

O pequeno comércio português no Rio de Janeiro: histórias e gênero

Lená Medeiros de Menezes*

O estudo dos processos migratórios implica, inevitavelmente, iluminar homens e mulheres cujos desejos e sonhos embasam o projeto de construção de uma vida melhor em terra estrangeira. Muitos conseguem transformar desejo em ato de vontade e realização e são estes que constituem o objeto desta comunicação, que privilegia o Rio de Janeiro imperial e a participação portuguesa no comércio varejista da cidade.

A expansão do pequeno comércio na cidade do Rio de Janeiro oitocentista deveu-se a alguns impulsos básicos. O primeiro deles, a abertura dos Portos brasileiros às Nações Amigas, em 1808, que abriu caminho para um verdadeiro processo de redescoberta do Brasil por europeus de várias nacionalidades, com destaque para ingleses, franceses e alemães. A partir de 1850, o término do tráfico de escravos,¹ sobre o qual devem ser tecidas algumas considerações preliminares, visto este ter desencadeado um processo global de progresso para a cidade, expressa na melhoria dos equipamentos urbanos e na transformação da capital brasileira em uma urbe cosmopolita.

A liberação de capitais antes imobilizados no tráfico possibilitou seu emprego em serviços e atividades manufatureiras, criando um ambiente propício ao desenvolvimento urbano do Rio de Janeiro, até então uma cidade de feições eminentemente coloniais, a despeito da presença de comerciantes estrangeiros na cidade. Acrescente-se que a adoção de medidas destinadas a afastar o escravo da cidade para o campo e do litoral para o interior, em um momento no qual a expansão do café demandava mão-de-obra, abriu espaço para um mercado de trabalho e de investimentos cada vez mais dependente da imigração. Nesse processo, os portugueses ocuparam papel proeminente, tanto no comércio varejista quanto no atacadista. No caso da atração do imigrante econômico português, este foi um processo que, a partir dos anos 1870, ganhou novo incremento, com o verdadeiro êxodo que afetou populações do norte de Portugal.

* Professora Titular de História Contemporânea da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ). Pesquisa desenvolvida com bolsa de produtividade do CNPq e recursos financeiros da UERJ (Prociência) e da FAPERJ - projeto "Cientista do Nosso Estado".

¹ No mesmo ano de 1850, entraram em vigor o Código Comercial e a Lei de Terras.

A presença dos comerciantes estrangeiros no Rio de Janeiro foi tema de destaque na obra de viajantes que visitaram a cidade ao longo do século XIX. Essa presença encontra, também, visibilidade, quando consultamos as páginas do *Almanaque Laemmert* (1844-1890), que nos mostram, dentre inúmeras outras possibilidades, a existência de um florescente comércio francês da moda e de um comércio eminentemente português no gênero dos secos e molhados, com presença expressiva, também, no ramo das padarias, dos hotéis e das casas de pasto.²

Através das relações de comerciantes publicadas pelo referido almanaque é possível, ainda, comprovar o dinamismo comercial conhecido pela capital brasileira,³ considerando-se que o setor dos secos e molhados, entre 1845 e 1865, cresceu 821,96 % (de 132 a 1085 estabelecimentos), seguido por hotéis e casas de pasto, 704% (25 a 176 estabelecimentos) e pelo das padarias: 332,5% (de 40 a 133 estabelecimentos). Somados os três setores, registra-se um crescimento considerável no registro de estabelecimentos: 197 em 1845 para 1394, tudo isso em um espaço de apenas vinte anos.(LAEMMERT, 1845-1865)

A mesma tendência ascendente encontra-se expressa em fontes oficiais, que registram, por exemplo, a matrícula de 110 comerciantes em 1855 - 42,27% estrangeiros; 143 em 1857 - 76,22% estrangeiros; 223 em 1860 - 48,87% estrangeiros e 202 em 1865 - 45,54% estrangeiros (RMJ, 1855, 1857, 1860, 1865). Esses números, embora indiquem uma ligeira inferioridade dos estrangeiros em relação aos nacionais, deve ser lembrado que, em determinados setores, eles eram expressivamente majoritários, com destaque para o comércio da moda (francês por excelência) e para os secos e molhados, expressão maior da presença portuguesa, com irradiação para casas de pasto e, posteriormente, para bares e botequins.

