

CRESCENDO COMO SÃO CRISTOVÃO: a elite agro-exportadora de Parnaíba e o lugar da educação no desenvolvimento do Piauí.

Antônio de Pádua Carvalho Lopes - UFPI

Pensar a história da educação no Piauí é visualizar o modo como um discurso em torno do que era Piauí e do que se esperava que ele se tornasse foi se constituindo. Vários sujeitos históricos se cruzam na constituição das respostas a essas perguntas. Aqui, procuramos compreender, especificamente, como um grupo desses sujeitos formulou seu discurso em torno da relação escola e sociedade no Piauí: o dos comerciantes agro-exportadores.

Desejamos compreender as relações entre *interesses comerciais, educação e sociedade*, refletindo sobre o modo como tais interesses instituem-se em elementos formuladores de discursos e reivindicações educacionais consoantes ao modelo de região que os comerciantes agro-exportadores desejavam implementar e ao local da educação na consecução desses objetivos. Analisaremos, também, as representações dos comerciantes agro-exportadores sobre o Piauí.

O recorte histórico proposto para a pesquisa considerou os indícios do período em que a atuação dos comerciantes agro-exportadores teria se voltado para uma ação específica em educação, principalmente, escolar. Assim, o estudo centra-se na Primeira República.

Tomamos como fontes de pesquisa jornais, livros e impressos publicados pela Associação Comercial de Parnaíba, o Livro de Atas da Associação Comercial de Parnaíba, dentre outros documentos que se encontram preservados em arquivos e bibliotecas na cidade de Parnaíba. Utilizamos, também, relatórios, falas e mensagens de governadores e jornais diversos que circularam no período, bem como correspondência manuscritas entre o governo municipal de Parnaíba e o estadual, preservados no Arquivo Público Estadual do Piauí.

Crescendo como São Cristóvão: a elite político-comercial agro-exportadora de Parnaíba e o discurso sobre o seu papel no desenvolvimento do Piauí

A idéia central que norteava a ação da elite político-comercial parnaibana na Primeira República, como um grupo com uma imagem elaborada de si frente aos outros com os quais se relacionava numa determinada configuração¹, era a de que cabia a ela ser um elemento propulsor de ações que, promovendo transformações no Piauí, produzissem a consolidação de sua posição político-econômica e a transformação do Estado. Com uma lista significativa de reivindicações e um desencanto com a República, os comerciantes consideravam que cabia a eles um papel central no processo de transformação da realidade piauiense.

A documentação pesquisada é farta em destacar e conclamar os comerciantes a exercer um papel central no processo de transformação da realidade piauiense e em unir-se em torno de seus interesses. Em documento da comissão nomeada pela Associação Comercial de Parnaíba para avaliar as condições do porto de Amarração, datado de 1910, era afirmado: “[...] si nós fossemos verdadeiros commerciantes promoveríamos a grandeza e enriquecimento da zona em que desenvolvemos nossa actividade.”². Há, portanto, uma conclamação para que o comerciante tivesse um papel ativo no desenvolvimento de ações que, transformando o meio circundante, reforçasse a importância e a condição social do comerciante, especialmente, seu papel como grupo civilizador frente aos outros grupos da configuração de então³. Essa conclamação dos comerciantes para a ação em prol da região tinha como modelo ideal os industriais norte-americanos, que seriam conscientes da importância econômica de sua intervenção na promoção do desenvolvimento.

Por que interessaria aos grandes comerciantes o investimento na transformação das condições educacionais e dos meios de circulação da região, onde exercem sua atividade econômica? Razões de ordem econômica determinavam esta necessidade de intervenção no desenvolvimento da região: “[...] este engrandecimento nos beneficiaria centuplicadamente, individual e socialmente. Porque a riqueza comercial resulta gráo por

gra do desenvolvimento econômico da região a que serve.⁴ Por isso conclamam Parnaíba a patrocinar, de forma autônoma, e às suas próprias custas, o desenvolvimento da região.

Grandeza e enriquecimento da região eram entendidos como melhoria das condições materiais para maior expansão do capital comercial da cidade. A necessidade de desenvolvimento por parte da elite político-comercial advinha da compreensão da importância disso para a manutenção e ampliação da condição de cidade comercial mais importante do Piauí, detida por Parnaíba. Sendo que esta elite tomava para si o papel de articuladora e, muitas vezes, patrocinadora das transformações que considerava essenciais para o desenvolvimento das atividades comerciais. Assim, o investimento no desenvolvimento da região não se tornava importante, como bem exemplificavam os norte-americanos, por filantropia, mas pela necessidade do aumento da produção e de sua circulação para o desenvolvimento econômico da cidade.

