.
- PASSOS, Caio. **Cada rua- sua história**. [s.n] Parnaíba - PI. 1982.

Entrevistas

- Abdoral Furtado de Melo, Parnaíba – PI, 26 de abril de 2019.
- Adelaide Castro, Parnaíba – PI, 26 de abril de 2019.
- José da Silva Coelho, Luzilândia – PI, 29 de julho de 2016.

Bibliografia

- ABREU, Antônio Suárez. **A arte de argumentar: Gerenciando Razão e Emoção**. São Paulo: Ateliê Editorial, 2002.
- AGUIAR, Odailton Araújo. **O riso na mídia: o Barão de Itararé e seus almanaques – os almanaques do jornal a manhã**. São Paulo, Doutorado em comunicação e semiótica da Pontifícia Universidade Católica, 2006, p234. Tese Doutorado em comunicação e semiótica.

- ALVES, Leopoldo. **História e estórias do caixeiro viajante** Salvador: Edições Contemp. 1979.
- AMADO, Jorge. Introdução. In. ALVES, Leopoldo. **História e estórias do caixeiro viajante**. Salvador: Edições Contemp. 1979.
- AMADO, Janaina; FERREIRA, Marieta de Moraes (org). **Usos & abusos da história oral**. Rio de Janeiro: FGV, 2006.
- ARAGÃO, Odailton. **Os Almanques e suas histórias**. In: O Riso da Mídia: O Barão de Itararé e seus Almanques - Os Almanques do Jornal A Manhã. São Paulo, 2006.
- ARAÚJO, Maria Elita Santos de. **Parnaíba: O Espaço e o Tempo**. Parnaíba: [s.n.], 2002.
- BOSI, Ecléa. **Memória e sociedade: lembrança de velhos**. 11^o. ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2004.
- CAMPOS, Humberto de. **Memórias inacabadas**. São Paulo: Opus, 1983.
- _____. **Memórias Inacabadas**. São Paulo: Opus, 1962.
- CARVALHO, Jeferson Luís Marinho de. **Almanack da Parnahyba: leituras da educação em suas páginas (1924 – 1982)**. São Leopoldo – RS. Área de Ciências Humanas da Universidade do Vale do Rio dos Sinos, 2016, p 226. Tese de Doutorado em Educação.
- CASTELO BRANCO, Renato. **Tomei um ita no Norte: memórias**. São Paulo: L.R. Editores Ltda. 1981.
- CERQUEIRA, Maria Dalva Fontenele. **Entre trilhos e dormentes: a estrada de ferro central do Piauí na história e na memória dos parnaibanos (1960-1980)**, Teresina, Centro de Ciências Humanas e Letras da Universidade Federal do Piauí, 2015, 169p. Dissertação de Mestrado em História do Brasil.
- COSTA, F. A Pereira da. **Cronologia histórica do Estado do Piauí**. Rio de Janeiro: Arte nova, 1974.
- _____. (b) **Cronologia Histórica do Estado do Piauí**. /F. A. Pereira da Costa. – 2. Ed. – Teresina: APL; FUNDAC; DETRAN, 2010.
- DOBB, Maurice (1977). **A evolução do capitalismo**. 6a. ed. Rio de Janeiro: Zahar.
- DUARTE FILHO, Gilberto Escórcio. **Porta-vozes da conquista da riqueza: o ensino comercial e a escola união caixeiral de Parnaíba (1918-1950)** [manuscrito]. Teresina, 2010.
- FLORES, Hilda Agnes Hubner: **Caixeiros viajantes: veículo de expansão econômica e cultural**. Porto Alegre – RS. 2000.
- FREYRE, Gilberto. **Sobrados e Mucambos**. 16^a ed. São Paulo: Global, 2006.