Ultrapassando as simples evidências numéricas em prol de uma análise qualitativa das relações publicadas pelo almanaque, observamos que os registros permitem a constatação de que a mulher, incluindo-se as portuguesas, não estava ausente do mundo dos negócios, considerado um espaço tipicamente masculino. É certo

² Havia profunda identidade entre portugueses e galegos, ao ponto dos primeiros serem chamados, depreciativamente, de galegos, o que reproduzia, de forma inversa, a discriminação sofrida por estes em Portugal.

³ A utilização dessa fonte impõe cuidados, principalmente devido à possibilidade de muitos comerciantes não estarem arrolados ou estarem listados mais de uma vez. De qualquer maneira, os números sempre crescentes são por demais significativos.

que costureiras-modistas, floristas, perfumistas, negociantes de “quinquilharias” e outras mulheres francesas tinham visibilidade indiscutível no cenário comercial da cidade, canalizando contra si a inevitável fama de mulheres fáceis, por transgredirem, de alguma forma, os fazeres e femininos (v.MACEDO, 1988 e MENEZES, 2008). Mulheres de outras nacionalidades, porém, invisíveis na historiografia, também estavam presentes no mundo dos negócios. Sobre estas, com destaque para as portuguesas, abateu-se o silêncio e o esquecimento na escrita da história.

Outras razões, porém, ampliaram o silêncio para além das mulheres, afetando todo o pequeno comércio português. Dentre estas, incluem-se determinadas opções de invisibilidade assumidas pelos próprios comerciantes e exclusões advindas de representações que afetaram de forma discriminatória a presença portuguesa no espaço econômico da cidade.

No que se refere à opção pela invisibilidade assumida pelos próprios protagonistas, deve ser observado que o pequeno comerciante, de uma maneira geral, tendia a evitar a matrícula nos tribunais de comércio instituídos pelo Código Comercial brasileiro, ainda que, com esta atitude, tivessem que arcar com os prejuízos de possíveis falências. Isto garantiu-lhes, em consequência, invisibilidade documental.

Em recente dissertação de mestrado defendida na Universidade do Rio de Janeiro, Paula Leitão Cypriano comprovou que os comerciantes registrados no Tribunal de Comércio estavam constituídos, principalmente, por atacadistas, vinculados, portanto, ao grande comércio (CYPRIANO, 2010). No setor dos secos e molhados, por exemplo, os atacadistas os portugueses somavam 52%, havendo comerciantes que eram, a um só tempo, atacadistas e varejistas. Apenas 28% relacionava-se com o “comércio a retalho” representando apenas 1% do total analisado. A explicação para esta disparidade pode ser explicada pelas obrigações e custos que o registro acarretava, incluindo a necessidade de guarda-livros que pudesse gerenciar a contabilidade.

Em termos de representações, deve ser considerado que as propostas modernizadoras incluíram concepções que relegaram os portugueses à condição de representantes do atraso e do imobilismo, que urgia vencer. Dessa forma, eles tornaram-se contrapontos à imagem do progresso e da civilização representada por outras nações, com destaque para franceses e ingleses.

Observe-se que, por volta de 1850, já se havia consagrado a divisão real e imaginária entre uma Europa ativa - dinâmica e industrial - e uma Europa passiva - “atrasada” e agrícola. Essa divisão já se fazia presente na obra de inúmeros viajantes estrangeiros, como Kidder e Fletcher, da mesma forma que a representação do português “atrasado” e agente do imobilismo podia ser encontrada em vários relatos da segunda metade do oitocentos (v. MENEZES, 2008: 271-280).

Os brasileiros, apesar de mais progressivos do que a maioria dos povos sul-americanos, herdaram contudo muitas características de seus antepassados portugueses, e uma das mais dominantes é a antipatia pelas inovações.

As leis, a maneira de fazer negócios, assim como de pensar e agir, que aí prevalecem geralmente, são as dos portugueses. Tudo isso está a exigir decisiva renovação, a fim de apropriar-se às circunstâncias de um novo Império que surge para vida no meio dos progressos do século XIX (KIDDER e FLETCHER, 1941: 29 e 352).

