

Centro de Estudos Bahianos

DEOLINDO AMORIM

TRADIÇÕES COMERCIAIS DA BAHIA

I. QUARTEL DO SÉCULO XX

**PUBLICAÇÃO
SALVADOR - BAHIA**

30 DE JANEIRO DE 1968

48

DEOLINDO AMORIM

TRADIÇÕES COMERCIAIS
DA BAHIA

I. QUARTEL DO SÉCULO XX

Tôda correspondência deve ser dirigida ao Secretário Geral
Dr. Affonso Ruy, à Praça Almeida Couto N.º 9 — Bahia.

SALVADOR — BAHIA — 1968

sumia-se, em grande parte, nas crises políticas, quedas de Governos, campanhas eleitorais, atitudes de certos estadistas, substituição de regimes ou, como era comum, a narrativa de batalhas. Era isto o que se entendia por *História* ... Tinha-se a impressão de que História, que é, hoje, um conceito complexo e progressivo, nada mais era do que a descrição de competições pelo Poder ou de "feitos d'armas", como se dizia antigamente.

O material histórico, atualmente, já é muito mais consistente, porque, com a visão sociológica da História, já saímos do critério puramente episódico para o critério da interação, do entrosamento, da confluência de fatores diversos. A História Econômica está ocupando, agora, um lugar de relevância na composição da História Geral, sem que seja necessário atribuir-lhe um papel de exclusividade, subestimando outros aspectos igualmente decisivos na evolução sócio-política. As atividades comerciais fazem parte deste quadro de elementos históricos, ainda mais quando se verifica que, ao lado de outros objetivos, políticos ou religiosos, nunca faltou a grandes empreendimentos marítimos nem a tentativas civilizadoras de expressão mais relevante algum sentido comercial, em paralelo a outros interesses. Seja como fôr, o comércio sempre esteve presente aos ciclos de evolução da humanidade, muitas vezes até impulsionando energias criadoras na formação de Estados. Não fôsse o espírito comercial, certos movimentos não teriam tido amplitude nem teriam aberto caminho para a formação de núcleos culturais e políticos, que, mais tarde, iriam tornar-se focos de civilização fecunda.

Bastaria lembrar, em linhas muito gerais, os principais ciclos da economia brasileira: o açúcar, a mineração, o couro, o café, por exemplo. Em todos esses movimentos, que marcam bem o nosso processo histórico de projeção econômica, houve atividade comercial, que teve a sua parte inevitável nas relações internas e externas. Os empreendimentos comerciais muitas vezes alargam os horizontes de civilizações e, antes de qualquer iniciativa política, promovem contractos que, depois, saindo da esfera imediata dos interesses recíprocos, tomam outros sentidos, na esfera artística, diplomática etc. Não se pode, portanto, fazer *tábula rasa* do comércio em qualquer trabalho histórico sobre as raízes e as transformações gerais de um país. O comércio, com o seu pioneirismo, às vezes revestindo-se de feições aventureiras e impetuosas, nos mares ou nas grandes caminhadas, também teve fun-

ção desbravadora. Geralmente se vê a atividade comercial por um prisma negativo, como se comércio significasse exclusivamente espírito de ganância, usura e nada mais. É preciso ver, entretanto, que o comércio, em muitos casos, também concorre para a permuta de valores culturais, adaptando-se, êle próprio, a novos padrões de progresso. Tudo isto, no cômputo geral, deve merecer estudos especiais como ação convergente na conjugação de todos os fatores responsáveis pelo caráter distintivo de uma civilização.

O VELHO COMÉRCIO DA BAHIA

Com esta visão histórica, podemos muito bem situar a tradição comercial da Bahia entre as componentes mais ativas de sua vida sócio-econômica. O comércio baiano, de preponderância portuguesa no passado, recebeu outros contingentes estrangeiros — franceses, ingleses, suíços etc. sem falar no espanhol, que teve e ainda tem muita participação no comércio de circulação local. Judeus, árabes e outros grupos étnicos, por sua vez, também desenvolveram atividades características, entrando pelo interior. No alto comércio, entretanto, o chamado comércio *a grosso*, e que fazia exportação em larga escala para outras partes do país e abastecia o interior do Estado, pois a Bahia já foi muito exportadora, o elemento lusitano sempre teve percentagem acentuada.

