

SAVOIR-FAIRE; SAVOIR-VIVRE: O PROJETO POLÍTICO-EDUCACIONAL DAS ELITES COMERCIAIS AGRO-EXPORTADORAS DE PARNAÍBA, PIAUÍ

Antônio de Pádua Carvalho Lopes (UFPI)

GT 11-História, Memória e Educação

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. Trata-se de compreender como se constituem os discursos em torno de uma resposta para as perguntas “o que é o Piauí?” e “o que deveria ser o Piauí?”. 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, com isso, compreender as relações entre *interesses comerciais*, *educação* e *sociedade*, refletindo sobre o modo como tais interesses tornam-se 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. Neste trabalho procurou-se compreender o modo como o grupo social dos comerciantes agro-exportadores formulou suas necessidades e organizou-se para a constituição e defesa de seus interesses; analisar as propostas educacionais formuladas pelos comerciantes exportadores, visando reconhecer o lugar da educação na definição de seus interesses; reconhecer como se dava o embate das idéias sobre escolarização e sociedade no Piauí; e como estas idéias tornavam-se ações.

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. Neste trabalho utilizaremos os livros publicados pela Associação Comercial de Parnaíba que concentram sua defesa da criação do porto e suas principais idéias acerca do Piauí.

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

A idéia central que norteava a ação da elite político-comercial parnaibana na Primeira República 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: “O Piauí tem atravessado o regimen republicano debaixo de pesada indiferença acerca de tudo quanto se relaciona com as suas condições de progresso: porto, viação interior, commercio, industrias, agricultura, instrucção pública.” (MADEIRA, 1920, p.03).

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.” (ASSOCIAÇÃO COMERCIAL DE PARNAÍBA, 1920, p. 44). 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. Não esqueçamos que esta idéia foi posta exatamente em um documento que tratava de uma das mais importantes reivindicações dos comerciantes no período: o porto marítimo.

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: “[...]é este sentimento vivo e accentuado que faz os grandes industriais americanos gastarem incalculaveis fortunas para a fundação de escolas, collegios, lyceus, universidades, bibliothecas e institutos especiaes de ensino.” (ASSOCIAÇÃO COMERCIAL DE PARNAÍBA, 1920, p. 48).

Por que interessaria aos grandes comerciantes o investimento na transformação das condições educacionais e de meios de circulação da região, onde exercem sua atividade econômica? Razões de ordem econômica determinavam esta necessidade de intervenção do capital comercial no desenvolvimento da região: “[...] este engrandecimento nos beneficiaria centuplicadamente, individual e socialmente. Porque a riqueza comercial resulta grão por grão do desenvolvimento economico da região a que serve.” (ASSOCIAÇÃO COMERCIAL DE PARNAÍBA, 1920, p. 44). Por isso conclamam Parnaíba a patrocinar, de forma autônoma, e às suas próprias custas, o desenvolvimento da região: “[...] esta cidade [Parnaíba] tem obrigação de procurar à sua própria custa e iniciativa, o desenvolvimento de tantas riquezas e o aproveitamento de semelhante posição econômica.” (ASSOCIAÇÃO COMERCIAL DE PARNAÍBA, 1920, p. 44).

Assim, 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, portanto, pelo setor privado, 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.

O exemplo prático, como já referido, da importância do investimento privado em educação era dado pelos Estados Unidos da América, onde os grandes industriais investiam no desenvolvimento educacional, demonstrando “seu alto senso prático e seu tino comercial”: “[...] elles sentem como commerciantes e industriais que as forças economicas da nação repousam sobre a organização pratica e a disseminação generalizada da educação humana.” (ASSOCIAÇÃO COMERCIAL DE PARNAÍBA, 1920, p. 48). 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, pois, no cerne das ações progressistas defendidas como o modo ideal de inserção das elites político-comerciais de Parnaíba no progresso da região. Assim, a resposta à indagação "qual é o melhor meio do commercio se fortificar, robustecer, desenvolver? Qual o interesse immediato do commerciante, aquelle que lhe promove o futuro e antes de tudo deve ser cuidado?" (ASSOCIAÇÃO COMERCIAL DE PARNAÍBA, 1920, p. 49) era "[...] é procurar desenvolver a riqueza local simplificando e aperfeiçoando o aparelho de transportes e facilitando, auxiliando, dirigindo a vitalisação da principal riqueza - a machina humana." (ASSOCIAÇÃO COMERCIAL DE PARNAÍBA, 1920, p. 49).