- GANDARA, Gercinair Silvério. **URUAÇU: Uma Cidade-Beira. Uma Cidade-Fronteira. (1910-1960)**. Goiânia: Programa de Pós-Graduação em História da Universidade Federal de Goiás, 2008, 227p. Dissertação de Mestrado da Pós-Graduação em História.
- HALBWACHS, M. **A memória coletiva**. São Paulo: Vértice, 1990.
- HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós modernidade**. 11ª ed. - Rio de Janeiro: DP&A, 2006.
- INOJOSA, Aluisio. **História de um Caixeiro viajante**. Recife – PE. Gráfica Boa Vista Ltda.
- JACOB, Marc Theophile. A pequena e brava família Jacob. In: ARAÚJO, Maria Mafalda Baldoíno de; EUGÊNIO, João Kennedy (orgs). **Gente de longe: histórias e memórias**. Teresina: Halley, 2006.p. 273 – 334.
- KNOX, Miradan Brito. **O Piauí na Primeira Metade do Século XIX**. Teresina, Projeto Petrônio Portela, 1987.
- LEFEBVRE, Henri. **O direito à cidade**. São Paulo: Centauro, 2001.
- MAVIGNIER, Diderot dos Santos. **No Piauí na terra dos Tremembés**. Parnaíba: Sieart, 2005.
- MENDES, Felipe. Formação Política. Org. Prof. R. N. Monteiro de Santana. In: **Piauí: Formação – Desenvolvimento – Perspectiva**. Teresina: Halley, 1995.
- MENDES, Francisco Iweltman Vasconcelos. **Parnaíba Educação e Sociedade**. 2. ed. Parnaíba: Sieart, 2007.
- MORAIS, Erasmo Carlos Amorim. **Memórias do cais: Parnaíba, a cidade, o rio e a prostituição (1940-1960)**. Teresina, Centro de Ciências Humanas e Letras da Universidade Federal do Piauí, 2012, p.136 Dissertação de mestrado em História do Brasil.
- MOTT, Luiz. **Piauí colonial: população, economia e sociedade**. – 2. Ed. – Teresina: FUNDAC; DETRAN. 2010. 200 p.il. – (Coleção Grandes Textos – vol. 8)
- NASCIMENTO, Francisco Alcides do. **HISTÓRIA E MEMÓRIA: O RÁDIO POR SEUS LOCUTORES**. Revista de História e Estudos Culturais Outubro/ Novembro/ Dezembro de 2006 Vol. 3 nº 4, 2006, 20p.Disponível em: www.revistafenix.pro.br.
- NORA, Pierre. **Entre memória e história, a problemática dos lugares**. São Paulo: Projeto história, 1993.
- NUNES, Maria Cecília S. de Almeida. A influência britânica em Parnaíba - PI. In: ARAÚJO, Maria Mafalda Baldoíno de; EUGÊNIO, João Kennedy (org). **Gente de longe: histórias e memórias**. Teresina: Halley, 2006. p. 335 – 360.

PAES, Jurema Mascarenhas. **Tropas e tropeiros na primeira metade do século XIX no Alto Sertão Baiano**. Salvador, Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas da Universidade Federal da Bahia, 2001, 164p. Dissertação de mestrado em História Social.

PEREIRA, José Manuel. **O Caixeiro e a instrução comercial no Porto oitocentista: percursos, práticas e contextos profissionais**. Porto, Faculdade de Letras da Universidade do Porto, 2001, 378p. Dissertação de Mestrado em História Contemporânea.

QUEIROZ, Teresinha de Jesus Mesquita. **Economia piauiense: da pecuária ao extrativismo**. Teresina: EDUFPI, 2006.

_____. (b). **A importância da borracha da maniçoba na economia do Piauí: 1900 - 1920**. Teresina: EDUFPI, 2006.

REGO, Junia Motta Antonnacio Napoleão do. **Dos sertões aos mares: história do comércio e dos comerciantes de Parnaíba (1700 – 1950)**. Niterói, Instituto de Ciências Humanas e Filosofia da Universidade Federal Fluminense. 2010, 397p. Tese de Doutorado em História.

SANTANA, R. N. Monteiro de. **Evolução Histórica da Economia Piauiense**; 2ª edição; ed – Academia Piauiense de Letras – convênio com o Banco do Nordeste: Teresina, 2001.

_____. **Piauí: Formação – Desenvolvimento – Perspectiva**. Teresina: Halley, 1995.

SANTOS, Benjamim. **Livro do Centenário da ACP: Memórias de uma época, uma cidade, uma associação**. Parnaíba: Gráfica e editora Sieart, 2018.

SANTOS, Mário Augusto da Silva. **Casa e balcão: os caixeiros de Salvador (1890-1930)** / Mário Augusto da Silva Santos. - Salvador: EDUFBA, 2009.

SOUSA, Cleto Sandys Nascimento de. **O Rádio como sotaque piauiense: História e memória da Rádio Educadora de Parnaíba em meados do século XX**. Teresina, Centro de Ciências Humanas e Letras da Universidade Federal do Piauí, 2009, 153p. Dissertação de Pós-Graduação em História.

SWEEZY, Paul, et al. **A TRANSIÇÃO DO FEUDALISMO PARA O CAPITALISMO**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1977.

THOMPSON, Paul. **A voz do passado: História Oral**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1992.