Um dos mais notórios motivos de apreciação na vida comercial da Bahia, nos velhos tempos em que as malas de amostras andavam pelo sertão em *costas de burro*, era justamente a solidez, a firmeza das grandes firmas. A praça da Bahia gozava de muito respeito, no país inteiro, por causa de sua segurança. É verdade que naqueles tempos não eram frequentes os *estouros*, os *golpes*, as aventuras comerciais nos centros de mais movimento. Bastaria simples concordata para produzir logo um estado de impacto; uma falência era alguma coisa fora do comum; um caso de cheque sem fundo (!...) seria o maior escândalo na praça. Isto não quer dizer que no comércio antigo não houvesse, como sempre houve em todos os tempos, muito espírito de ganância, muitos *atalhos* para o enriquecimento, mas também é verdade que certas *facilidades* não ocorriam impunemente. As condições sociais e as perspectivas, em parte, eram diferentes. Havia outros padrões de costumes. O ritmo das relações comerciais também era diferente. É indispensável levar em conta as motivações da época para compreender a repercussão de certos fe-

um encadeamento de negócios a bem dizer em tôdas as direções, até nas áreas mais distantes, no alto sertão. Bastaria lembrar a grande *Drograria América*, que tinha como rival na concorrência a *Drograria Brasil*. *Raul Schmith & Cia.* também fazia muitas praças sertanejas. *Magalhães Rezende & Cia.* começou com "molhados", conservas etc. e, depois, especializou-se no mercado de drogas. Tinhamos ainda as casas de vinhos, entre elas *Silva Lima & Cia.* a primitiva *Casa Viterbo*, que se transformou em *Fernandes Pereira & Cia.* Algumas das antigas firmas mudaram de nome, outras já se adaptaram a novas organizações, enquanto outras desapareceram com a própria geração de seus fundadores. Convém recordar que, além de Salvador, outras praças da Bahia, naturalmente em escala reduzida, como Cachoeira, S. Felix, Santo Amaro, Feira de Santana, Castro Alves também mantinham comércio de exportação em determinadas faixas do sertão.

CAIXEIROS-VIAJANTES

Este, na realidade, é um dos temas de nossa história social. Os caixeiros-viajantes formavam, na realidade, uma classe que desfrutava de muita distinção na sociedade sertaneja, tanto pelo prestígio das firmas que representavam, como também pela situação do comércio, que constituía a aristocracia local, nas regiões onde não havia outras classes concorrente na ascendência social. O *viajante* ou *cometa*, em qualquer Cidade onde fazia negócios, tinha entrada livre nos bailes e nas festas familiares, era recebido com especiais amabilidades, o que, em determinados casos, até parecia discriminação ostensiva, perante a pequena classe média da localidade. Tanto participava dos bailes *a rigor*, nos ambientes mais selecionados, como das serenatas, que eram comuns naquele tempo. Muitos dêles, quando demonstravam "penderos literários", eram convidados para tertúlias familiares, com recitativos ao piano e exibições de elegância, muito usuais entre famílias de recursos. E naquele tempo, como se sabe, tudo era à francesa: moda, etiqueta, conversação etc. etc.

Quase sempre a presença do *cometa* era motivo de animação na Cidade, porque promovia festas e, com isto, o comércio ficava mais movimentado. O próprio comerciante, em combinação com o vigário da paróquia, estimulado pelos caixeiros viajantes, organizava festejos de caráter religioso para dar mais *vida à praça*, vencendo a monotonia de sempre. Muitos negociantes habitualmente davam bailes em suas residên-

cias na época em que chegavam os caixeiros-viajantes, como convidados especiais. Tinham, êles, um *status* na sociedade daquele tempo. Daí nasciam também relações familiares, devido aos noivados, que nem sempre demoravam muito. Muitas afeições eram passageiras, mas também muitas delas terminavam em casamentos de viajantes com moças da terra.

