

AS MÚLTIPLAS FUNÇÕES DOS ARMAZÉNS (IVAÍ/PR 1930-1975)

Mestranda: Lucimara Kóss

Orientadora: Prof^a. Dr^a. Maria Luiza Andrezza

O tema desta pesquisa é o estudo das práticas comerciais nos armazéns de Ivaí Paraná, no período de 1930 a 1975. O principal objetivo é analisar que tipo de espaços e significados sociais existiam nestes estabelecimentos. Através de depoimentos orais, fotos e arquivos comerciais (livros caixa), “reabriremos” as portas dos armazéns, “acenderemos” os lampiões para dar visibilidade a este cenário, e demonstraremos ao público o que se passava dentro de uma casa comercial deste período. Como quadros teóricos utilizarão as discussões a respeito de espaço social e valores simbólicos. Abordaremos as práticas comerciais a partir de uma perspectiva micro-histórica. Dessa forma, estudando os armazéns desta pequena cidade, pretendemos compreender relações mais amplas a respeito da história do comércio e do Paraná.

Apesar de a atividade comercial ser uma das mais antigas exercidas pelo homem e as práticas comerciais serem um dos elementos chave de qualquer sociedade, sofremos de uma carência bibliográfica em relação às especificidades das relações comerciais regionais. Isto ocorre principalmente quando o assunto é o comércio de pequenas cidades ou colônias de imigração. Historiograficamente não foi dada a devida importância à existência do mercado interno de pequenos lugarejos, que apesar de limitado, foi de fundamental importância para a efetivação da ocupação do território brasileiro e para o desenvolvimento das relações comerciais. Os armazéns localizados em pequenas regiões de imigração como Ivaí, também incrementavam a circulação de mercadorias fazendo parte de um movimento comercial maior.

Geograficamente a cidade de Ivaí está situada na região sudeste do Paraná. Seu território é de 608 km². Atualmente o município possui cerca de 12.815 habitantes¹. A ocupação das terras se deu no final do século XIX por meio da política imigratória estadual. Os primeiros imigrantes ucranianos e poloneses chegaram a esta região entre 1880-1910. Além dos povos eslavos, alemães, italianos e holandeses também foram se estabelecendo neste espaço social. Além destes, o município conta ainda com a presença de afro-descendentes.

¹ Hhp://www.Ibge.gov.br/cidadesat/default/. php. Acesso em 06 de agosto de 2011.



Os imigrantes ao chegarem a esta região receberam um pedaço de terra do governo equivalente à área de dez alqueires. Após se fixarem neste “novo” espaço, grande parte destes habitantes passaram a se dedicar à agricultura de subsistência. De início uma das alternativas encontradas para diminuir as dificuldades do cotidiano, foi a troca de produtos alimentares e do próprio trabalho através dos chamados “puxirões”.² Este sistema de troca se intensificou com o surgimento de alguns armazéns na região e com o transporte de mercadorias realizado por carroceiros.

Os carroceiros, donos de armazéns, vendiam os produtos dos colonos em Ponta Grossa. Após a venda compravam outras mercadorias para revendê-las nos estabelecimentos comerciais de Ivaí. Estes traziam até os armazéns da região as mais diversas novidades, entre elas estavam as notícias, ferramentas, alimentos, tecidos, bebidas, vestimentas e vários produtos considerados “novos” que mexiam com a curiosidade dos consumidores.

Neste sentido, as motivações que levavam as pessoas até a casa comercial poderiam ser múltiplas fazendo deste um lugar de diversos significados. De acordo com estas considerações, é impossível não inquietar-se diante das seguintes indagações: os armazéns eram lugares de que para as pessoas que o freqüentavam? Que tipo de espaços sociais existiam nestes estabelecimentos? Quais eram as motivações que levavam as pessoas até o estabelecimento comercial? Este era apenas um lugar de compra e venda ou existiam outros significados?

Com esta pesquisa investigaremos estes elementos que estão submersos nas práticas comerciais. Para isto, interpretaremos os registros de consumo de cinco armazéns da cidade de Ivaí do período de 1930 a 1975, três localizados na sede e dois em lotes rurais. Além dos livros caixas, interpretaremos fotos que retratam práticas comerciais, discursos das pessoas que freqüentavam os armazéns deste período e depoimentos de antigos donos de estabelecimentos comerciais. Através destas diferentes fontes analisaremos o que havia por trás do consumo, e buscaremos desvendar os motivos que levavam as pessoas até os armazéns. Desse modo procuramos compreender que tipo de espaço social os armazéns eram para as pessoas que o freqüentavam e seus diversos significados.

²Entende-se por puxirões a reunião de várias pessoas para trabalharem em conjunto em uma determinada propriedade. Geralmente reuniam-se de quinze a vinte pessoas para a colheita encerrando as atividades do dia com um baile.

Seguindo os nomes dos consumidores que constam nos registros de consumo, é possível identificar os sujeitos que freqüentavam a casa comercial, se os armazéns foram espaços freqüentados por homens ou mulheres, crianças ou adultos e de que tipo de etnias. O fato de haverem poucas mulheres nominadas nestes documentos nos levou a questionar se isso ocorria apenas pelo fato de o registro ser no nome do marido, pois era ele o chefe do lar, ou se o armazém era exclusivamente espaço masculino. Por meio dos produtos consumidos que foram registrados nestes documentos, é possível analisar os hábitos alimentares e estéticos deste período, interpretar parte da vida cotidiana desta sociedade e desvendar os motivos que levavam os consumidores até os armazéns. Esta análise dos produtos também nos ajudará a compreender que tipo de espaço os armazéns eram para as pessoas deste período. Por meio das mercadorias consumidas entenderemos alguns dos motivos que levavam as pessoas até a venda.