Complementavam a imagem que os comerciantes procuravam forjar de si como empreendedores, lutadores e cônscios de suas responsabilidades no desenvolvimento econômico da região, repercutindo na posição que a cidade de Parnaíba tinha no Piauí, as características da solidez econômica, da honestidade e da competência: "No commercio de Parnahyba não se registram fallencias, nem fraudes, nem inconfessaveis propositos. É uma das admiraveis tradições desta terra. O commerciante, aqui, é laborioso, intelligente e honesto, - sobretudo honesto." (FREITAS, 1921, p. 137).

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*. Como ilustra bem a afirmação de Lima Rebelo (1921) de que a ação governamental teria sua utilidade para o desenvolvimento do Piauí e melhoramento das condições de vida do operariado urbano ou agrícola, se promovesse as seguintes ações: abertura de caminhos de ferro e rodagem, canais e portos; escolas e bibliotecas.

Em documento da comissão nomeada pela Associação Comercial de Parnaíba para avaliar as condições do porto de Amarração, datado de 1910, encontramos, após a apresentação de quadros estatísticos que apresentavam a grandeza das transações comerciais piauienses, a seguinte conclamação:

Diante destes quadros [estatísticos], devemos desanimar do nosso futuro?
 Porque não nos encorajarmos e tomarmos iniciativas arrojadas?
 Pois Snrs., é desta ordem de proposta que essa comissão vos vem fazer.
 Si com mil embaraços, sem porto, sem rio desobstruído, sem vias férreas, canaes, açudes ou qualquer outro empreendimento federal ou estadual; se a secca, as crises, a ausência de instituições auxiliares do commercio, a falta de trôco; si apesar de tudo e de todos crescemos como S. Christovam: que não faremos si nos convercermos da nossa própria vitalidade e tomarmos a nosso cargo nosso futuro, que em mãos dos poderes públicos tem sido malbaratado, retardo e illudido? (ASSOCIAÇÃO COMERCIAL DE PARNAÍBA, 1920, p. 23).

Assim, destacavam-se aqui 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, cuja conclamação para o enfrentamento era feita, enfocavam o da circulação de mercadorias e pessoas – porto e estradas. Dizia o referido documento, já um produto da luta para a superação destes obstáculos: “[...] o problema sem par é entre nós o do porto.” (ASSOCIAÇÃO COMERCIAL DE PARNAÍBA, 1920, p. 23).

Exemplar esta luta pelo porto¹. O papel dos comerciantes era, segundo este mesmo documento, defender o Piauí e realizar uma campanha reabilitadora da barra da Amarração. Campanha esta da qual deveriam especialmente participar os parnaibanos, pelos benefícios que ela traria para a região. Parnaíba era conclamada a melhor explorar sua posição geográfica privilegiada:

[...] a privilegiada situação da cidade, chave d’uma bacia de quase meio milhão de kilometros quadrados, na qual já moram oito centos mil homens, estão os melhores campos de criação do mundo. Com rebanhos sommando seis milhões de cabeças, minas de carvão tomando mais de um terço de sua superfície e mais de dois mil kilometros de rios navegáveis ligados a lagos e represas naturaes, que aproveitados podem subir aquelle numero a três mil; cidade centro d’um delta imenso, limoso, feracissimo, á menor distância da Europa que outro ponto qualquer do continente Sul-Americano (3072 milhas) e o mais perto do Brasil para a costa oriental da América do Norte (3135 para N. York); porto no ponto extremo da linha reta, para N. do entroncamento das linhas férreas brasileiras, em Pirapora (o que póde lhe dar preferência futura nos embarques de urgência e passageiros do Sul para a Europa e América); esta cidade tem obrigação de procurar a sua própria custa e iniciativa, o desenvolvimento de tantas riquezas e o aproveitamento de semelhante posição econômica. (ASSOCIAÇÃO COMERCIAL DE PARNAÍBA, 1920, p. 44).