Além de tudo, o caixeiro-viajante, geralmente muito solícito, até mesmo por necessidade da profissão, era sempre um intermediário de certas reivindicações. Suas intervenções na solução de problemas locais criava uma atmosfera de consideração e simpatia não apenas do comércio, mas das populações, que passavam a ver no viajante um homem de grande influência. Quando havia, por exemplo, atraso de trens, que eram poucos e deficientes, o comércio apelava para os viajantes, e êles prontamente telegrafavam para Capital, pedindo providências. Se o Intendente da Cidade, por exemplo, não queria conceder certas facilidades ao comércio, os negociantes esperavam a época das grandes vendas, com a chegada dos caixeiros-viajantes, e pediam que êles fôsem, em comissão, e removessem a resistência. Muitas vêzes conseguiam vencer *impasses* Tudo isto, afinal, concorria para que a classe de viajantes comerciais recebesse um tratamento diferente na vida social. É uma das tradições de nosso comércio.

Como elemento histórico, e para encerrar esta monografia, queremos dedicar algumas linhas ao sistema de circulação de mercadorias para as praças do sertão baiano. Tudo era difícil e moroso. Havia pontos de desembarque, onde os tropeiros vinham receber as cargas destinadas aos comerciantes. Grande parte desembarcava em Cachoeira e, dali, em transporte animal, seguia para o sertão. O consignatário recebia as mercadorias em Cachoeira e fazia os despachos para as diversas praças. Em Sitio Novo, ramal de Machado Portela, em direção às Lavras Diamantinas, havia outro ponto de consignação. Depois da Estrada de Ferro, uma vez posta a mercadoria nos armazéns de consignação o único meio de transporte era a *tropa de burros*, que levava dias e dias para chegar a destino. Cada fardo de fazenda ou caixão de encomendas levava apenas as iniciais do negociante e o nome da praça. Telégrafo, muito precário, porque nem tôdas as localidades tinham agência telegráfica. Correio, igualmente difícil e vagaroso, porque havia apenas uma ou duas *malas* por semana e, assim mesmo, carregadas em *burros* por um estafeta, que viajava necessariamente armado de pistola ou rifle. Quando

chegava as *notícias frescas* (?...) com seis a oito dias de atraso, as pessoas mais categorizadas — o Intendente, o Juiz, o Vigário, o Professor da Escola Primária — todo mundo, afinal, queria logo saber das *novidades*. Raro era o negociante que não assinava o velho “Diário da Bahia”, “A Tarde” ou o “Diário de Notícias”. Outros jornais, de menos popularidade, como “O Imparcial”, “O Democrata”, “A Imprensa”, por exemplo, também apareciam por lá, mas quase esporadicamente. Excepcionalmente, algumas pessoas assinavam também jornais do Rio, por interesse político. Fato raríssimo. O correio, entretanto levava muita revista do Rio. A mais importante, que só aparecia em casas de pessoas bem situadas na vida, era a *Bahia Ilustrada*. Sem favor, era uma das mais autênticas expressões de inteligência e cultura. Feita no Rio, por intelectuais baianos, era uma revista inteiramente da Bahia. *O Malho* era de leitura corrente, em quase tôdas as mesas. Gregos e troianos liam *O Malho*, por causa das charges, das caricaturas, das sátiras políticas. *Eu Sei Tudo, Para Todos* e outras revistas cariocas também apareciam no sertão, e tinham público certo. Outra publicação, que também gozava de muita preferência era o *Almanaque de Lembranças Luso-Brasileiro*. Com estas breves notas do passado, estamos apenas evocando o horizonte de uma época e de seu meio social no sertão.