Nesses enquadramentos mentais, o comércio lusitano, orientado para artigos identificados com produtos tradicionais da mesa portuguesa, tendeu a ser silenciado, em prol do destaque dado ao comércio desenvolvido por imigrantes voltados para o oferecimento de bens identificados com os avanços da civilização, oriundos de portos como Liverpool, Bordeaux ou Marselle ou representantes do “farol” que, de Paris, iluminava o mundo. Para Walsh, por exemplo, as lojas franecas

Ocupa[vam] algumas ruas da cidade, onde se destaca[vam] por serem as mais elegantes. Elas se distingu[iam], principalmente, por suas cortinas, espelhos, relógios ornamentais e vasos de louça esmaltados, que [davam] uma certa elegância e luxo à rua do Ouvidor, do Ourives e outros lugares em que viv[iam] (WALSH, 2004: 61-82).

A “antipatia” lusitana pelas inovações, entretanto, não se confirma, quando analisamos outros tipos de documentação, como, por exemplo, os pedidos de registro de patentes, que demonstram que houve expressivo número de patentes solicitadas por portugueses, demonstrando seu interesse em caminhar em direção ao “progresso”.

Quando tomamos o recorte de gênero como perspectiva de análise, por outro lado, constatamos que vários silêncios aparecem justapostos com relação às mulheres. Para além daqueles representados pelo uso de passaportes coletivos e pela elaboração de estatísticas assexuadas, os silenciamentos aprofundam-se quando adentramos o mundo

dos negócios, resultado das disposições existentes e das representação deste espaço como espaço masculino.

No que tange às disposições legais existentes, deve ser lembrado que as mulheres necessitavam da permissão de pais ou maridos para gerenciarem estabelecimentos comerciais, conforme dispunha o Código Comercial de 1850, que assim consagrava a submissão da mulher:

Art. 1º. Podem comerciar no Brasil:

4 - As mulheres casadas maiores de 18 (dezoito) anos, com autorização de seus maridos para poderem comerciar em seu próprio nome, provada por escritura pública. As que se acharem separadas da coabitação dos maridos por sentença de divórcio perpétuo, não precisam da sua autorização. Os menores, os filhos-famílias e as mulheres casadas devem inscrever os títulos da sua habilitação civil, antes de principiarem a comerciar, no Registro do Comércio do respectivo distrito (CÓDIGO COMERCIAL, 1850, título I, 1ª parte, art. 1º).

Acrescente-se a essa obrigatoriedade, a idéia de que o trabalho da mulher para além das lides domésticas configurava-se como trabalho secundário ou complementar. Nos estabelecimentos comerciais de propriedade do marido, em conseqüência, o trabalho da mulher era visto e assimilado como simples extensão de seu trabalho.

Bem sabemos, entretanto, que mulheres portuguesas trabalhavam e trabalhavam muito, como já comprovou a professora Maria Izilda em seus trabalhos, não só nas tarefas que se desdobravam como inerentes ao universo feminino, mas, também, no espaço empresarial. Conduzindo, lado a lado com os companheiros, negócios familiares, por vezes, elas assumiam papel fundamental no sucesso do empreendimento, reinventando tarefas antes desempenhadas no interior das paredes do lar; caso das casas de pasto e, posteriormente, dos bares, nos quais a experiência feminina era a garantia maior do sucesso ou insucesso do negócio. Essas formas de inserção, porém, não estavam sujeitas a fronteiras intransponíveis. Várias foram as idealizadoras e propositoras da abertura do negócio próprio e algumas delas gerenciaram seus estabelecimentos sem a presença de seus maridos.

É possível dizer que, acostumadas às lides da lavoura e do trabalho coletivo, muitas dessas mulheres reinventaram, no espaço urbano, o trabalho enquanto empreendimento familiar. Se o exemplo da esposa de Manuel Sendas, que se tornou um gigante no ramo dos supermercados no Brasil, ganhou visibilidade graças ao relato de

um de seus filhos, que descreve, em livro biográfico sobre o pai, a forma pela qual a mãe atendia aos fregueses, acomodando os filhos por detrás do balcão do armazém (SENDAS, 1994), o trabalho da maioria das mulheres que congregou o trabalho no balcão com a criação dos filhos perdeu-se nas nebulosas da memória e no silêncio da história.