Parnaíba era conclamada a exercer 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. O que era descrito como excelente localização geográfica requeria uma intervenção dos interessados para tornar viáveis suas potencialidades. Parnaíba é conclamada a sua própria custa e iniciativa a desenvolver a região.

O interesse em exercer este papel deveria existir inclusive pelas estreitas vinculações entre riqueza comercial e desenvolvimento econômico da região em que esta se

¹ Luta esta para a qual esperava-se conquistar a adesão de outros atores sociais: “[...] o commercio, um dos elementos de mais valor nesse movimento, procura expandir-se e libertar-se dos entraves que o tolhem. Sai-lhe ao encontro o Maranhão, com uma guerra de tarifas para os impostos ribeirinhos do Parnahyba, e com a segurança de que não tendo o Piauhy um porto do mar, forçosamente terá de recorrer ao transito de Tutoya. Nesses últimos mezes se tem accentuado a crise em que nos debatemos. Tutoya nos afflige, dia a dia, com difficuldades e despezas de tal monta, que não podemos mais supportal-as sem protesto. Resolvemos então clamar aos quatro ventos pela salvação commum: – um porto marítimo em território piauhyense. Praticamos assim os princípios do grande Roosevelt: estamos fazendo alguma coisa. É pouco, de certo. Mas outros que vão sommando seus esforços e o todo se alcançará. A Associação Commercial de Parnahyba desfraldou o estardante desta campanha. Contamos que ao mesmo se obriguem o governo, o commercio, as industrias, e todas as forças intelligentes que se quizerem pôr a serviço desta causa patriótica.” (MADEIRA, 1920, p. 4).

realiza. Qual seria, então, o papel do comércio no desenvolvimento da produção? A resposta que foi dada a esta pergunta procurava destacar, citando De Greef, “a anterioridade lógica e ao mesmo tempo histórica da circulação sobre a produção”. Numa palavra, o comércio era anterior a todos os outros fenômenos econômicos: “assim, não só o commercio precede, como é o próprio tráfico que cria e desenvolve a produção”.

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

De que educação e de que escola estava falando esta elite? Como vimos anteriormente, 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 lutava pela ampliação do seu desenvolvimento, deveria também procurar desenvolver o fator humano com a escolarização de seus munícipes e, principalmente, de sua elite, com uma formação voltada para os interesses da região: “[...] só aqui podemos formar elementos estaveis para o progresso de nossa cidade. Os collegios em outros centros não convem a educação dos filhos da terra.” (ASSOCIAÇÃO COMERCIAL DE PARNAÍBA, 1920, p. 49). 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.” (ASSOCIAÇÃO COMERCIAL DE PARNAÍBA, 1920, p. 51).

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 officinaes antigos, entravam, perturbam e dispersam os esforços humanos”. Esta deveria, pois, acompanhar o desenvolvimento do conhecimento:

[...] uma grande reforma foi feita pelo positivismo e pelo grupo da *Scienze Sociale* sob o aspecto philosophico. Pestalozzi, Froebel, Calckins e outros impuzeram novos methodos pedagogicos. Parker, Pelman e os grandes praticos americanos concorreram para a reforma dos methodos officinaes, do elementar ao mais complexo. (ASSOCIAÇÃO COMERCIAL DE PARNAÍBA, 1920,, p.46).

A educação deveria formar “[...] homens do trabalho, homens uteis á humanidade, homens praticos e energicos, com um desenvolvimento harmonico de todas as faculdades nobres” (ASSOCIAÇÃO COMERCIAL DE PARNAÍBA, 1920, p. 46). Assim, a educação deveria estar engajada no projeto de formação da capacidade produtiva e inovadora do homem econômico da região, formando excelentes *empreendedores e comerciantes*. Desse modo, estaria mais apta a produzir o tipo de homem adequado às condições da vida moderna:

assim, o papel da escola estará preenchido, [...] formando corações que amem com mais ardor e mais apurado sentimento as bellezas da vida; e condense num curso limitado os conhecimentos geraes necessarios ao desenvolvimento pleno e social do educando, no meio em que vive; lhe augmente a efficiencia physica com a intensificação dos predicados do character, com maior potencialidade muscular (força, agilidade e habilidade) e

com o aproveitamento completo dessas inapreciáveis qualidades pelo emprego do *methodo*, *savoir-faire* e *savoir vivre* (ASSOCIAÇÃO COMERCIAL DE PARNAÍBA, 1920, p. 47).