Dentro dêsse ambiente, podemos avaliar o que foi a ação do comércio, com os seus caixeiros-viajantes, enfrentando tôdas as dificuldades, mas levando também certos impulsos renovadores, rasgando veredas para progresso econômico e social. A maioria dos negociantes comprava por intermédio dos viajantes comerciais; outros, no entanto, deixavam certa época do ano para *fazer sortimento* na Capital. Sômente os negociantes mais fortes podiam ir, periodicamente, a Salvador a fim de acertar os negócios com os fornecedores. A maioria tratava com os viajantes, comprava e pagava, sem sair de sua Cidade, porque a viagem era realmente incomodativa: dois ou três dias a cavalo até chegar ao ponto de estrada de ferro; um dia de trem até chegar a Cachoeira; depois, uma viagem pelo *vapor*, de Cachoeira a Salvador. Era assim a vida comercial daquele tempo, no sertão.

Fazia gosto ver o estilo das relações dos viajantes comerciais quando entravam nas Cidades. Havia um período de *invernada*, com intervalo de alguns meses, com renovação de mostruários etc. Na época própria, os caixeiros-viajantes re-

cebiam as cavalladas, preparavam as bagagens e partiam para o sertão. Muitas vezes, como que para dar um aspecto mais impressionante, êles combinavam e chegavam, de uma vez, três, quatro ou seis viajantes. Não entravam logo. As cavalladas vinham na frente, fazendo o barulho habitual, chamando a atenção geral e, depois de alguns minutos, vinham êles, em fila, como se fôsse um desfile militar: chapéo grande, lenço ao pescoço, botas, esporas, montando mulas bem cuidadas, atravessando a praça principal ou as ruas mais centrais. Era um festa . . . Iam para a *república*. Não havia hotéis para isto. Em tôda Cidade ou vila, havia uma “república” para os viajantes. A bagagem trazia um *arriero* e um cozinheiro.

Depois de posta a bagagem em seus lugares, os viajantes comerciais, com algum *tic* de sociabilidade, vestindo-se muito bem, saiam para o primeiro contacto com a freguesia; era apenas uma visita de cortezia, com algumas conversas informais sôbre novidades do país, negócios etc., sem faltar, é claro, alguma coisa de política, embora com os devidos cuidados para não ferir suscetibilidades. A primeira visita aos freguêses fazia parte da etiqueta comercial. No dia seguinte, então, ou no mesmo dia, se houvesse tempo, começavam os negócios, com as malas de amostras nas próprias casas comerciais. Os pedidos eram anotados, ali mesmo, no balcão, à vista do público. As mercadorias demoravam um pouco, devido aos meios de transporte, que eram primários.

Os viajantes-comerciais também eram introdutores de modas, pois muitos dêles serviam de figurino nas roupas e nos sapatos. Êste é um dos aspectos da influência social dos viajantes. Se havia alguns, que não se recomendavam bem, por causa da displicência no modo de vestir e de lidar com a freguesia, a maioria da classe primava, como se diz, pelo apuro pessoal. Estavam em moda os paletós *almofadinha* e os sapatos *pé-de-anjo* com o chapéo *Tom Mix*, que dava certa “pôse” ao traje, especialmente nos elementos de boa altura.

Vê-se, finalmente, que a integração do caixeiro-viajante na vida local, levando consigo, para o sertão, alguns traços de cultura, influenciando nos costumes e na substituição de velhos estilos, é também assunto de interesse para a nossa História Social. É uma das manifestações da antiga rede comercial da Bahia. Não seria possível colocar em ponto de relêvo outros elementos da História da Bahia sem tomar em consideração as suas tradições comerciais.

Faint, illegible text, likely bleed-through from the reverse side of the page. The text is arranged in several paragraphs, but the characters are too light to transcribe accurately. Some words like "the", "and", "of", and "in" are barely visible.

Extremely faint and illegible text on the right page, possibly bleed-through or very light printing. The content is completely unreadable due to the low contrast and lack of detail.