Para fortalecer esta interpretação das relações internas dos armazéns, além dos registros de consumo utilizaremos depoimentos orais. Estas duas tipologias de fontes serão utilizadas de forma complementar. O recorte temporal desta pesquisa foi feito em função deste entrelaçamento das fontes orais e escritas. Os depoimentos orais enriquecerão esta análise com experiências de pessoas que vivenciaram este período.

Utilizando-se do método indiciário, os próprios nomes citados nos livros caixa ajudaram a direcionar as escolhas de pessoas para as entrevistas. Segundo Carlo Ginzburg “as linhas que convergem para o nome e que delem partem, compondo uma espécie de teia de malha fina, dão ao observador a imagem gráfica do tecido social em que o indivíduo esta inserido.”³ Nesse sentido, buscamos recompor e compreender as práticas comerciais através de uma perspectiva micro-histórica. Por meio de um único nome podemos ter acesso a uma série de acontecimentos sociais. Cada indivíduo faz parte de uma rede de relações comerciais. Utilizaremos a particularidade dos armazéns de Ivaí para compreender como o espaço destinado as práticas comerciais vem se transformando ao logo do tempo.

As fontes orais serão de fundamental importância para compreendermos estas modificações. Interpretaremos depoimentos dos consumidores que constam nos livros caixa, e das pessoas que eram proprietárias das casas comerciais. Estas possuem uma memória representativa sobre como eram as práticas comerciais e nos ajudarão a compreender que tipos de relações sociais se estabeleciam nestes ambientes.

³GINZBURG, Carlo. **A micro-história e outros ensaios**. Lisboa: Defil, 1989, p. 175.

Através dos depoimentos dos consumidores pretendemos adentrar nos armazéns e descobrir as motivações que levavam as pessoas até os estabelecimentos comerciais. Dessa forma, buscaremos desvendar quais eram os significados da casa comercial para os atores sociais daquela época, e que tipo de espaço social os armazéns eram para as pessoas que o freqüentavam.

Além dos consumidores serão interpretados depoimentos de indivíduos que trabalhavam como carroceiros fazendo o transporte de mercadorias, e de pessoas que eram proprietárias de armazéns. Estas fontes nos permitirão interpretar como os proprietários das casas comerciais exerciam uma espécie de controle sobre o espaço interno do armazém. Do mesmo modo nos levam a analisar o discurso do comerciante sobre como funcionava uma casa comercial, se o armazém era um espaço freqüentado por homens ou mulheres, o que os clientes mais buscavam no estabelecimento comercial, que tipo de pessoas freqüentavam a venda, as artimanhas utilizadas para atrair os consumidores, as relações de poder entre proprietários e clientes, os diversos papéis sociais e as múltiplas relações que se estabeleciam dentro do estabelecimento.

Por meio dos depoimentos das mulheres que vivenciaram esta época, buscaremos compreender qual era o espaço social que estas ocupavam no comércio neste período. Dessa forma, procuramos descobrir se o fato de haverem poucas mulheres nominadas nos livros caixa é devido ao registro ser no nome do marido, ou se o armazém era exclusivamente espaço masculino.

Além das fontes orais e escritas, utilizaremos fotos que retratam práticas comerciais deste período. Estas fontes além de ilustrarem o objeto de estudo, trazem elementos que vão enriquecer nossa análise. Interpretaremos as imagens como discursos não verbais que transmitem uma série de significados. O principal objetivo é visualizar a presença de elementos que estão submersos nas relações comerciais.

Por meio destas fontes ilustraremos e ao mesmo tempo levantaremos discussões sobre a existência de múltiplos espaços e significados sociais. Por meio das imagens veremos como eram os armazéns internamente. Visualizaremos parte dos produtos consumidos que constam nos livros caixa, as relações de poder entre clientes e proprietários, a presença e atuação do capital simbólico e econômico nas relações comerciais, o lugar social de cada indivíduo dentro do estabelecimento, algumas artimanhas utilizadas para atrair os clientes, o padrão estético do período estudado, a presença de vários espaços sociais, elementos materiais que

transmitiam uma série de significados simbólicos, as múltiplas funções dos armazéns e alguns dos motivos que poderiam levar as pessoas até os estabelecimentos comerciais.

Além da utilização destas fontes, o conceito de espaço social será de suma importância para a efetivação deste estudo. Trabalharemos com a concepção de espaço simbólico. Este será abordado como algo construído, reconstruído e dividido socialmente através das ações e visões de mundo de cada sujeito histórico. Nesta pesquisa, consideramos que o espaço da casa comercial era renovado de acordo com cada consumidor que adentrava e atribuía novos significados. Neste caso entendemos que o espaço é um “lugar praticado” repleto de significados simbólicos. Com esta concepção espacial, olharemos para as casas comerciais como um lugar dinâmico e questionaremos a existência do armazém como espaço unívoco delimitado por quatro paredes.

Em suma, por meio do entrelaçamento dos registros de consumo, fotos e narrativas de pessoas que foram donas de armazéns e de clientes, analisaremos o que havia por trás das paredes dos armazéns, e buscaremos desvendar os motivos que levavam as pessoas até os estabelecimentos comerciais. Desse modo, pretendemos analisar como funcionava a casa comercial e constatar que tipo de espaço social os armazéns eram para as pessoas que o freqüentavam e seus diversos significados. Seguindo os indícios do passado, vislumbraremos os atores sociais daquele tempo, e reconstruiremos as práticas que se desenrolavam neste cenário desvelando fatos quase inéditos da história do comércio e do Paraná.