À educação assim pensada era atribuída a capacidade de "centuplicar as forças humanas e nos preparar mais e melhor para o levantamento econômico 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. Desse modo, esta educação tenderia

[...] a formar homens práticos que não se preocupam vaidosamente com o timão e sim com a marcha do barco; que possam ser e se sintam bem como comerciantes, mecânicos, agricultores, pequenos industriais; que não se acham diminuir ao ligar uma polia, encilhar um animal, bater uma chapa incandescente, pregar uma caixa de mercadorias; e possam ao mesmo tempo compor um soneto, fazer um discurso, discutir uma questão filosófica, resolver um problema matemático, apreciar com justeza uma situação social comercial, jurídica ou técnica." (ASSOCIAÇÃO COMERCIAL DE PARNAÍBA, 1920, p. 48).

Esta educação era vinculada a uma sociedade calcada no desempenho, na competência e na iniciativa de seus membros. A educação, entendida como "vitalização da máquina humana" constituiria a base das "forças econômicas da nação", advindo daí a importância de sua "organização prática e disseminação generalizada". Ela proporcionaria a eficiência necessária ao desenvolvimento da produção e do comércio:

É condição primordial, pois do desenvolvimento econômico a intensificação e disseminação de ensino adequado ao desenvolvimento racional e prático do homem; não este ensino pedantocrata e de especialidades ideológicas, mas um cultivo geral sobre as condições da Vida e sua concepção social, seguido de um estágio prático com aplicações industriais, estas necessariamente especializadas, segundo a destinação do indivíduo. Um corpo comercial culto não pode adstringir-se ao fatalismo indiano que se abandona ao curso livre dos acontecimentos em lugar de dirigir-os auxiliado pela apreciação das leis naturais que os governam. (ASSOCIAÇÃO COMERCIAL DE PARNAÍBA, 1920, p. 49).

A educação é, 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: a educação "é para o fator homem, o que as comunicações para o fator terra. Sem transporte não pode haver *debouché*, sem preparo não pode haver eficiência. Sem produção intensa e comunicação rápida não há desenvolvimento comercial." (ASSOCIAÇÃO COMERCIAL DE PARNAÍBA, 1920, p. 49).

Destacada a importância do comércio para o desenvolvimento econômico da sociedade, resta pensar o local da educação na promoção desse desenvolvimento. Que tipo de homem deveria a escola visar em sua ação pedagógica? A escola devia "formar homens do trabalho, homens úteis à humanidade, homens práticos e enérgicos, com um desenvolvimento harmônico de todas as faculdades nobres" (ASSOCIAÇÃO COMERCIAL DE PARNAÍBA, 1920, p. 16). Numa palavra, desenvolver o *savoir-faire* e o *savoir-vivre* nos educandos.

Há 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; desconsidera-se “o velho empregado que fundou e mantém a empresa com seu esforço prático e talento.” (ASSOCIAÇÃO COMERCIAL DE PARNAÍBA, 1920, p. 47).
- 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.” (ASSOCIAÇÃO COMERCIAL DE PARNAÍBA, 1920, p. 17). Aqui, a

[...] educação visa conseguir um destes postos, que o transformem n' uma peça da machina administrativa. Os exames são para conseguir carta ou classificação em concurso simulado. Enche-se a cabeça do educando com milhões de dados inúteis, lantejoulas pedantescas que só servem para *inchar* e *seccar* o coração e a intelligencia. É o tipo presumido e grave do nosso doutor, tão superior ao commum dos mortaes, e que para os mesmos cria uma classe privilegiada suppondo-se um phenomeno ao lado do *misere burguez*, que lhe dá o pão.” (ASSOCIAÇÃO COMERCIAL DE PARNAÍBA, 1920, p. 48).