Nesse âmbito de análise, um destaque especial cabe às viúvas. Estas, efetivamente, tendem a assumir uma situação “privilegiada” com a morte dos maridos, ao adquirirem uma “liberdade social”, regra geral, interdita às mulheres casadas, principalmente quando nos referimos ao século XIX e primeira metade do XX, passando a adquirir visibilidade documental na gerência dos negócios (v. MAZZEO, 2009).

A presença de viúvas estrangeiras no mundo dos negócios oitocentista da praça do Rio de Janeiro tem expressiva visibilidade nas listagens publicadas pelo *Almanak Laemmert*. Entre 1844 e 1890, por exemplo, estão relacionadas 32 viúvas como comerciantes no ramo dos secos e molhados. A análise do espaço de tempo em que elas aparecem relacionadas indica que várias delas não conseguiram vencer as dificuldades do primeiro ano de atividades. Possivelmente, o tempo necessário para liquidarem os negócios e buscarem outras formas de sobrevivência. Ou, quem sabe, aos preconceitos existentes com relação à presença de uma mulher à frente do negócio, fazendo fugir a clientela.

Várias mulheres, porém, permaneceram conduzindo os negócios do marido falecido durante um tempo que podemos considerar significativo, fosse assumindo sozinhas a responsabilidade, fosse associando-se com filho(a)s, genros, irmãos, familiares e amigos.⁴ Essas mulheres enfrentaram uma concorrência quase que exclusivamente masculina, impondo-se como parceiras na busca pela manutenção de um sonho: o negócio próprio, passível de garantir o futuro de seus filhos.⁵

As viúvas cuja presença no mundo dos negócios ficou documentada eram, em geral, mulheres privadas do nome de batismo, que figuram nas relações referenciadas pelo

⁴ Serve de exemplo a viúva Cabral que, entre 1863 e 1867, foi proprietária de loja situada à rua de São Cristóvão, no Rio de Janeiro, nas proximidades do palácio imperial, localizado no mesmo bairro.

⁵ Um exemplo disso nos é dado pelo ano de 1847, quando, em um total de 231 comerciantes do ramo, figuravam apenas duas mulheres, ambas viúvas. Ou pelo ano de 1877, quando aparecem, novamente, apenas duas viúvas, ambas com lojas situadas no centro da cidade. Cf. *Almanak Laemmert*, para os anos de 1847 e 1877.

sobrenome de seus maridos. Em parte, uma forma de dar continuidade ao negócio, em parte, o ato de assumir o papel do outro. Em um único caso, uma viúva, especialmente orgulhosa em ostentar o nome completo do marido, possibilitou um melhor acompanhamento da trajetória do casal no espaço comercial da cidade.

Trata-se da viúva do comerciante Antonio José Barbosa Pereira, que abriu casa comercial à rua Direita, nº 35, figurando na relação do *Laemmert* a partir do ano de 1845. Tudo indica que, no ano de 1850 ou no início de 1851, Antonio José faleceu, pois sua viúva assumiu os negócios da família nesse último ano. A incursão da viúva Pereira no mundo dos negócios, porém, foi efêmera, pois, em 1852, ela desapareceu completamente das listagens do almanaque, não tendo sido possível saber se devido a problemas de saúde, ao seu retorno a Portugal, à falência da empresa ou à simples decisão de fechar as portas do estabelecimento. Interessante é observar que, nesse caso, uma presença tão efêmera possa ter sido decorrência do fato do negócio administrado (loja de ferragens) guardar pouca afinidade com a vivência da mulher e com a circulação de uma clientela feminina.

O mesmo não pode ser dito com relação ao ramo dos armazéns, açougues, restaurantes, botequins e bares da cidade, onde o contato com os alimentos não possibilitava processos de estranhamento. Muitos de nós travamos contato com mulheres portuguesas por detrás dos balcões, com seus vestidos floridos, aventais e lenço na cabeça, quando não com os tamancos tão depreciados pelos apólogos da modernidade. Dona, quase sempre, de um sorriso aberto e acolhedor, que se abria em bochechas carnudas e rosadas, ela, regra geral, travava relações próximas com suas clientes, costumando com elas trocar algumas (in)confidências.