Escolas e vias de comunicação estariam no cerne das ações progressistas defendidas como necessárias pelas elites político-comerciais de Parnaíba para o progresso da região. Em defesa de seus interesses, os comerciantes realizaram importante movimentação político-econômica no Piauí, na Primeira República, organizando suas lutas em torno de duas idéias básicas: *aberturas de vias de comunicação e investimento na transformação do aparato escolar existente*.

Destacavam-se, na motivação desse grupo social, dois pontos importantes: de um lado, a idéia de não contemplação nas ações do Estado dos interesses dos comerciantes; de outro, a conclamação para uma atitude decisiva e organizada em defesa de seus interesses e no enfrentamento dos obstáculos, já demarcados, para o desenvolvimento da ação dos comerciantes no Piauí. Destes obstáculos enfocavam o da circulação de mercadorias e pessoas – porto e estradas. Exemplar foi a luta pelo porto, luta para a qual eram conclamados os parnaibanos, em nome dos benefícios que ela traria para a região. Parnaíba deveria melhor explorar sua posição geográfica privilegiada, exercendo uma ação mais eficaz na defesa de seus interesses e no encaminhamento das soluções

para os problemas diagnosticados pelos comerciantes como obstáculos ao desenvolvimento da região.

Que homens eram necessários ao comércio empreendedor? Que educação era necessária para formar esses homens?

De que educação e de que escola estava falando os comerciantes? O investimento em educação não se dava por filantropia, mas pela necessidade dessa aplicação para o aumento da produção e para o desenvolvimento econômico da região. Parnaíba, que desejava seu desenvolvimento, deveria também procurar desenvolver o fator humano com a escolarização de seus munícipes e, principalmente, de sua elite. A Associação Comercial deveria iniciar a modernização da rede escolar, patrocinando "[...] a fundação dum collegio mixto, secundario, pratico, sob moldes americanos, onde nossos patricios (nossos filhos, nossos irmãos, nossos committentes) apurem sua força-econômica e productiva."⁵

A educação devia, portanto, formar a "força-econômica e produtiva" capaz de proporcionar um incremento ao desenvolvimento da região. Para tanto, era necessário superar os "princípios pedagógicos antigos" que, como "os métodos industriais e officinais antigos, entravam, perturbam e dispersam os esforços humanos". A educação deveria formar "[...] homens do trabalho, homens uteis á humanidade, homens praticos e energicos, com um desenvolvimento harmonico de todas as faculdades nobres"⁶. Assim, a educação deveria estar engajada no projeto de formação da capacidade produtiva e inovadora do homem da região, formando excelentes *empreendedores e comerciantes*.

À educação assim pensada era atribuída a capacidade de "centuplicar as forças humanas e nos preparar mais e melhor para o levantamento economico da sociedade". A pessoa dela resultante seria a mais completa possível e a que melhor se adequaria à exigência da criação de uma nova sociedade na região. Esta educação era vinculada a uma sociedade calcada no desempenho, na competência e na iniciativa de seus membros. Ela proporcionaria a eficiência necessária ao desenvolvimento da produção e do comércio. A educação era, portanto, um investimento necessário e urgente, não havendo

nada tão "permanente e produtivo" como ela. A educação se colocava como central para o desenvolvimento do fator humano da produção e devia ser implantada conjuntamente com o desenvolvimento das vias de comunicação.

Que tipo de homem deveria a escola visar em sua ação pedagógica? A escola devia "formar homens do trabalho, homens úteis a humanidade, homens práticos e enérgicos, com um desenvolvimento harmônico de todas as faculdades nobres"⁷. Numa palavra, desenvolver o *savoir-faire* e o *savoir-vivre* nos educandos.