- c) o terceiro tipo de educação estaria preocupado com a formação de homens práticos,

[...] que possam ser e se sintam bem como commerciantes, mechanicos, agricultores, pequenos industriaes; que não se achem diminuir ao ligar uma polia, encilhar um animal, bater uma chapa incandescente, pregar uma caixa de mercadorias; 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.” (ASSOCIAÇÃO COMERCIAL DE PARNAÍBA, 1920, p. 48).

O terceiro tipo seria a junção do prático com o humanista. É esta educação a que é defendida pelos commerciantes como capaz de promover o desenvolvimento econômico da sociedade.

Definido o tipo de educação ideal, cabe agora precisar o papel do comerciante na promoção de sua formação. Considerava-se como inspiração o pensamento do Presidente *Roosevelt* cujas posições eram tomadas como ideais a ser seguido. O pensamento do presidente norte-americano era utilizado para definir o papel do comerciante na região e para conclamá-los à união e ao trabalho coletivo. Exemplo disto é a frase: “Nenhum de nós pode fazer tudo, porém cada um pode fazer alguma coisa, e si trabalharmos juntos, a somma de nossos esforços será muito considerável” (ROOSEVELT apud MADEIRA, 1920, p. 3).

Tendo o Piauí potencial para desenvolver-se, restava ao homem piauiense romper com os processos rotineiros e atrofiados e modernizar-se:

Poder-se-á afirmar que o Piauhy tem progredido? Absolutamente não. Apenas estamos collocados em posição de progredir. Demonstrada nossa capacidade econômica faz-se mister o esforço do homem. É nesse passo que

surge um mundo de obstacullos. É preciso destruí-los é urgente não perder a ocasião, a soberana ocasião, como afirmava João Mornaz, no livro de Jules Claretie. Si o Estado continuar sem transportes, sem porto de mar, sem estrada de penetração, privado de todas as facilidades para o incremento de suas actividades productoras, terá perdido o surto de expansão que no presente assignalamos. (MADEIRA, 1920, p. 12).

O trabalho que devia ser realizado encontrava, segundo os comerciantes agro-exportadores, limites na falta de transportes, principalmente na falta de um porto que possibilitasse o desenvolvimento econômico do Estado. O esforço do homem reside exatamente em criar estas condições para a circulação de bens e pessoas existentes na 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, formulava visões que colocavam este grupo no papel de valorizadores do saber prático-comercial diante de um modelo de saber 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. Por este motivo, conclamavam a si mesmos, tendo como modelo o empreendedor norte-americano, a promover as transformações que pensavam necessárias à região e a fazer as escolas ideais para ela. Defendiam, também, que este processo de desenvolvimento 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.

A pesquisa revelou a necessidade de analisar a expansão do ensino secundário no Piauí, o que demandará um estudo específico sobre o referido tema, procurando conhecer as articulações entre essa expansão e a ação de particulares, incluindo os comerciantes agro-exportadores.

O período aqui analisado revelou, como cerne da leitura do atraso do Piauí, principalmente da que foi construída pelas elites comerciais, o isolamento do Estado e o que era definido como inadequação de suas escolas. A falta de estradas destacando-se como uma causa importante do atraso e do fracasso das ações governamentais em matéria de educação.

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 cõnschia da importância de implementá-las para promover os seus interesses.

REFERÊNCIAS

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

FREITAS, Antonio. O Commercio de Parnahyba. In: ASSOCIAÇÃO COMERCIAL DO PIAUÍ. **Pro-Piauhy**. Belém: Tup. Da Livraria Gillet, 1921

MADEIRA, Armando. **Interesses piauienses**. São Paulo: Typ. Soc. Ed. Olegário Ribeiro, 1920.

REBELLO, Lima. O futuro governo. In: ASSOCIAÇÃO COMERCIAL DO PIAUÍ. **Pro-Piauhy**. Belém: Tup. Da Livraria Gillet, 1921.