Essa presença tão marcante na história da cidade não se restringiu ao centro urbano, mas espalhou-se por seus subúrbios, a medida que a malha urbana alcançou espaços cada vez mais longínquos, como demonstram os censos realizados (v. MENEZES in: SOUSA, 2007: 86-105). Como resultado, percorrer, ainda hoje, alguns bairros do Rio de Janeiro, significa encontrar várias dessas mulheres, algumas delas utilizando, ainda, caderninhos com o registro das dívidas dos clientes, perpetuando o “comprar a fiado”, tão diferente das formas modernas de endividamento.

Muitas Marias, dessa maneira, continuam a escrever, na cidade do Rio de Janeiro, a história da imigração portuguesa no feminino. Mulheres de garra e coragem, elas

continuam a protagonizar processos que as definem como artífices do sonho do negócio próprio em terras brasileiras; mito que alimentou tantas e tantas aventuras transatlânticas (v. MENEZES in: SARGES, 2010: 186- 194).

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BRASIL. *Almanak Administrativo, Mercantil e Industrial do Rio de Janeiro* (a partir de 1848, da Corte e da Província do Rio de Janeiro). Rio de Janeiro: Eduardo & Henrique Laemmert, 1844-1890 (doravante *Almanak Laemmert*).

BRASIL. *Código Comercial Brasileiro*. Título I, parte primeira, art. 1º - do comércio em geral. Lei nº 556, de 25 de junho de 1850.

BRASIL. (RMJ) - *Relatório do Ministério da Justiça*. Rio de Janeiro: Imprensa Nacional, 1855, 1857, 1860 e 1865

CYPRIANO, Paula Leitão. *Imigração e negócios. As relações inter-sociais entre Brasil e Portugal (1851-1874)*. Rio de Janeiro: Universidade do Estado do Rio de Janeiro, 2010. Dissertação de Mestrado.

KIDDER, Daniel P. e FLETCHER, James C. *O Brasil e os brasileiros*. São Paulo: Cia Ed. Nacional, 1941, p. 29 e 352.

MACEDO, Joaquim Manuel de Macedo. *Memórias da Rua do Ouvidor*. Brasília: Ed. UnB, 1988.

MAZZEO, Tilar J. *A viúva Cliquot. A história de um império do champagne e da mulher que o construiu*. [Trad.]. Rio de Janeiro: Rocco, 2009.

MENEZES, Lená M. de. “A presença portuguesa no Rio de Janeiro segundo os censos de 1872, 1890, 1906 e 1920: dos números às trajetórias de vida”. In: . Fernando de Sousa e Ismênia de Lima Martins (org.). *A Emigração Portuguesa para o Brasil*. Porto/Rio de Janeiro: CEPESE/FAPERJ, 2007, pp. 86-105.

MENEZES, Lená M. de . “Facetas marginais do sonho de civilização: imigração francesa e prostituição no Brasil (1816-1930)”. In: L. Vidal e Tânia R. de Luca (org.). *Franceses no Brasil*. Séculos XIX-XX. São Paulo: UNESP, 2008, pp. 231- 52.

MENEZES, Lená M. de. “Les portugais em tant que représentation de l’immobilisme dans la modernisation républicaine”. In: Marie M. Benzoni; R. Frank; Silvia M. Pizetti (org.). *Images des peuples et histoire des relations internationales du XVIe siècle à nos jours*. Paris: Publications de la Sorbonne, 2008, pp. 271-80.

MENEZES, Lená Medeiros de. “Imigração e Comércio: silêncios sobre a mulher”. In: Maria de Nazaré Sarges, Fernando de Sousa e Maria Izilda de matos (org.). *Entre-Mares – O Brasil dos Portugueses*. Belém-Pará:Paka-Tatu, 2010, pp. 186-194.

SENDAS, Márcia M. *Meu avô, comendador Manuel Antonio Sendas*. Origens da família Sendas no Brasil. Rio de Janeiro: Four Print, 1994.

WALSH, R. *Notícias do Brasil (1828-1829)* [Trad.]. São Paulo: Itatiaia/Ed. USP, 1985, p.197 (Reconquista do Brasil, 74). Citado, também, pela autora, em “Francesas no Rio de Janeiro: trabalho, sonhos e ousadia (1816-1822). *Caderno Espaço Feminino*, v. 12, nº 15, 2004, pp. 61- 82.