Havia um reconhecimento e o agrupamento em três tipos diferentes da ação escolar e do homem por ela produzido, considerando a tese sociológica de que cada sociedade cria o tipo de escola que lhe é mais adequado:

- a) no primeiro tipo há o predomínio do empenho, do parentesco e do pistolão. Aqui, a cultura não conta muito, mas sim as relações de parentesco e afilhadagem. O papel da escola é mínimo, apenas legalizando a concessão do emprego, previamente garantido pelo sistema de parentesco e afilhadagem;
- b) no segundo tipo, o ideal visado é o emprego público, "onde tudo deve ser feito pelo papai-Governo que de tudo tem culpa e tudo se acredita que pode. Os serviços desorganizados andam repletos de empregados." Aqui, a educação visa conseguir um destes postos, que transformem o educando numa peça da máquina administrativa.
- c) o terceiro tipo de educação estaria preocupada com a formação de homens práticos,[...] que possam ser e se sintam bem como comerciantes, mechanics, agricultores, pequenos industriaes; (...) e possam ao mesmo tempo compor um soneto, fazer um discurso, discutir uma questão philosophica, resolver um problema mathematico, apreciar com justeza uma situação social commercial, jurídica ou technica."⁸. Nesse tipo trríamos a junção do prático com o humanista. Era esta educação a que era defendida pelos comerciantes como capaz de promover o desenvolvimento da sociedade.

Conclusões

A pesquisa revelou a existência de um discurso por parte dos comerciantes agro-exportadores que, ao tempo em que servia de referencial organizacional para este grupo social, na configuração social do período, formulava visões que colocavam este grupo no papel de valorizadores do saber prático-comercial diante de outros modelos, especialmente, o bacharelesco. Seu projeto educacional buscava formar na pessoa as dimensões da prática e da alta cultura, visando à constituição, na região, de uma nova sociedade. A educação que almejavam visava instaurar uma sociedade calcada no desempenho, na competência e na iniciativa dos membros do agrupamento social. Defendiam, também, que o processo de transformação da região não se limitasse à constituição de escolas, mas também à circulação de pessoas e mercadorias, destacando aí o papel das estradas na educação da população e no desenvolvimento da região.

O isolamento do Estado e o que era definido como inadequação de suas escolas apareciam como cerne da leitura do que era definido como atraso do Piauí. Fazia-se uma leitura do sertão em oposição ao litoral, como "deserto e abandono", tendo como causa principal a falta de estradas, que era considerada condição importante para que a escola em moldes progressistas se estabelecesse. Estradas e escolas eram consideradas fatores civilizadores e de incorporação do sertanejo à Nação.

Desenvolver o Piauí era tomado, então, como, ao lado de abrir escolas, abrir estradas, que oportunizariam a verdadeira educação do sertanejo ao romper o isolamento do mesmo com relação à Nação, possibilitando, inclusive, que a professora normalista se estabelecesse nos mais diversos pontos do Estado, mudando o cotidiano das escolas ao implementar novas práticas pedagógicas.

Por fim, a leitura e a campanha que faz pelo desenvolvimento dos meios de circulação de pessoas, mercadorias e idéias, revela uma elite comercial afinada com as idéias inerentes ao capitalismo e cônica da importância de implementá-las para promover os seus interesses.

¹ ELIAS, Norbert & SCOTSON. **Os estabelecidos e os outsiders**. Rio de Janeiro, Jorge Zahar, 2000.

² ASSOCIAÇÃO COMERCIAL DE PARNAÍBA. **Amarração e o commercio do Rio Parnahyba**. Fortaleza: Eugenio Gadelha & Filho, 1920.p. 44

³ ELIAS, Norbert. **O processo civilizador**. Rio de Janeiro:Jorge Zahar, 1993. 2 vols.

⁴ ASSOCIAÇÃO COMERCIAL DE PARNAÍBA. **Amarração e o commercio do Rio Parnahyba**. Fortaleza: Eugenio Gadelha & Filho, 1920.p. 44

⁵ ASSOCIAÇÃO COMERCIAL DE PARNAÍBA. **Amarração e o commercio do Rio Parnahyba**. Fortaleza: Eugenio Gadelha & Filho, 1920.p. 51.

⁶ ASSOCIAÇÃO COMERCIAL DE PARNAÍBA. **Amarração e o commercio do Rio Parnahyba**. Fortaleza: Eugenio Gadelha & Filho, 1920.p. 46.

⁷ ASSOCIAÇÃO COMERCIAL DE PARNAÍBA. **Amarração e o commercio do Rio Parnahyba**. Fortaleza: Eugenio Gadelha & Filho, 1920.p. 17.

⁸ ASSOCIAÇÃO COMERCIAL DE PARNAÍBA. **Amarração e o commercio do Rio Parnahyba**. Fortaleza: Eugenio Gadelha & Filho, 1920.p. 48